

الجمعية السعودية  
للعلاقات العامة والإعلان  
Saudi Association for  
Public Relations & Advertisement



# العلاقات العامة والإعلان

مجلة علمية دورية محكمة

العدد التاسع، مايو / أغسطس ٢٠٢٥م

## رؤية المجلة

الريادة والتميز في نشر البحوث والأوراق العلمية المتخصصة في الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان .

## رسالة المجلة

تقديم بحوث مميزة وإنتاج المعرفة التي تخدم المجتمع، ودعم الإبداع الفكري والتوظيف الأمثل للتقنية والشراكة المحلية والعالمية الفاعلة، والتميز في تقديم البحوث ذات الأفكار المبتكرة والتي لم يسبق نشرها بمجلات علمية أخرى، والمحكمة بواسطة نخبة من العلماء والخبراء والمتخصصين، والإسهام في إخراج بحوث علمية متميزة، وتحقيق رسالة الجمعية من خلال الالتزام بالمعايير العالمية للتميز في مجالات البحث العلمي.

## أهداف المجلة

- نشر الأبحاث العلمية في مجال الاتصال، والإعلام، والعلاقات العامة، وفروعها.
- رفع مستوى الجودة والتميز في مخرجات البحوث العلمية.
- المنافسة مع المجلات الإقليمية والعالمية المتخصصة وتحقيق مراتب متقدمة بين المجلات العلمية المتخصصة.
- التطوير المستمر في أساليب النشر والتحكيم والتبادل العلمي مع المؤسسات العلمية المحلية والدولية.
- استقطاب وتطوير أعضاء هيئة التحرير والمحكمين والأستشاريين المتميزون.
- تعزيز التواصل مع الجامعات والمؤسسات العلمية والبحثية، والمهنية محلياً، واقليمياً وعالمياً.
- نشر تقارير الندوات والمؤتمرات العلمية التي تعقد بإشراف الجمعية أو بمشاركة الجمعية.

## المشرف العام

رئيس مجلس الإدارة

أ. د عبد الرحمن بن نامي المطيري

رئيس التحرير

د. بندر بن عويض الجعيد

مدير التحرير

د. عبد الله بن جارالله العبدلي

## هيئة التحرير

- أ.د. عبد الملك بن عبدالعزيز الشلهوب.
- أ.د. عبدالله بن عبدالمحسن العساف.
- أ.د. يسرا حسني عبدخالق.
- أ.د. حسن محمد حسن منصور.

## الهيئة الاستشارية

- أ.د. علي بن جبار الشمري
- أ.د. علي عقلة عبد الرحمن نجادات
- أ.د. عبدالله خميس الكندي
- أ.د. محمد بن فهد الجبير

## الرقم الدولي المعياري

الرقم الدولي المعياري (ردمد) ٢٥٨٧-٢٦٧٦

رقم إيداع ١٤٤٥ / ٢١٥٣٠

للتواصل مع إدارة التحرير

الموقع الإلكتروني: [sapra.imamu.edu.sa](http://sapra.imamu.edu.sa)

البريد الإلكتروني: [sapra@imamu.edu.sa](mailto:sapra@imamu.edu.sa)

هاتف: ٠٠٩٦٦١١٢٥٨٨٠١٨



## قواعد النشر بالمجلة

- أن تكون المواد المقدمة للنشر في إطار الموضوعات التي تُعنى بها المجلة، وتشمل الدراسات والبحوث العلمية المحكمة، وملخصات الرسائل وقراءات الكتب في مجالات الاتصال والإعلام والعلاقات العامة أو أحد فروعها.
- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- يجب على المؤلفين الإلتزام بتعديل الملاحظات التي قد ترد من المحكمين.
- يجب على المؤلفين الإفصاح عن الدعم المالي الذي تم الحصول عليه لأغراض إتمام الدراسة.
- أن يتبع البحث الأصول العلمية المتعارف عليها، وبخاصة فيما يتعلق بالمنهجية العلمية، والتوثيق، ويراعى الكتابة ببنت (١٤) (Simplified Arabic)، والعناوين الرئيسية والفرعية (Bold)، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط (Arial).
- يتم رصد المراجع والمصادر في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل، وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث، باتباع أسلوب جمعية علم النفس الأمريكية (APA) للتوثيق.
- إضافة قائمة أخرى للمراجع اللاتينية وفق طريقة DI 31635 .
- أن يكتب البحث بلغة عربية سليمة. (وتقبل المجلة البحوث المكتوبة باللغة الانجليزية والفرنسية).
- ألا يزيد البحث المقدم للنشر عن (٤٥) صفحة A4 ولا يقل عن (٢٥) صفحة وذلك يشمل الجداول والأشكال والرسوم البيانية والصور الفوتوغرافية وبشرط أن تكون مرقمة تسلسلياً ويكون لها عنوان أعلى الجدول أو أسفل الصورة أو الشكل.
- تخضع البحوث العلمية المنشورة للتحكيم العلمي من قبل محكمين تختارهم المجلة ما لم يكن البحث محكماً من قبل المجالس العلمية في المؤسسات الأكاديمية، أو كان جزءاً من رسالة علمية تمت مناقشتها ومنح صاحبها الدرجة العلمية.
- يقدم الباحث نسخة إلكترونية من بحثه مكتوبة بصيغة (Word).
- لا تعاد البحوث إلى أصحابها.
- تقبل المقالات والبحوث المترجمة، وعروض وقراءات الكتب الصادرة حديثاً شريطة أن يكون موضوعها في إطار ما تعنى به المجلة.

## سياسة المجلة

- جميع حقوق الطبع والنشر والملكية للمقالات المنشورة تابعة لمجلة العلاقات العامة والإعلان، والعائدة للجمعية العلمية للعلاقات العامة والإعلان.
- النشر في المجلة يتطلب رسوم إجراءات التحكيم والنشر وقدرها ١٥٠٠ ريال سعودي للدراسة الواحدة (غير مستردة في حال عدم قبول نشر الدراسة).
- لا توجد رسوم اشتراك بالمجلة، وجميع المقالات المنشورة بالمجلة متاحة للقراءة بالمجان على موقع المجلة الإلكتروني.
- تحتوي المجلة بشكل أساسي على مواد علمية بحثية أصلية وأوراق علمية ومراجعات كتب.
- يجب أن يكون المستوى الأكاديمي للدراسات المقدمة للنشر مناسباً للخريجين و/ أو ما بعد الدكتوراه و/ أو المتخصصين.
- تشترط المجلة الأصالة في الدراسات العلمية المرسلة لها، وتخضع جميع الدراسات والأبحاث لعملية فحص نسبة الاستلال عن طريق برنامج متخصص في كشف الانتحال قبل البدء في عملية التحكيم العلمية بهدف تحديد نسبة الاستلال، وفي حال تبين أن نسبة الاستلال عالية؛ فالمجلة لها الحق في رفض قبول تحكيم الدراسة.

### مراجعة المحكمين:

تتبع المجلة العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان عملية المراجعة المزدوجة العمياء من قبل المحكمين، وهو نظام مراجعة يتم بموجبه إخفاء هوية مؤلفي الدراسات والأبحاث عن المحكمين المختارين، حيث تتم إزالة جميع التفاصيل التي قد تمكن المحكم من التعرف على المؤلفين للدراسة قبل إرسالها إلى المحكم، وبالمثل يتم إخفاء هويات المحكمين عن المؤلفين عند إرسال تعليقات المراجعين إلى المؤلفين.

### الإفصاح العلمي:

١. يجب على الباحثين والباحثات الكشف لهيئة التحرير بالمجلة عن أي تعارض بالمصالح قد يؤثر على تحكيم البحث المقدم للنشر بالمجلة.
٢. يجب على المحكم العلمي الالتزام بالإفصاح عن تخصصه العلمي، واهتماماته، وسيرته الذاتية، وقدرته على تحكيم البحث المرسل من الناحية المنهجية العلمية والشكلية والزمنية.
٣. يجب على المحكم الالتزام بعدم الإفصاح عن أي معلومات علمية وشخصية قد تضر بأصحاب البحوث، وتضر بالإضافة العلمية لهم، ويترك الأمر للجهة المحكمة للقيام بالإجراء القانوني المناسب.
٤. يجب على المحكم الالتزام بالإفصاح لهيئة التحرير عن أي خلل يتصل بالأمانة العلمية للأبحاث المقدمة.

# المحتويات

## بحوث علمية محكمة:

- ٨ تمثُّلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية السعودية ودورها في تعزيز الانتماء الثقافي - دراسة ميدانية في ضوء نظرية الغرس الثقافي

إعداد: د. ماجد بن فهد الشيباني  
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

- ٤٨ ما وراء النماذج الغربية: تحوُّلات النظام الإعلامي في عراق ما بعد الاستبداد - تحليل مقارن للمشهد الإعلامي البعثي والتوافقي من خلال وجهات نظر الخبراء

(دراسة باللغة الإنجليزية)

إعداد: د. هيثم هادي نعمان  
جامعة إكستر

- ٧٩ كشف الاستشراق في فيلم ديزني «علاء الدين» (١٩٩٢): الصور النمطية والسلطة والتمثيل

(دراسة باللغة الإنجليزية)

إعداد: د. عزالدين سليمان المطيري  
جامعة الملك سعود

## الرسائل العلمية:

- ٩٨ الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية وعلاقتها بتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي

(دراسة على حسابات وزارة الصحة والهيئة العامة للغذاء والدواء على منصة X)

إعداد: د. بدور راضي تراحيب المطيري  
إشراف: أ.د. يسرى حسني عبدالخالق

- ١٤٢ السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية

دراسة مسحية على العاملين في محطتي تلفزيون جازان وأبها

إعداد: أ. عفاف محسن موسى دقدقي  
إشراف: أ.د. عوض إبراهيم عوض

يسعدنا أن نقدم لكم العدد التاسع لسنة ٢٠٢٥ من مجلة العلاقات العامة والإعلان، الصادرة عن الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، والذي يصدر متزامناً مع احتفال المملكة العربية السعودية باليوم الوطني الخامس والتسعين تحت شعار «عزنا بطبعنا». إن هذا التزامن ليس مجرد توقيت، بل انعكاس حقيقي لرؤيتنا في ربط البحث الأكاديمي بالهوية الوطنية والثقافية، وتأكيد دور الإعلام والعلاقات العامة في تعزيز قيم الانتماء والاعتزاز بتراثنا الحضاري.

يضم هذا العدد باقة متميزة من البحوث الأكاديمية المحكّمة التي تستكشف تمثّلات الهوية الوطنية في الإنتاج الإعلامي السعودي، حيث تتناول إحدى الدراسات دور المسلسلات التلفزيونية في تعزيز الانتماء الثقافي من منظور نظرية الغرس الثقافي. كما يتضمن العدد تحليلاً معمقاً لتحوّلات الأنظمة الإعلامية في السياقات السياسية المتغيرة، ودراسة نقدية للصور النمطية في الإنتاج السينمائي العالمي وتأثيراتها على التمثيل الثقافي.

وفي إطار الاهتمام بالتطبيقات العملية للاتصال المؤسسي، يشمل العدد دراسات تطبيقية حول الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية ودورها في تعزيز الوعي الصحي عبر منصات التواصل الرقمي، بالإضافة إلى تحليل السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني وأثرها في فعالية الرسالة الإعلامية.

تأتي هذه الدراسات في ظل التحوّلات الجذرية التي يشهدها المشهد الإعلامي السعودي، والتي تتماشى مع توجهات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في بناء صناعة إعلامية متطورة تحافظ على الهوية الثقافية وتواكب المعايير العالمية. إن تركيز هذا العدد على قضايا الهوية والتمثيل الثقافي يعكس التزام المجلة بدعم البحوث التي تخدم التنمية الثقافية والإعلامية المستدامة.

نتوجه بالشكر والتقدير للباحثين المتميزين الذين أثروا هذا العدد بإسهاماتهم العلمية الرصينة، وللمحكّمين الذين ضمنوا معايير الجودة والدقة العلمية. كما نقدر جهود الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان في دعم النشر العلمي المتخصص وتعزيز دور البحث الأكاديمي في خدمة التنمية الوطنية.

عزّنا بطبعنا، وفخرنا ببحوثنا التي تعكس هويتنا وتطلعاتنا المستقبلية.

والله الموفق

رئيس هيئة التحرير

د. بندر بن عويص الجعيد

الاستاذ المشارك بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبدالعزيز

# تمثيلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية السعودية ودورها في تعزيز الانتماء الثقافي

دراسة ميدانية في ضوء نظرية الغرس الثقافي

إعداد: د. ماجد بن فهد الشيباني<sup>(1)</sup>

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر الدراما السعودية في تشكيل إدراك الجمهور لعناصر الهوية الوطنية من خلال تحليل التمثيلات والعناصر الثقافية التي تتضمنها الأعمال الدرامية، مثل: المعالم الجغرافية، واللغة واللهجة المحلية، والرموز الوطنية، والقيم الاجتماعية، كما تظهر في العناصر البصرية وكما يتفاعل معها المشاهدون.

وقد استندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي التي تفترض أن التعرض المتكرر للمحتوى الإعلامي يسهم تدريجياً في بناء تصورات عن الواقع الاجتماعي، خاصة عندما يكون هذا المحتوى مشبعاً بالرموز والتصورات الدرامية حول الهوية والانتماء الثقافي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة إلكترونية وزعت على عينة مكونة

١ أستاذ مشارك بقسم الإذاعة والتلفزيون والفيلم، كلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية. البريد الإلكتروني: mfalshaibani@imamu.edu.sa



من (٢٠٠) مبحوث تباينوا في النوع، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، ونمط الوسيط المستخدم في المشاهدة. وأظهرت النتائج أن عناصر الهوية الوطنية الأكثر إدراكاً تمثلت في الأماكن والمعالم السعودية، واللغة واللهجة المحلية، والانتماء الوطني بنسبة تجاوزت ٨٤٪، ما يدل على نجاح الدراما في ترسيخ الهوية المكانية واللسانية، كما كشفت النتائج عن فروق دالة إحصائياً في إدراك تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية تبعاً للفئة العمرية؛ حيث أظهرت أن الفئة الشابة (٢١-٣٠ سنة) لديها إدراك أعلى للعناصر اليومية والمعاصرة، مثل: اللهجة المحلية، والمعالم الحضرية، بينما أظهرت الفئات الأكبر سناً إدراكاً أعلى للرموز الوطنية، والسرديات التاريخية، ما يظهر اختلافاً في أنماط التلقي والإدراك بين الأجيال، ويؤكد أن الخلفية العمرية والمعرفية تلعب دوراً في تفسير الرسائل الرمزية. كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الوسيط المستخدم ونمط الإدراك؛ إذ ارتبط استخدام الهاتف المحمول بإدراك العناصر البصرية واللغوية نتيجة لطبيعة المشاهدة الفردية والسريعة، في حين ارتبط استخدام التلفزيون والحاسوب بإدراك الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية، ما يبرز دور الوسيط في تشكيل الهوية الوطنية، وتعزيز الانتماء الثقافي، وكشفت الدراسة عن حضور قوي للقيم الاجتماعية في الدراما السعودية أبرزها التسامح، الكرم، والانتماء الوطني؛ حيث عُرِضت هذه القيم ضمن سياقات حياتية مألوفة تُسهّم في غرسها تدريجياً في وعي الجمهور، في حين كان تمثيل المناسبات الوطنية بمستوى أقل مما يستدعي ضرورة تعزيز حضورها سردياً وبصرياً في الأعمال الدرامية، واختتمت الدراسة بمجموعة من التوصيات البحثية والتطبيقية المهمة في نهايتها.

الكلمات المفتاحية:

الهوية الوطنية، والدراما السعودية، والانتماء الثقافي، وتمثيلات وعناصر الهوية، والغرس الثقافي.

## **Representations of National Identity in Saudi Television Series and Their Role in Promoting Cultural Belonging: A Field Study in Light of Cultural Cultivation Theory**

### **Abstract:**

This study aimed to explore the impact of Saudi drama on shaping audience perceptions of national identity elements by analyzing the cultural representations embedded in dramatic works—such as geographical landmarks, local language and dialects, national symbols, and social values—as they appear visually and as interpreted by viewers. The study was grounded in Cultivation Theory, which posits that repeated exposure to media content gradually contributes to the construction of social reality, particularly

when such content is saturated with symbolic narratives related to identity and cultural belonging. A descriptive-analytical approach was employed, using an online questionnaire distributed to a sample of 300 participants varying in gender, age group, educational level, and preferred viewing medium. The results revealed that the most recognized elements of national identity were Saudi landmarks, local language and dialects, and national belonging, with a recognition rate exceeding 84%, indicating the drama's effectiveness in reinforcing spatial and linguistic identity. Statistically significant differences were found in the perception of identity elements across age groups. Younger participants (aged 21-30) demonstrated higher recognition of contemporary and everyday elements such as local dialects and urban landmarks, while older participants showed greater awareness of national symbols and historical narratives. This reflects generational differences in reception and interpretation, highlighting the role of age and cognitive background in decoding symbolic messages. The study also found a significant relationship between the type of viewing medium and patterns of perception. Mobile phone usage was associated with heightened recognition of visual and linguistic elements due to the fast-paced, individual nature of viewing, whereas television and computer use correlated with stronger recognition of national symbols and social values, underscoring the medium's role in shaping identity and enhancing cultural affiliation. Moreover, the findings revealed a strong presence of social values in Saudi drama, notably tolerance, generosity, and national belonging, presented within familiar life contexts that facilitate their gradual cultivation in audience consciousness. In contrast, national occasions were underrepresented, suggesting the need to enhance their narrative and visual presence in dramatic productions. The study concluded with a set of important research and practical recommendations.

**Keywords:** National identity, Saudi drama, cultural affiliation, identity representations, Cultivation Theory.

## المقدمة :

في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية التي تشهدها المملكة العربية السعودية برزت الدراما التلفزيونية كأحد أبرز الوسائط التعبيرية التي تُعيد تشكيل الخطاب الثقافي، وتُسهم في بناء الهوية الوطنية، فلم تعد المسلسلات مجرد أدوات ترفيهية فحسب، بل أصبحت منصات لتعزيز الانتماء، وتُجسيد القيم الاجتماعية، وإعادة إنتاج الصور الذهنية عن الذات والمجتمع، ومع تنامي الإنتاج الدرامي المحلي، وتزايد التفاعل الجماهيري عبر الوسائط الرقمية بات من الضروري دراسة أنماط وأساليب بناء الهوية الوطنية، وتمثُّلاتها داخل النصوص الدرامية، وطُرُق استقبالها، وتفسيرها من قِبَل الجمهور.

تتبع أهمية هذه الدراسة من سعيها إلى فهم العلاقة بين التعرض للمسلسلات السعودية، وإدراك عناصر وتمثُّلات الهوية الوطنية، وعلاقتها بتعزيز الانتماء الثقافي من خلال تحليل هذه التمثُّلات والعناصر،

مثل: المكان والمعالم، اللغة والرموز الوطنية، والقيم الاجتماعية، كما تظهر في الأعمال الدرامية والأنماط التي يدرك بها الجمهور هذه المظاهر والتصورات المرتبطة بالهوية الوطنية والانتماء الثقافي. وتُعالج الدراسة هذه العلاقة ضمن إطار نظري يستند إلى نظرية الغرس الثقافي التي تقترض أن التعرض المتكرر للمحتوى الإعلامي يُسهم تدريجياً في تشكيل تصورات الجمهور عن الواقع الاجتماعي، لا سيما عندما يكون هذا المحتوى مشبعاً بالرموز والسرديات الوطنية، كما تتناول الدراسة الفروق في الإدراك حسب العناصر الديموغرافية، كالنوع، الفئة العمرية، والوسيط المستخدم؛ بهدف الكشف عن ديناميكيات التلقي الثقافي، وتحديد مدى تأثير السياقات الشخصية والتقنية في تفسير الرسائل الرمزية، ومن خلال الجمع بين التحليل الإحصائي والمعالجة النظرية تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف دور الدراما السعودية في بناء الهوية الوطنية، وتقديم توصيات عملية لصنّاع المحتوى المرئي لتعزيز حضور الرموز الثقافية في الأعمال الدرامية.

### مشكلة الدراسة :

في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية التي تشهدها المملكة العربية السعودية أصبحت المسلسلات التلفزيونية أداة رئيسة في التعبير عن الهوية الوطنية، وصياغة أنماط الانتماء الثقافي، ومع تزايد الإنتاج الدرامي برزت تساؤلات حول طبيعة التمثيلات التي تقدمها هذه الأعمال، ومدى تأثيرها الفعلي على إدراك الجمهور للهوية والانتماء، رغم أن التلفزيون يُعد من أبرز الوسائل التي تسهم في تشكيل الهوية الجماعية، إلا أن التمثيلات المقدمة في المسلسلات قد تتفاوت بين تكريس معانٍ وطنية راسخة، وبين تقديم صور رمزية مشوّشة أو سطحية لا تعبّر بالضرورة عن تعقيدات الهوية السعودية.

من هنا تظهر الحاجة لتحليل دقيق لكيفية بناء هذه التمثيلات، والكشف عن الأبعاد الرمزية والسردية التي تسهم في صياغة إدراك الجمهور لها، خاصة في ظل تأثير تعرض الجمهور المتكرر لهذه المسلسلات في تشكيل القيم الوطنية والثقافية.

وتكمن مشكلة البحث في دراسة المضمون الدرامي السعودي وتأثيراته الثقافية، واستكشاف تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية فيه، ومعرفة مدى إسهام المسلسلات التلفزيونية في ترسيخ مشاعر الانتماء الثقافي، واستعراض الرموز والسرديات التي تتكرر لغرس مفاهيم الهوية الوطنية في ذهن المشاهد، ومن ثمّ دراسة مدى توافق هذه التمثيلات مع الواقع الاجتماعي والثقافي الذي تميّسه المملكة في الوقت الحاضر.

## تساؤلات الدراسة :

١. ما الرموز الثقافية والوطنية الأكثر شيوعًا في المسلسلات التلفزيونية السعودية، ومدى تكرارها؟
٢. كيف يتم تجسيد الهوية الوطنية والثقافية في البيئة البصرية للمسلسلات السعودية؟
٣. إلى أي مدى تظهر تمثيلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية واقع المجتمع السعودي؟
٤. كيف يؤثر التعرض المتكرر للمسلسلات على تصور الجمهور للهوية الوطنية؟
٥. ما الفرق بين تأثير التعرض المحدود والتعرض المكثف في ترسيخ مفاهيم الانتماء الثقافي؟
٦. كيف تعزز المسلسلات شعور الانتماء الثقافي من خلال سردها الدرامي؟
٧. ما العلاقة بين تمثيلات الهوية الوطنية والانخراط العاطفي للمشاهد مع الأحداث والشخصيات؟
٨. إلى أي مدى تشمل المسلسلات السعودية على تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية والثقافية؟

## فروض الدراسة :

١. الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك عناصر الهوية الوطنية في المسلسلات السعودية حسب العناصر الديموغرافية -الفئة العمرية-.
- الفرضية الفرعية الأولى: الفئة العمرية من ٢١ إلى ٣٠ سنة تُظهر إدراكًا أعلى لعناصر الهوية المرتبطة باللهجة المحلية، والمعالم الجغرافية مقارنة بالفئات الأخرى.
- الفرضية الفرعية الثانية: الفئة العمرية الأكبر من ٤٠ سنة تُظهر إدراكًا أعلى للرموز الوطنية والسرد التاريخي مقارنة بالفئات الأصغر.
٢. الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك عناصر الهوية الوطنية تبعًا للوسيط المستخدم في مشاهدة المسلسلات السعودية -هاتف محمول، تلفزيون ذكي، حاسوب-.
- الفرضية الفرعية الأولى: مستخدمو الهاتف المحمول يُظهرون إدراكًا أعلى للعناصر البصرية واللغوية، مثل: اللهجة والمعالم المحلية.
- الفرضية الفرعية الثانية: مستخدمو التلفزيون الذكي والحاسوب يُظهرون إدراكًا أعلى للعناصر الرمزية، مثل: الرموز الوطنية، والقيم الاجتماعية.

## أهمية الدراسة :

تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور المتزايد الذي تلعبه المسلسلات التلفزيونية السعودية في تشكيل الوعي الجمعي، خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي والثقافي الذي تشهده المملكة، وتزايد اعتماد الجمهور على التلفزيون كمصدر رئيس للمعرفة والتوجيه الرمزي والثقافي، ومن خلال تحليل تمثيلات الهوية الوطنية في الأعمال التلفزيونية يمكن فهم كيفية بناء مفاهيم الانتماء، وغرسها عبر المحتوى الإعلامي، وما إذا كانت هذه الأعمال تظهر فعلياً الواقع الثقافي والمجتمعي، أم أنها تقدم صوراً نمطية أو انتقائية. وتزداد أهمية هذه الدراسة من التحوّلات الثقافية والإعلامية التي تشهدها المملكة العربية السعودية؛ إذ أصبحت المسلسلات التلفزيونية جزءاً محورياً في بناء التصوّرات الجماهيرية حول الهوية الوطنية، والانتماء الثقافي، وفي ضوء نظرية الغرس الثقافي، فإن التعرّض المطوّل والمستمر لهذه الأعمال يشكّل أداة رمزية فعّالة في ترسيخ مجموعة من القيم والسرديات التي قد تكون مؤثرة في تشكيل وعي الفرد تجاه وطنه وثقافته، وترتكز أهمية الدراسة على محاور متعددة:

### أولاً: الأهمية العلمية

- تتبع من تناولها للمسلسلات التلفزيونية السعودية بوصفها وسيطاً تعبيرياً ورمزياً يبرز مكونات الهوية الوطنية في مرحلة تشهد فيها المملكة تحولات ثقافية واجتماعية واسعة.
- تُسهم في فهم العلاقة بين المحتوى التلفزيوني والوعي الجمعي من خلال تحليل كيفية صياغة الانتماء الوطني والثقافي داخل النصوص الدرامية.
- تتناول قضية مركزية ومحورية في الدراسات الثقافية والإعلامية، وهي كيفية تمثيل الهوية في الوسائط البصرية، ومدى انعكاس ذلك على الإدراك المجتمعي.
- كشف الفجوات الرمزية والثقافية، وتحديد ما إذا كانت الأعمال التلفزيونية تسهم في بناء تصور شامل وواقعي للهوية، أو تكرّس صوراً جزئية قد تضعف الشعور بالانتماء لدى شرائح من الجمهور.
- يمكن استخدامها أساساً في الدراسات المستقبلية المقارنة بين أنماط سرد الهوية في مختلف الدول العربية.
- مساعدة صناع المحتوى والسياسات الإعلامية من خلال تقديم مؤشرات حول فاعلية الخطاب التلفزيوني في تعزيز أو تهميش الانتماء، بما يسمح بتوجيه الإنتاج الإعلامي نحو أهداف وطنية وثقافية أكثر اتساقاً.

- الإسهام في إثراء الدراسات الإعلامية والثقافية، فالدراسة تمثل إضافة منهجية تُعزز فهم العلاقة بين الإعلام والهوية، وتفتح المجال لدراسات مقارنة مستقبلية على المستويين الخليجي والعربي.
- براه أهمية الرمز والسرد في بناء الوعي الوطني، وتأثير ذلك على مختلف الشرائح الاجتماعية، خاصة الشباب.
- تتيح دمج التحليل الرمزي والسيمائي مع النظريات الإعلامية؛ لفهم الأثر طويل المدى للمحتوى على تشكيل الهوية، والانتماء الثقافي.
- تقدم تطبيقاً عملياً لنظرية الغرس الثقافي في سياق عربي وسعودي، ما يُعد إثراء للمجال النظري الذي عادة ما يستند إلى نماذج غربية.
- تسهم في تطوير منهجيات تحليل جديدة تربط بين الدلالة البصرية، والسرد الرمزي ضمن النص الدرامي بما يعزز النظرية بوقائع تطبيقية.

## ثانياً: الأهمية التطبيقية

- توفر مدخلاً يمكن توظيفه من قبل صناع المحتوى لتقييم فاعلية الأعمال التلفزيونية في تمثيل الهوية الوطنية بشكل يعزز الانتماء الحقيقي.
- تدعم الجهات الإعلامية والثقافية في بناء سياسات إنتاج مدروسة تراعي البعد الرمزي والوطني في سرد المحتوى التلفزيوني.
- تقديم إطار تحليلي يمكن استخدامه مستقبلاً لفحص الأعمال الدرامية من منظور ثقافي وسميائي، بما يدعم تطوير سياسات إعلامية أكثر وعياً بالهوية الوطنية.
- المساهمة العملية في فهم كيفية توظيف التلفزيون لتعزيز الانتماء الثقافي، بما ينعكس على جهود صناع الإعلام، والجهات الثقافية.
- مقارنة بين النظرية والتطبيق: عبر توظيف إطار نظرية الغرس الثقافي لفحص مدى تأثير المشاهد المتكررة على وعي المشاهد، خصوصاً فيما يتعلق بالانتماء والهوية.
- تحليل ديناميكيات التمثيل الرمزي للهوية؛ حيث تسعى لفهم كيف تُصوّر عناصر الهوية الوطنية في الدراما السعودية، سواء من خلال الشخصيات، الأحداث، أو الحوارات، ومدى واقعيته أو تأثيرها بالنمطية.

- إضافة تحليل كيمي لمسلسلات محددة؛ حيث تسعى الدراسة لتحليل تأثير المسلسلات السعودية، وكشف علاقتها بالانتماء الثقافي من خلال تضمين تمثيلات الهوية الوطنية في العروض والمسلسلات السعودية المختلفة.

## أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. تحليل الرموز الثقافية والوطنية الأكثر شيوعاً في المسلسلات التلفزيونية السعودية، ودراسة مدى تكرارها، وتأثيرها على بناء الهوية الوطنية.
٢. استكشاف كيفية تجسيد الهوية الوطنية من خلال الشخصيات والبيئة البصرية، والسرد الدرامي في الأعمال التلفزيونية السعودية.
٣. تقييم مدى واقعية تمثيلات الهوية الوطنية في المسلسلات السعودية مقارنةً بالواقع الاجتماعي والثقافي للمجتمع السعودي.
٤. دراسة تأثير التعرض المتكرر للمسلسلات على تصورات الجمهور للهوية الوطنية وفق منظور نظرية الغرس الثقافي.
٥. مقارنة تأثير التعرض المحدود مقابل التعرض المكثف للمسلسلات في ترسيخ مفاهيم الانتماء الثقافي لدى المشاهدين.
٦. تحليل دور السرد الدرامي في تعزيز شعور الانتماء الثقافي من خلال البيئة البصرية والشخصيات، والرموز المستعملة.
٧. بحث العلاقة بين تمثيلات الهوية الوطنية، والانخراط العاطفي للمشاهد مع المحتوى الدرامي، والشخصيات المقدمّة.
٨. رصد مدى اشتمال الدراما التلفزيونية السعودية على تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية والثقافية.

## حدود الدراسة :

تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة في قضية الانتماء الوطني والثقافي من خلال تمثيلات المسلسلات السعودية على المنصات الرقمية، وبالتالي تتمثل حدودها المكانية في المملكة العربية السعودية، وتناقش ذلك خلال ١٨ شهراً من أول يناير ٢٠٢٤ إلى أول يوليو ٢٠٢٥م كحدود زمانية تشمل أكثر من

موسم درامي في أوقات ذروة متعددة تحقق أهداف الدراسة بكفاية التعرض.

## المفاهيم الإجرائية للدراسة:

تشمل هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات الأساسية التي تُشكّل إطارها المفاهيمي والتحليلي التي سيتم توضيح معانيها وفق استخدامها في البحث:

### الدراما التلفزيونية TV Drama

مصطلح الدراما أصله من اللغة اليونانية، ويعني التمثيل أو القيام بأداء عمل معين، وهو يعني محاكاة الواقع (Victor Turner, 2018, p23)، وبالتالي تعد الدراما قصة ممثلة وشكلاً فنياً مبنياً على فعل يستند للمحاكاة (وسام طمين، ٢٠١٨، ص٧١)، وهي أداء حركي ليس لتصوير الفعل فحسب، وإنما هي الفعل نفسه (عز الدين عطية، ٢٠١٠، ص٢٣)، ويُعرف (البناء، دعاء، ٢٠١٩، ص١٠٢) الدراما أيضاً بأنها: فن خاص بالتلفزيون يختلف عن الدراما الاذاعية، والدراما المسرحية، والدراما السينمائية، وترتكز على أساس يختلف عن الأساس الفني المعروف الذي يُمثّل على خشبة المسرح، أو في السينما، ويستند إلى خصائص التلفزيون كوسيلة للتعبير ووظيفته، وجمهور مشاهديه.

وإجرائياً يقصد الباحث بالدراما: الإنتاج المرئي الذي يُعرض عبر المنصات الرقمية، بعيداً عن القنوات التقليدية، وتمتاز بتنوع المحتوى، واستهداف جمهور أكثر تفاعلاً.

### الدراما الاجتماعية Social Drama

هي الدراما التي تتخذ من المشكلات الاجتماعية موضوعاً لها، وتعمل على تجسيدها فنياً في إطار التعبير الاجتماعي، ويمكن تحقيقه من خلال التعرض لقيم ومضامين متعددة؛ لتوضيح وطرح الحلول المناسبة لها لإقناع المشاهد، وتحسين خلفياته الثقافية والاجتماعية. (علي فاضل، ٢٠٢٠، ص٤٦).

وإجرائياً يريد بها الباحث: الدراما التي يتم عرضها على المنصات الرقمية، وتتناول القضايا الاجتماعية، وتسهم في معالجتها، وتغيير واقع المتلقي بما يوافق أهدافها.



## الهوية الوطنية National Identity :

يُقصد بها: «الخصائص والسمات التي تتميز بها كل أمة، وترجم روح الانتماء لدى أبنائها، ولها أهميتها في رفع شأن الأمم، وتقدمها وازدهارها، وبدونها تفقد الأمم كل معاني وجودها واستقرارها، بل يستوي وجودها من عدمه (المنير، محمود: ٢٠٠٠، ص١٤٦)».

والهوية هي شيء قابل للنقاش، وتأتي إثر عمليات التفاعل الإنساني، وتستلزم عمل مقارنات بين الناس؛ كي تؤسس أوجه التشابه والاختلاف بينهم، فأولئك الذين يعتقدون بوجود التشابه بينهم وبين الآخرين، يشتركون في هوية تتميز عن هوية الناس الذين يعتقدون أنهم مختلفون، ولا يشتركون بذات الهوية. (هارلمبس وهولبورن، ٢٠١٠، ص٩٢).

## الهوية الثقافية Cultural Identity :

مفهوم الهوية يقصد به: «الكيفية التي يعرف الناس بها ذواتهم وأمتهم، وتتخذ اللغة والثقافة والدين أشكالاً لها» (بلحبيب، رشيد: ٢٠١٣، ص٢٤٨)، ويمكن تعريف الهوية -أيضاً- بأنها: «هي التي تميز الفرد نفسه عن غيره، أي: تحديد حالته الشخصية (علي وتوت وآخرون: ٢٠٠٨، ص١٥)، أما الهوية الثقافية، فهي «ذاتية الإنسان ونقاؤه، وجمالياته وقيمه؛ بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها، أي: هي التي تحكم حركة الإبداع، والإنتاج المعرفي» (السحمراني، أحمد: ٢٠٠٨، ص٨)، وإجراءياً يقصد بها الباحث: تلك السمات والقيم التي يتشعب بها أفراد المجتمع بناءً على تنشئتهم الاجتماعية، وما اكتسبوه من ثقافة مجتمعية من صميم ما تعارف عليه المجتمع من قيم ومعتقدات، ولغة وتقاليد وسلوكيات يتسم بها شعب محدد تميزه بقية الشعوب.

## القضايا الاجتماعية Social Issues

يعرفها (Ophilus & Jackson, 2017, p14) بأنها: أنماط السلوك التي تشكل تأثيراً على المجتمع أو المجموعات والمؤسسات التي تشكل المجتمع، وهي مشكلات أو ظواهر تمس أفراد المجتمع، وتشكل تحدياً جماعياً، مثل: البطالة، الفقر، الفساد، التمييز، والعنف الأسري.

وإجراءياً يريد بها الباحث: الموضوعات الاجتماعية التي تم رصدها ضمن محتوى الحلقات، وتُطرح بشكل مباشر أو غير مباشر في الأحداث الدرامية في المسلسل عينة الدراسة.

## المواطنة :

المواطنة هي انتماء جغرافي إلى أرض معينة، والهوية هي انتماء جغرافي وثقافي إلى معتقدات وقيم ومعايير محددة، وتطور مفهوم المواطنة، وأصبحت انتساباً جغرافياً وثقافياً لأمة معينة، وبالتالي فالهوية لازمة للمواطنة، والعكس صحيح. (الغامدي، ٢٠١٧).

## التمثُّلات :

التمثُّلات مفردة تمثل، وهي التصور السابق، أو المعلومات الأولية عن موضوع أو قضية، و«تمثُّل أو تصوُّر الشيء: توهم صورته وتخيُّله، واستحضره في ذهنه، وتصور له الشيء: صارت له عنده تمثُّل مشخص، أو صورة وشكل» (معلوف، لويس: ١٩٧٥، ص ٤٤٠).

أما في قاموس Le Petit Robert، فالتمثُّل Représentation عملية وضع -استحضار- شيء ما أمام الأعين أو العقل، وهو جعل موضوع غائب أو مفهوم ما محسوساً بفضل صورة، شكل، رمز، دلالة ما... إلخ ( Robert, Paul: 1977, p98)، وهي عبارة عن معارف أولية، وأحكام مسبقة وارتسامات، وقد تكون معلومات رصينة وصحيحة، وقد تكون خاطئة.

واصطلاحاً يريد بها الباحث: تصورات أو مظاهر ونماذج الهوية الوطنية، وإسقاطاتها في المسلسلات السعودية، والتمظهرات والأشكال التي تظهر بها للمشاهد من عناصر مكونة للهوية في السرد الدرامي من خلال اللغة واللهجة، أو اللباس والمظهر العام، والعادات وغيرها.

## الإطار النظري للدراسة :

بالنظر إلى موضوع الدراسة: «تمثُّلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية السعودية ودورها في تعزيز الانتماء الثقافي: دراسة تحليلية في ضوء نظرية الغرس الثقافي»، فالإطار النظري يجمع بين مفاهيم الهوية الوطنية، والثقافية والتمثيل الرمزي، مع ربطها بسياق الإعلام السعودي.

وتلعب النظريات الإعلامية دوراً محورياً في تفسير العلاقة بين المحتوى المعروض عبر المسلسلات التلفزيونية المختلفة، وسلوك الجمهور، لا سيما في ظل تنامي دور الدراما التلفزيونية كوسيط ثقافي واجتماعي، ومع تطور الدراما السعودية، واهتمامها بإنتاج محتوى يظهر قضايا الواقع، وتبرز الحاجة إلى فهم كيفية صياغة هذه القضايا داخل النصوص الدرامية، وكيف تُعالج درامياً ليتلقاها الجمهور، ويعيد تأويلها وفقاً لتجاربه وسياقه الثقافي، وبما أن هذه الدراسة تستند إلى تحليل تمثُّلات الهوية الوطنية، وربطها بتعزيز الانتماء الثقافي من خلال الأعمال الدرامية التلفزيونية، فقد ارتكزت على نظرية الغرس

الثقافي، وتم اختيارها بناءً على قدرتها التفسيرية في الربط بين المحتوى الدرامي، وتأثيره الاجتماعي، وعلاقته بالهوية الوطنية والثقافية، فتم توظيفها في الدراسة كما يلي:

## نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory

### المفاهيم الأساسية للنظرية:

النظرية أسسها جورج جيربнер وظهرت في ستينيات القرن العشرين ضمن إطار «مشروع مؤشرات الثقافة (Cultural Indicators Project)»، وتنطلق النظرية من فرضية أن المشاهدة المتكررة للمحتوى الإعلامي - خصوصاً الدراما التلفزيونية-، والتعرض المستمر لها يُؤثر تراكمياً في إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي؛ حيث يبدأ المشاهد في بناء «واقع بديل» مستمد من تمثيلات الإعلام، وليس من التجربة اليومية المباشرة، وتُعد هذه النظرية جزءاً من التوجه النقدي في دراسات التأثير الإعلامي طويل المدى (محمد القعاري، ٢٠١٩، ص١٠٧)، وترتكز على المحاور التالية:

- الغرس (Cultivation): هو عملية بناء إدراك جمعي للواقع عبر التكرار المستمر للرسائل الإعلامية.
- العالم التلفزيوني البديل (TV World): تصور مركّب للواقع ينتج من الصور النمطية التي تقدمها البرامج.
- الغرس الثقيل (Heavy Cultivation): يشير إلى الأثر الأوضح عند فئة المشاهدين الكثيفين (Heavy Viewers)
- فرضية العالم المرعب (Mean World Syndrome): يرى جيربнер أن الجمهور الذي يتعرّض باستمرار لمشاهد العنف أو الإحباط في الإعلام يطور نظرة تشاؤمية للواقع (L. J. SHRUM, 2017, p10).

### علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

نظرية الغرس الثقافي تُعطي للبحث بُعداً تحليلياً؛ حيث لا يكتفي الباحث بمجرد تناول تأثير المحتوى الدرامي على المتلقي، بل يربط ذلك بمدى تأثيره على الهوية الوطنية والثقافية على تصوّر الجمهور السعودي لهذه المفاهيم في ضوء التأثير التراكمي للمضامين الدرامية. وذلك يتوافق مع مدلول هذه النظرية، فقد يغرس المحتوى التلفزيوني تصوّراً بالانتماء للمجتمع، ويمكن إثبات ذلك من خلال الدراسة، وتحليل مدى تأثير التكرار على تشكيل وعي المشاهد، وتعزيز انتمائه الوطني والثقافي،

خصوصاً أنّ النظرية تفترض أن التعرض المتكرر للمحتوى التلفزيوني يؤثر تدريجياً على إدراك الجمهور للواقع، ويفرس تصورات وقيم تتماشى مع ما يُعرض على الشاشة، وتميز بين نوعين من التأثير:

- الغرس الرئيس: بناء تصور عام للواقع.
- الغرس الجزئي: تأثيرات محددة مرتبطة بمحتوى معين، مثل: الهوية، أو الانتماء.

وبالتالي وُظفت النظرية في سياق الدراسة، واستُخدمت لفهم كيف تؤثر المسلسلات السعودية على تصورات الجمهور حول الهوية الوطنية والانتماء الثقافي، وتحليل كيفية بناء الهوية الوطنية داخل النص الدرامي، وما الرسائل الرمزية التي تُنقل إلى الجمهور، فتوفّر النظرية منظوراً مختلفاً لفهم العلاقة بين المحتوى الدرامي، والهوية الثقافية موضوع الدراسة.

### الدراسات السابقة :

تعد الدراسات السابقة ركيزة أساسية لأي بحث علمي؛ إذ تسهم في تحديد الاتجاهات البحثية السابقة، وتساعد الباحث على بناء رؤيته المنهجية، وتطوير أدواته التحليلية استناداً إلى ما تم إنجازه من قبل، وفي سياق هذه الدراسة التي تتناول «تمثلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية السعودية ودورها في تعزيز الانتماء الثقافي»، كان من الضروري مراجعة الأبحاث التي ناقشت تأثير الدراما على الجمهور، وعلاقتها بالهوية.

وقد أظهرت الدراسات السابقة أن الدراما تلعب دوراً جوهرياً في تشكيل الوعي المجتمعي؛ حيث تعتمد على أساليب مختلفة لبناء الهوية، أو تعزيز الانتماء لدى المشاهدين، كما أشارت بعض الدراسات إلى التأثير المتزايد للدراما في ذلك، ما يعزز أهمية دراسة هذا التحول في السياق الدرامي السعودي.

وفيما يلي أبرز الدراسات التي تناولت الدراما، وتأثيراتها على الهوية، ومدى قدرتها على تعزيز الانتماء، مع تقديم تحليل مقارن يُبرز نقاط التشابه والاختلاف بين هذه الدراسات والدراسة الحالية؛ بهدف بلورة الأساس النظري للدراسة، وتعزيز منهجيتها:

#### ١- دراسة (فصار، رباب؛ ٢٠٢٥)،

تتناول الدراما التلفزيونية والهوية الوطنية: دراسة تحليلية على عينة من المسلسلات المصرية، وهدفت إلى الوقوف على دور الدراما التلفزيونية في غرس الهوية الوطنية، ورفع مستويات الوعي العام بالانتماء والولاء للوطن، ورصد دور الأعمال الدرامية الوطنية في التوثيق الفني الدرامي للأحداث الوطنية الواقعية المرتبطة بتاريخ الحروب، وقضايا الإرهاب والبطولات الوطنية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي التحليلي، وتوصلت إلى نتائج أهمها: تنوع القصص الدرامية،

والتناول الدرامي في المسلسلات الوطنية التي قدمها التلفزيون؛ حيث قدمت بعضها قصصاً واقعية، وبعضها الآخر سلط الضوء على ملحمة وطنية، وبعضها تناول قصة حياة وسيرة ذاتية لشخصية وطنية عامة، وأكدت الدراسة أن أغلب المسلسلات الوطنية استخدمت مواد وثائقية وأرشيفية ضمن أحداث السياق الدرامي، وهو ما أثرى العمل الفني، وزاد من مصداقيته، وقدرته على توصيل رسائل الهوية الوطنية من خلال الربط بين الماضي والحاضر والمستقبل.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تركيزها على الدراما التلفزيونية والهوية الوطنية؛ حيث تناولت المسلسلات المصرية كأداة لغرس مفاهيم الانتماء والولاء الوطني، غير أن الاختلاف يكمن في السياق الجغرافي والتاريخي؛ إذ ركزت على أحداث الحروب والإرهاب... إلخ، بينما تركز الدراسة الحالية على السياق السعودي الثقافي.

وتعد هذه الدراسة مفيدة في إبراز أهمية استخدام المواد الوثائقية والأرشيفية داخل السياق الدرامي، ما يعزز مصداقية الرسائل الوطنية، وهو ما يمكن أن يُوظف في تحليل البنية السردية للمسلسلات السعودية.

## ٢- دراسة (أبورمان، حمزة؛ ٢٠٢٤)

تناولت دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة الأردنية، وهدفت إلى توضيح مفهوم المواقع الإلكترونية الإخبارية والهوية الوطنية الأردنية، وتحليل تأثير المواقع الإلكترونية الإخبارية على تعزيز الهوية الوطنية الأردنية لدى الطلبة الجامعيين، واعتمدت الدراسة منهجين متكاملين: المنهج الوصفي والمنهج التحليلي؛ إذ استخدم المنهج الوصفي لتقديم إطار نظري شامل حول المواقع الإلكترونية والهوية الوطنية الأردنية، بينما اعتمد المنهج التحليلي في الجانب الميداني للدراسة من خلال استبيان عينة عشوائية من الطلبة الجامعيين.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المسلسلات العربية هي أكثر أنواع البرامج متابعة، تليها برامج المسابقات، بينما لم تحظ الأفلام الأجنبية والبرامج الغنائية العربية والأجنبية بأهمية كبيرة مقارنة بالبرامج الأخرى، إضافة إلى ذلك بينت الدراسة وجود تأثير إيجابي للمواقع الإلكترونية الإخبارية على الهوية الوطنية الأردنية، ويبرز ذلك من خلال ما تبثه المواقع الإخبارية من معلومات تعزز إدراك الطلبة المفاهيم الهوية الوطنية الأردنية، وبيئت الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير الجنس على اتجاهات المبحوثين نحو تأثير المواقع الإخبارية على الهوية الوطنية الأردنية، كما تشير نتائج تحليل التباين إلى أن الذكور أجابوا بأن المواقع الإخبارية لها تأثير إيجابي على الهوية الوطنية الأردنية أعلى من إجابات الإناث، وبالتالي تثبت الدراسة الأثر الإيجابي للمواقع الإخبارية على الهوية الثقافية الأردنية؛ إذ

إنها تمتاز بقدرتها على نشر وبث ثقافات وأفكار متنوعة تؤثر على إدراك أبعاد الهوية الثقافية الأردنية. رغم أن هذه الدراسة لا تتناول الدراما التلفزيونية، إلا أنها تتقاطع مع الدراسة الحالية في هدفها العام المتعلق بتعزيز الهوية الوطنية من خلال وسائل الإعلام، وقد ركزت على المواقع الإخبارية الإلكترونية، وتأثيرها على طلبة الجامعة الأردنية، ما يختلف عن تركيز الدراسة الحالية على المسلسلات التلفزيونية، ومع ذلك توفر هذه الدراسة نموذجاً منهجياً يمكن الاستفادة منه في الجانب الميداني، خصوصاً في استخدام الاستبيان، وتحليل الفروق الإحصائية بين الجنسين، وهو ما يمكن أن يُوظف في تحليل اتجاهات الجمهور السعودي نحو المسلسلات الوطنية.

### ٣- دراسة (ياقوت، زينب: ٢٠٢٣)

تناولت دور الإعلام الجزائري في الحفاظ على الهوية الوطنية: تلفزيون الذاكرة أنموذجاً، وتحاول التعرف على دور الإعلام الجزائري في الحفاظ على الهوية الوطنية من خلال قناة الذاكرة التلفزيونية بالخوض في منهجية القناة، والهدف من إنشائها، وكذا الشبكة البرمجية لها، والكشف عن منهجها في الحفاظ على الهوية الوطنية بالبحث في برامج القناة، وعلاقة ذلك بالحفاظ على الهوية الوطنية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الذي فرضته طبيعة الدراسة القائم على الوصف بالتركيز على أداة الملاحظة، وتحليل مجموعة من برامج القناة مجتمع الدراسة، وأثبتت النتائج اهتماماً واضحاً من القناة في حفاظها على الهوية الوطنية، واهتمامها بتعزيز قيم المواطنة لدى الأجيال، خاصة الأطفال والشباب من خلال مجموعة من البرامج، خاصة أن القناة تتبع منهجية أكاديمية بيداغوجية في بناء هذه البرامج بشكل بسيط وسهل الفهم؛ بهدف تعزيز الموروث التاريخي لدى الشباب، والمساهمة في ترقية التواصل بين الأجيال، وبناء معرفة تاريخية تكون بمنزلة قاعدة للمواطنة، وبالتالي أوضحت النتائج أن أبرز دور تقوم به قناة الذاكرة هو غرس الروح الوطنية، والاهتمام بالتاريخ الوطني للجزائر، والقيام بوظيفة تذكير المشاهد بتاريخ وثورات الجزائر عبر العصور المختلفة من خلال عرض الأفلام الوثائقية.

تعد هذه الدراسة قريبة من الدراسة الحالية من حيث تناولها للإعلام التلفزيوني، ودوره في الحفاظ على الهوية الوطنية، لكنها ركزت على قناة تلفزيونية جزائرية مختصة في التاريخ الوطني، وتبرز أهميتها في توضيح العلاقة بين الإعلام والتربية الوطنية، خاصة لدى فئة الشباب، وهو ما يمكن أن يُستفاد منه في تحليل الرسائل التربوية والثقافية التي تحملها المسلسلات السعودية، ومدى قدرتها على بناء وعي تاريخي وثقافي لدى الجمهور.

### ٤- دراسة (الجبير، محمد: ٢٠٢٢)

تناولت إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور السعودي، وهدفت

الدراسة إلى التعرف على آراء مشاهدي القنوات الفضائية السعودية تجاه الإسهامات التي تقوم بها القنوات الفضائية السعودية الحكومية والخاصة في تعزيز الهوية الوطنية، وتدعيمها لديهم عبر برامجها المختلفة، واستخدمت المنهج المسحي لسكان مدينة الرياض عن طريق توزيع الاستبانة عليهم، وتوصلت دراسته لنتائج منها: 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، وأكدت الدراسة تكامل البرامج الإعلامية مع عمل المحاضن التربوية، كالمسجد والأسرة والمدرسة في تعزيز الهوية الوطنية، فأوضحت النتائج أن أكثر إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية في الجانب الديني تمثلت في نقل صلوات الحرمين، وخطب الجمعة، وترجماتها، ونقل شعائر الحج، وبينت 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 الجانب اللغوي أوضحت 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.

تتناول هذه الدراسة القنوات الفضائية السعودية، ودورها في تعزيز الهوية الوطنية، ما يجعلها الأقرب إلى السياق المحلي للدراسة الحالية، لكنها تختلف في تركيزها على البرامج العامة والدينية دون تخصيص للمسلسلات، وتعد هذه الدراسة مفيدة في فهم الأبعاد المختلفة للهوية الوطنية، كما تظهر في الإعلام السعودي، مثل: الجانب الديني، التاريخي، الاجتماعي، واللغوي، وهي عناصر يمكن أن تُدمج في تحليل محتوى المسلسلات السعودية من حيث تمثيلها للهوية الوطنية، وربط الإعلام بالمحاضن التربوية.

##### ٥- دراسة (التونسي، فائزة وآخرون: ٢٠١٨)

تناولت البرامج التلفزيونية وانعكاساتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، وتناقش بالتحليل ظاهرة البرامج التلفزيونية وتأثيراتها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، خاصة على فئة الشباب من مدينة الأغواط، وكيفية تفاعلهم مع مظاهرها، وتهدف الدراسة إلى الكشف عن عادات -معدلات- المشاهدة إلى جانب نوعية هذه البرامج، وجوانب تأثيرها على الهوية الثقافية من وجهة نظر الشباب بوصفها تمثل الكيان الشخصي والروحي للفرد، وهي المحرك لأي حضارة أو أمة، واعتمدت على منهج تحليل المحتوى باستخدام أحد أساليبه هو أسلوب التحليل الفئوي، إضافة إلى أداة المقابلة المقننة، واستبيان على عينة باستخدام طريقة العينة الغرضية -القصدية- من الشباب من سن ١٨ إلى ٤٠ سنة. وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زادت ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية تشبع الشاب بأفكار وثقافة الانتماء على معيار العالمية، أي: نقيض الوطنية والعردوبة والإسلام، بينما ارتقاع عدد سنوات

مشاهدة البرامج التلفزيونية يزيد من إيمان الشاب بأن المجتمعات المتفتحة هي الأنسب له كمحيط ملائم للاندماج، والعيش فيه، وأكدت الدراسة أن مكانة اللغة العربية الفصحى تأتي في المرتبة الثالثة بعد اللهجة المحلية، واللغة الأجنبية؛ بسبب طبيعة البرامج التلفزيونية التي يتابعها المبحوث، وهناك وعي من الشباب بأن الثقافة الوطنية التقليدية هي الأنسب للحفاظ على الهوية الوطنية على حساب ثقافة العولمة العالمية، ولاحظت الدراسة أن الغرض من متابعة البرامج التلفزيونية كان دائماً من أجل الترفيه وقضاء وقت الفراغ، وهذا ما أثر بدوره على نوع اللباس باقتداء الشباب باللباس العصري. تركز هذه الدراسة على تأثير البرامج التلفزيونية على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، وتتناول ظاهرة العولمة، وتأثيرها على الانتماء الوطني، ورغم اختلاف السياق الثقافي، إلا أن الدراسة تقدم رؤى مهمة حول علاقة نوعية البرامج، وساعات المشاهدة بتشكيل الهوية، وهو ما يمكن أن يُستفاد منه في تحليل تأثير المسلسلات السعودية على فئة الشباب، خاصة في ظل التحديات الثقافية المعاصرة.

#### وختلاصة المقارنة أنه:

يتضح من الدراسات السابقة أن الإعلام بمختلف أشكاله -سواء كان دراما تلفزيونية، مواقع إلكترونية، أو قنوات فضائية- يلعب دوراً محورياً في تشكيل وتعزيز الهوية الوطنية، وتوفر هذه الدراسات نماذج منهجية متنوعة، ورؤى تحليلية يمكن أن تُوظف في بناء الإطار النظري والمنهجي لهذه الدراسة، مع التركيز على الخصوصية الثقافية السعودية، ودور المسلسلات التلفزيونية في تمثيل الهوية الوطنية، وتعزيز الانتماء الثقافي لدى الجمهور، وارتبطت بالدراسة في النقاط التالية:

1. منهجية التحليل: معظم الدراسات استخدمت المنهج الوصفي والتحليلي، ما يدعم اختيار تحليل المحتوى النوعي في دراسة المسلسلات السعودية.
2. أدوات البحث: يمكن الاستفادة منها في بناء أدوات البحث، مثل: الاستبيان، والملاحظة لتوسيع الجانب الميداني في الدراسة.
3. التنوع الثقافي: المقارنة بين السياقات المصرية، الأردنية، الجزائرية والسعودية تتيح للدراسة إبراز خصوصية الهوية الوطنية السعودية في الدراما.
4. الرموز والسرديات: تؤكد الدراسات أهمية الرموز الوطنية، اللغة، اللباس، والتاريخ في بناء الهوية، وهي عناصر مركزية في هذه الدراسة.
5. الفئات المستهدفة: ركزت بعض الدراسات على الشباب، ما يمنح الدراسة فرصة لتحديد عينتها بدقة وتحليل تأثير المسلسلات عليهم.



كل ذلك يعزز أهمية البحث كدراسة حديثة ومعقدة في تحليل المسلسلات السعودية، ويساعد على تحديد الإضافة العلمية التي يقدمها البحث مقارنة بالدراسات السابقة، ويمكن من استلهام طرق وأساليب التحليل من هذه الدراسات لتطبيقها على الدراما موضوع الدراسة المستهدفة، كما يمكن الباحث من بناء مقارنات مفيدة أثناء عرض النتائج عبر الإشارة إلى أوجه التشابه والاختلاف.

وهذه الدراسة والدراسات السابقة تناولت تأثير الوسيط الإعلامي، ومحتواه في تناول قضايا الهوية الوطنية والثقافية، وما يؤثر في الجمهور ومعالجتها، وأن هناك إجماعاً بحثياً على الدور المؤثر الذي تلعبه الدراما في تعزيز الهوية، والانتماء الثقافي، فأكدت هذه الدراسات ذلك.

## منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يُعد من أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر الإعلامية والثقافية؛ حيث يتيح وصف الظاهرة وتحليل مكوناتها الرمزية والسردية، دون التدخل في تغييرها، أو التأثير عليها، ويُستخدم هذا المنهج في هذه الدراسة لتحليل تمثيلات الهوية الوطنية في المسلسلات التلفزيونية السعودية من خلال تفكيك الرموز، الشخصيات، والبيئة البصرية التي تُسهم في بناء الانتماء الثقافي.

كما توظف الدراسة المنهج المسحي أداة رئيسية؛ بهدف الكشف عن الأنماط الرمزية والسردية التي تتكرر في النصوص الدرامية، وتحديد مدى ارتباطها بمفاهيم الهوية والانتماء، ويشمل ذلك المسح لمعرفة أثر الحوارات، الشخصيات، الأحداث، والبيئة البصرية وفق مؤشرات مستمدة من نظرية الغرس الثقافي عبر استبيان موجه لعينة من الجمهور السعودي لقياس مدى تأثير التعرض المتكرر للمسلسلات على إدراكهم للهوية الوطنية، ومدى شعورهم بالانتماء الثقافي.

## مجتمع وعينة الدراسة :

### أولاً: المجتمع الأصلي

يتمثل مجتمع الدراسة الأصلي من الجمهور السعودي المتابع للمسلسلات التلفزيونية المحلية بوصفهم الفئة المستهدفة التي تتعرض للمحتوى الدرامي، وتشكل تصوراتها حول الهوية الوطنية من خلاله، ولأغراض الدراسة يمكن تحديد المجتمع بشكل أكثر دقة ليشمل:

- سكان مدينة الرياض بوصفها العاصمة، والأكبر تعداداً، ولسهولة الوصول إلى العينة منها ميدانياً أو إلكترونياً، ولتمثيلهم شريحة متنوعة ثقافياً واجتماعياً.

- فئة الشباب والبالغين من الجنسين (من عمر ١٨ إلى ٤٥ سنة)؛ نظراً لكونهم الأكثر متابعة للمسلسلات.
- العينة من أفراد لديهم تجربة مشاهدة منتظمة للمسلسلات السعودية، سواء عبر التلفزيون والجوال، أو المنصات الرقمية، مثل: شاهد Shahid، ونفليكس Netflix، وغيرها.

## ثانياً: العينة المقترحة

### نوع العينة:

عينة قصدية - غرضية- تم اختيارها بناءً على توافر شرط متابعة المسلسلات السعودية بانتظام؛ لضمان ملاءمة الإجابات لموضوع الدراسة.

### حجم العينة:

- بلغ حجم العينة ٣٠٠ مبحوث بعد استبعاد العينات غير المستوفية للشروط؛ لضمان تمثيل كافٍ، وتحقيق دلالة إحصائية.
- وتم تقسيم العينة حسب:
  - الجنس (ذكور / إناث).
  - الفئة العمرية (أصغر من ٢٠)، (٢١-٣٠)، و(٣١-٤٠) و(أكبر من ٤٠) سنة.
  - المستوى التعليمي (دون الجامعي، جامعي، فوق الجامعي).

### طريقة التوزيع:

- عبر استبيان إلكتروني باستخدام (Google Forms)، واعتمدت الدراسة في توزيع الاستبيان على أسلوب كرة الثلج (Snowball Sampling)، وهو أحد أساليب العينة غير الاحتمالية، ويُستخدم عندما يصعب الوصول إلى أفراد المجتمع الأصلي مباشرة، أو عندما تكون الفئة المستهدفة محددة بخصائص معينة، كما هو الحال في هذه الدراسة التي تستهدف جمهوراً يتابع المسلسلات التلفزيونية السعودية بانتظام.
- وقد بدأ توزيع الاستبيان من خلال مجموعة أولية من المشاركين الذين تُطبق عليهم شروط العينة، مثل: الاهتمام بالدراما السعودية، ومتابعة المسلسلات المحلية، ثم طلب من هؤلاء المشاركين

ترشيح أفراد آخرين من محيطهم الاجتماعي ممن تُطبق عليهم الشروط نفسها، وهكذا توسعت دائرة المشاركين تدريجياً، مع توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك.

- ويُعد هذا الأسلوب مناسباً لطبيعة الدراسة؛ حيث يتيح الوصول إلى جمهور متنوع من مختلف الفئات العمرية والتعليمية، ويضمن أن تكون العينة مكونة من أفراد لديهم تجربة مشاهدة فعلية، ما يعزز من مصداقية البيانات، وملاءمتها لأهداف الدراسة.

### مبررات اختيار المجتمع والعينة :

- فئة الشباب والبالغين هم الأكثر تعرضاً للمسلسلات، وبالتالي الأكثر تأثراً بتمثلات الهوية.
- مدينة الرياض تمثل بيئة حضرية متنوعة، وتضم جمهوراً واسعاً من مختلف الخلفيات.
- العينة القصدية تضمن أن المشاركين لديهم تجربة مشاهدة فعلية، ما يعزز مصداقية النتائج.

### صدق وثبات أداة الدراسة - استمارة الاستبيان - :

الصدق والثبات في أدوات الدراسة يُعد من أهم عناصر المنهجية، خصوصاً في البحوث التي تعتمد على الاستبيانات لقياس مفاهيم، مثل: الهوية الوطنية، أو التمثيل الثقافي في الإعلام، ولضمان جودة البيانات المستخلصة من الاستبيان تم التحقق من صدق وثبات الأداة وفقاً للمعايير العلمية المتبعة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، ومنها:

#### أولاً: الصدق (Validity)

تحقق الباحث من الصدق الظاهري (Face Validity) للأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المختصين في الإعلام والدراسات الاتصالية؛ حيث تم تقييم مدى وضوح البنود، وملاءمتها لأهداف الدراسة، وقد أُجريت التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظاتهم؛ لضمان أن تقيس البنود المفاهيم المستهدفة بدقة، كما تم التأكد من صدق المحتوى (Content Validity)، وذلك عبر مراجعة شاملة للأدبيات والنظريات ذات الصلة، مثل: نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)؛ لضمان أن البنود تغطي جميع جوانب الظاهرة المدروسة.

#### ثانياً: الثبات (Reliability)

تم قياس ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)؛ حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية مكونة، ما نسبته ١٠٪ من عينة الدراسة (عدد ٣٠ مشاركاً)، وجاءت نتائج الثبات على النحو التالي:

جدول رقم (١): تحليل ثبات أداة الاستبيان بمعامل ألفا كرونباخ:

المحور	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية في المسلسلات السعودية	٨	٠,٨٧
العلاقة بين إدراك عناصر الهوية الوطنية والفئة العمرية والوسيط المستخدم للمشاهدة	٨	,٨٣
القيم الاجتماعية التي تعزز الانتماء الوطني والثقافي في المسلسلات السعودية	٦	٠,٧٩

وتعد هذه القيم مؤشراً جيداً على ارتفاع مستوى الثبات الداخلي؛ حيث تجاوزت جميعها الحد المقبول علمياً (٠,٧٠)، ما يدل على اتساق الأداة في قياس المفاهيم المستهدفة.

### الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اختيار الأساليب الإحصائية المناسبة تبرز قوة التصميم المنهجي للدراسة، خاصة عند استخدام الاستبيان لقياس مفاهيم، مثل: تمثيلات الهوية الوطنية، والانتماء الثقافي، فاعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية؛ بهدف تحليل البيانات المستخلصة من الاستبيان باستخدام الجداول التكرارية العادية لوصف عناصر وفئات التحليل، واستخلاص النتائج التي تُسهم في الإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه.

وقد تم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات، وفقاً لما يلي:

#### أولاً: الأساليب الإحصائية الوصفية

- التكرارات والنسب المئوية: لعرض توزيع الإجابات على البنود، وتحديد مدى انتشار الاتجاهات إحصائياً بين أفراد العينة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لقياس درجة موافقة المبحوثين على البنود المختلفة، وتحديد مدى تباين الإجابات.

#### ثانياً: الأساليب الإحصائية الاستدلالية

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لقياس ثبات الأداة، ومدى اتساق البنود داخلياً.
- تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): لدراسة الفروق بين أكثر من مجموعة، مثل: حسب الفئة العمرية والوسيط المستخدم في المشاهدة، وتحديد أثرهما على إدراك الهوية والانتماء.
- اختبار (Tukey) للمقارنات البعدية: لمقارنة متوسطات إجابات المبحوثين بعد اختبار (ANOVA)،

وقياس الفروق الإحصائية بينهم حسب الفئة العمرية، والوسيط المستخدم في المشاهدة، ومعرفة مستوى إدراكهم لعناصر الهوية الوطنية والثقافية.

### مبررات اختيار هذه الأساليب:

تم اختيار هذه الأساليب نظراً لقدرتها على:

- تقديم صورة كمية دقيقة عن اتجاهات الجمهور.
- اختبار الاحصائيات المتعلقة بالفروق والتأثيرات.
- دعم التحليل النوعي للمحتوى الدرامي بنتائج دقيقة.

### نتائج الدراسة:

جدول رقم (٢): البيانات الديموغرافية لأفراد العينة (ن = ٣٠٠)

النسبة المئوية	التكرار	البيان	الفئة
٦٦,٠%	١٩٨	أنثى	النوع
٣٤,٠%	١٠٢	ذكر	
١٠٠%	٣٠٠	المجموع	
١٠,٧%	٣٢	أقل من ٢٠ سنة	الفئة العمرية
٣٥,٢%	١٠٦	من ٢١ إلى ٣٠ سنة	
٢٠,٧%	٦٢	من ٣١ إلى ٤٠ سنة	
٣٣,٣%	١٠٠	أكبر من ٤٠ سنة	
١٠٠%	٣٠٠	المجموع	
١١,٣%	٣٤	دون الجامعي	المستوى التعليمي
٥٣,٤%	١٦٠	جامعي	
٣٥,٣%	١٠٦	فوق الجامعي	
١٠٠%	٣٠٠	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه البيانات الديموغرافية للمبحوثين، ويشير إلى أن الإناث يشكلن (٦٦%) من العينة مقابل (٣٤%) من الذكور، ما يظهر اهتماماً ملحوظاً من الإناث بالدراما التلفزيونية السعودية، ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي فإن كثافة تعرض الإناث للرسائل الإعلامية المتكررة في الدراما قد تؤثر بشكل

أعمق في تشكيل تصوراتهن حول الهوية الوطنية، خاصة إذا كانت هذه الرسائل تتضمن تمثيلات رمزية للمرأة السعودية في أدوار اجتماعية، أو ثقافية محددة.

ويشير الجدول إلى أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي من ٢١ إلى ٣٠ سنة، فكانت بنسبة (٣، ٣٥٪)، تليها الفئة أكبر من ٤٠ سنة بنسبة بلغت (٣، ٢٣٪).

ويكشف هذا التوزيع الفروق الجيلية في التعرض للمسلسلات واستقبال رسائلها الرمزية، فالفئة الشابة قد تكون أكثر انفتاحاً على التمثيلات الحديثة للهوية الوطنية، وتعرض بشكل أكبر للدراما الرقمية أو المنصات الجديدة، بينما الفئة الأكبر سناً قد تحمل تصورات تقليدية، ما يسمح بمقارنة نقدية بين الأجيال في فهم الهوية الوطنية، كما تُعرض في الدراما.

وأشار الجدول -أيضاً- إلى أن أكثر من نصف العينة (٤، ٥٢٪) يحملون مؤهلاً جامعياً، و(٢، ٣٥٪) فوق جامعي، وهذا يشير إلى أن العينة ذات مستوى معرفي مرتفع، ما يعزز من قدرتهم على تفكيك وتحليل الرموز الثقافية في المحتوى الدرامي لأهمية تفاعل الفئة المتعلمة مع التمثيلات الرمزية للهوية الوطنية لمقدرتهم على التمييز بين التمثيل الواقعي والمصطنع، خاصة في ظل تنامي الإنتاج الدرامي المحلي، وما يترتب على التعرض المتكرر للدراما، وإسهامه في تشكيل تصوراتهم حول الواقع الاجتماعي، وهو ما سيتم تحليله في هذه الدراسة؛ لمعرفة تأثير الدراما السعودية في غرس مفاهيم معينة عن الهوية الوطنية، خاصة لدى الإناث والفئات الشابة، وفهم كيفية بناء الرموز الثقافية في الدراما، وكيف تُستقبل وتُفسر من قبل الجمهور، فالتركيبة الديموغرافية للعينة تمكّن من تحليل كيف تتشكل الهوية الوطنية عبر النوع والعمر والتعليم من خلال التفاعل مع المحتوى الدرامي المحلي.

جدول رقم (٣): مستوى تعرّض أفراد العينة للمسلسلات السعودية (ن = ٣٠٠)

النسبة المئوية	التكرار	البيان
٥٢,٣٪	١٥٧	دائماً
٤٧,٧٪	١٤٣	أحياناً
٠,٠٪	٠	مطلقاً
١٠٠٪	٣٠٠	المجموع

الجدول أعلاه يوضح مستوى تعرض المبحوثين للمسلسلات السعودية، ويشير إلى ارتفاع نسبة من يتابعون المسلسلات السعودية بشكل دائم بنسبة بلغت (٣، ٥٢٪)، ما يؤكد يشير إلى وجود تفاعل مستمر وعميق مع المحتوى المحلي، وهذا يعزز من احتمالية أن المسلسلات السعودية تمثل مصدراً مركزياً للتمثيلات الثقافية، ويمنحها قدرة أكبر على التأثير في تشكيل الهوية والانتماء.

يشير الجدول -أيضاً- إلى انخفاض نسبة الذين يشاهدون المسلسلات (أحياناً)؛ حيث بلغت (٧, ٤٧٪)، ورغم أن هذه الفئة ليست بالقليلة، إلا أن انخفاضها يعني أن هناك درجة من الاهتمام الموسمي أو الانتقائي، ولكنها تُعد أقل من المتابعة المستمرة، ويمكن أن تُفسر هذه النتيجة بأن الجمهور يجد في المسلسلات السعودية عناصر جذب دائمة، سواء من حيث القيم أو الشخصيات أو اللغة.

ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي، فإن التعرض الدائم للمحتوى الإعلامي يُنتج تأثيراً تراكمياً على إدراك الواقع، وبالتالي فإن هذه النتيجة تدعم بقوة فكرة أن المسلسلات السعودية قد تسهم في غرس تصورات محددة عن الهوية الوطنية، والعادات، والصورة الذاتية للمجتمع السعودي، كما يمكن استخدام هذه النتيجة لتفسير التماثل الثقافي بين الجمهور والمحتوى، خاصة إذا كانت المسلسلات تعرض رموزاً وطنية أو سرديات تاريخية، فإن التعرض المتكرر والمستمّر للمحتوى الإعلامي يُسهم في غرس أنماط إدراكية وسلوكية لدى المشاهدين، لا سيما فيما يتعلق بالهوية والانتماء، وعليه فإن ارتفاع نسبة التعرض الدائم في هذه الدراسة يُعد مؤشراً على إمكانية تأثير المسلسلات السعودية في تعزيز مفاهيم الهوية الوطنية من خلال ما تقدمه من رموز ثقافية وسرديات اجتماعية تظهر الواقع المحلي، في حين لم يشير الجدول إلى أي حالات لعدم التعرض مطلقاً، فتظهر هذه النتيجة مستوى مرتفعاً من التفاعل المستمر مع الإنتاج الدرامي المحلي، ما يعزز من أهمية المسلسلات السعودية كمصدر ثقافي مؤثر في تشكيل التصورات الاجتماعية لدى الجمهور، كما أن غياب فئة (مطلقاً) يدل على شمولية التعرض داخل العينة، ما يمنح الدراسة قوة تفسيرية في تحليل العلاقة بين مستوى التعرض، وتمثلات الهوية.

جدول رقم (٤): الوسيط المستخدم في تعرّض أفراد العينة للمسلسلات السعودية (ن = ٣٠٠)

الوسيط المستخدم	التكرار	النسبة المئوية
جهاز حاسوب	٣٧	١٢,٣٪
هاتف محمول	٢٢٤	٧٤,٧٪
جهاز لوحي	١٩	٦,٣٪
شاشة تلفزيون ذكية	٢٠	٦,٧٪
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪

يوضح الجدول أعلاه تحليل الوسيط المستخدم في مشاهدة المسلسلات السعودية، وتشير نتائجه إلى أن الهاتف المحمول يُعد الوسيط الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة لمتابعة المسلسلات السعودية بنسبة بلغت (٧, ٧٤٪)، مقارنةً بوسائل أخرى مثل الحاسوب (٣, ١٢٪)، الجهاز اللوحي (٣, ٦٪)، وشاشة التلفزيون الذكية (٧, ٦٪).

تظهر هذه النسبة المرتفعة تحولاً جوهرياً في أنماط المشاهدة من الوسائط التقليدية إلى الوسائط الرقمية المحمولة، هذا النمط يعزز من الخصوصية والطابع الفردي في التفاعل مع الرموز الثقافية، وتلقي المحتوى الدرامي، ويجعل التأثير أكثر ذاتية خصوصاً مع ظهور منصات رقمية لها جمهورها في المملكة، مثل: منصة شاهد ومنتليكس، وغيرها، الأمر الذي يعضد الذاتية في المشاهدة، وزيادة الاعتماد على الوسائط الشخصية في المشاهدة، مثل: الجوال والهاتف اللوحي والحواسيب المحمولة.

ويُعد هذا التحول ذا دلالة نظرية ضمن إطار نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)؛ إذ إن التعرض المتكرر للمحتوى عبر وسائط شخصية قد يُنتج تصورات مستقرة حول الرموز الثقافية والهوية الوطنية تختلف عن تلك التي تتشكل في سياق المشاهدة الجماعية، ما أشار إليه وأكدته الجدول رقم.

كما أن انخفاض استخدام شاشة التلفزيون الذكية يبرز تراجع دور التلفزيون كوسيط تقليدي في تشكيل الخطاب الثقافي، رغم أنه كان تاريخياً الأداة الأساسية لبث الدراما الوطنية، وهو ما قد يؤثر على طبيعة التفاعل مع العناصر البصرية والرمزية في المسلسلات، مثل: البيئة المحلية واللباس التقليدي، ومن هنا يُعد الوسيط المستخدم عاملاً حاسماً في فهم مدى تأثير الدراما السعودية على إدراك الهوية والانتماء، ويستدعي مزيداً من التحليل المقارن بين أنماط المشاهدة المختلفة، فالوسيط المستخدم لا يؤثر فقط على الوصول إلى المحتوى، بل -أيضاً- على طريقة التفاعل معه، ومدى الانتباه للرسائل الرمزية.





يوضح الجدول تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية والثقافية في المسلسلات السعودية وإدراكها لدى المشاهد، وأظهرت نتائج الجدول تفاوتاً في مستوى إدراك عناصر الهوية الوطنية لدى أفراد العينة، كما تم تمثيلها في المسلسلات السعودية، فقد جاءت أعلى نسبة إدراك في عنصر «الأماكن والمعالم السعودية» بوزن نسبي بلغ (٨٦,٢٪)، وهذا تمثيل إدراكي أعلى للأماكن والمعالم السعودية، ما يدل على حضور بصري قوي للبيئة المحلية في الأعمال الدرامية، وهو ما يعزز الانتماء الجغرافي ويرسخ الهوية المكانية، تليه «اللغة واللهجة المحلية» (٨٣,٤٪)، و«الانتماء الجغرافي» (٨٣,٨٪)، ما يدل على حضور بصري ولساني (لفظي) قوي للبيئة المحلية في الأعمال الدرامية، فجاءت في المرتبة الثانية ما يظهر نجاح الدراما السعودية في استخدام أدوات التعبير الثقافي الأصيلة، وهو ما يسهم في ترسيخ الهوية المكانية وتعزيز الشعور بالانتماء الوطني، كما سجلت عناصر مثل «الرموز الوطنية»، و«التاريخ والسرد الوطني»، و«اللباس التقليدي» نسباً مرتفعة نسبياً، ما يبرز نجاح الدراما السعودية في تضمين سرديات وطنية ورموز ثقافية واضحة.

وتكرار هذه الرموز يمكن تفسيره في ضوء نظرية الغرس الثقافي بأنه يوافق افتراضها أن التكرار المستمر لهذه الرموز والمضامين في المسلسلات يسهم في غرسها تدريجياً في وعي الجمهور، خاصة عند التعرض المنتظم.

في المقابل، جاءت «المناسبات الوطنية» في أدنى مرتبة من حيث الإدراك بوزن نسبي بلغ (٥٢,٦٪)، وهو ما يشير إلى ضعف تمثيل هذه المناسبات في السياق الدرامي، أو عدم وضوحها لدى المشاهدين، وتبرز هذه النتيجة الحاجة إلى تعزيز حضور المناسبات الوطنية في الأعمال الدرامية، سواء من خلال التوظيف السردية أو الرمزية بتضمين الاحتفال بها ضمن أحداث المسلسلات بما يسهم في مخاطبة وجدان المشاهد وتعزيز انتمائه الوطني والثقافي؛ لما لها من دور في ترسيخ الهوية الوطنية وتعزيز الشعور بالانتماء الجمعي، وقد بلغ المتوسط العام لإدراك عناصر الهوية الوطنية (٧٣,٩٪)، وهي نسبة جيدة لكنها تفتح المجال لتحسين التمثيل الرمزي في بعض الجوانب، وفقاً لنظرية الغرس، فإن العناصر التي تتكرر في المحتوى تُغرس تدريجياً في وعي المشاهد، ما يفسر ارتفاع إدراك اللغة والمعالم، أما العناصر ذات التمثيل الضعيف كالمناسبات الوطنية، فقد تحتاج لتعزيز سردي وبصري أكبر في الدراما؛ لتكون أكثر تأثيراً في تشكيل الهوية.

جدول رقم (٦): العلاقة بين إدراك عناصر الهوية الوطنية والفئة العمرية والوسيط المستخدم (ن = ٣٠٠)

الوسيط الأعلى إدراكاً		الفئة العمرية الأعلى إدراكاً		العنصر
النسبة	الوسيط	النسبة	الفئة	
٨٦,٦%	الهاتف المحمول	٨٨,٥%	٢١-٣٠ سنة	اللغة واللهجة المحلية
٧٨,٠%	شاشة تلفزيون ذكية	٨١,٢%	٣١-٤٠ سنة	اللباس التقليدي والمظهر العام
٧٦,٥%	الحاسوب	٨٤,٠%	أكبر من ٤٠ سنة	القيم الاجتماعية
٧٤,٥%	شاشة تلفزيون ذكية	٧٩,٣%	أكبر من ٤٠ سنة	الرموز الوطنية
٨٨,٢%	الهاتف المحمول	٩٠,١%	٢١-٣٠ سنة	الأماكن والمعالم السعودية
٨٠,٠%	الحاسوب	٨٢,٧%	أكبر من ٤٠ سنة	التاريخ والسرد الوطني
٨٣,٩%	الهاتف المحمول	٨٥,٤%	٢١-٣٠ سنة	الانتماء الجغرافي
٥٩,٠%	شاشة تلفزيون ذكية	٦١,٥%	أكبر من ٤٠ سنة	المناسبات الوطنية

يوضح الجدول العلاقة بين إدراك عناصر الهوية الوطنية والفئة العمرية والوسيط المستخدم، ويشير إلى وجود فروق وتفاوت في إدراك عناصر الهوية الوطنية في المسلسلات السعودية تبعاً للفئة العمرية والوسيط المستخدم في المشاهدة، فقد أظهرت الفئة العمرية من ٢١ إلى ٣٠ سنة أعلى مستويات إدراك لعناصر، مثل: «الأماكن والمعالم السعودية» بنسبة بلغت «(٩٠,١%)»، و«اللغة واللهجة المحلية» بنسبة بلغت «(٨٨,٥%)»، و«الانتماء الجغرافي» «(٨٥,٤%)»، ما يظهر تفاعلاً مباشراً من قبل الشباب مع العناصر البصرية واللغوية التي تبين واقعهم اليومي، أظهرت أعلى إدراك لعناصر مرتبطة بالبيئة اليومية مثل اللغة والمعالم والانتماء، ما يظهر تفاعلاً مباشراً مع المحتوى المعاصر، ويُفسر ذلك في ضوء نظرية الغرس؛ حيث يُسهّم التعرض المتكرر للمحتوى في ترسيخ هذه العناصر في وعي الفئة الشابة، خاصة في ظل استخدامهم المكثف للوسائط الرقمية، ما يبين اهتمام الشباب بالتمثيلات الثقافية التي تظهر واقعهم اليومي، ويشير إلى دور الدراما في تشكيل وعيهم بالهوية الوطنية والثقافية في مرحلة التكوين الاجتماعي.

وفي المقابل أظهرت الفئة العمرية الأكبر من ٤٠ سنة إدراكاً أعلى لعناصر أكثر رمزية وتاريخية، مثل: «القيم الاجتماعية» بنسبة «(٨٤%)»، و«التاريخ والسرد الوطني» بنسبة «(٨٢,٧%)»، و«الرموز الوطنية» بنسبة «(٧٩,٣%)»، فأظهرت إدراكاً أعلى للعناصر التاريخية والرمزية، ما يدل على تأثرهم بالسرديات الوطنية التقليدية، وهو ما يتماشى مع فرضيات نظرية الغرس حول التلقي النشط؛ حيث يُعيد المشاهدون الأكبر سناً وأويل المحتوى بناءً على خلفياتهم المعرفية وتجاربهم التاريخية، ما يُعزز من حضور الرموز والسرديات الوطنية لديهم.

أما من حيث الوسيط المستخدم، فيُظهر تأثيرًا واضحًا على مستوى الإدراك في المشاهدة، فقد ارتبط استخدام الهاتف المحمول بإدراك مرتفع للعناصر البصرية واللغوية، مثل: «اللغة واللهجة المحلية» بنسبة بلغت (٦, ٨٦٪) ، و«المعالم السعودية» بنسبة (٢, ٨٨٪) ، وغيرها من العناصر، بينما ارتبط استخدام شاشة التلفزيون الذكية والحاسوب بإدراك أعلى للعناصر الرمزية، مثل: «الرموز الوطنية»، و«القيم الاجتماعية».

ويُعزى ذلك إلى اختلاف طبيعة التفاعل مع المحتوى حسب الوسيط؛ حيث يُتيح الهاتف المحمول مشاهدة سريعة وفردية، بينما يُوفر التلفزيون والحاسوب تجربة أكثر تركيزًا وتأملًا في الرموز والسياقات، كما تُعزز هذه الفروق أهمية دراسة الوسيط كعامل مؤثر في تلقي الرسائل الإعلامية، بما يتماشى مع أطروحات نظرية الاستخدامات والإشباع التي ترى أن اختيار الوسيط يرتبط بالحاجات المعرفية والاجتماعية للمستخدم، ما ينعكس على مستوى إدراكه للمضامين الثقافية والرمزية.

وتُبرز هذه النتائج أهمية دمج المتغيرات الديموغرافية والتقنية في تحليل تأثير الدراما السعودية على الهوية الوطنية بما يُسهم في فهم ديناميكيات التلقي الثقافي وتفاوتاته بين الأجيال، وأنماط المشاهدة.

جدول رقم (٧): القيم الاجتماعية التي تعزز الانتماء الوطني والثقافي في المسلسلات السعودية حسب ادراك الجمهور (ن=٣٠٠)

القيمة	أوافق بشدة	%	لا أوافق بشدة	%	محايد	%	أوافق	%	أوافق بشدة	القيمة الاجتماعية
التمسك الأسري	٩٣	٪٣١,٠	١١٥	٪٣٨,٣	٤٩	٪١٦,٣	٣٣	٪١٠,٧	١١	٪٣,٧
الكرم والتكافل الاجتماعي	١٥٢	٪٥٠,٧	١٠٣	٪٣٤,٣	٢٧	٪١٢,٣	٨	٪٢,٧	٠	٪٠,٠
الانتماء الوطني	١٣٥	٪٤٥,٠	١١١	٪٣٧,٠	٣٥	٪١١,٧	١٧	٪٥,٧	٢	٪٠,٧
احترام التقاليد والعادات	١٢٣	٪٤١,٠	١٠٨	٪٣٦,٠	٦١	٪٢٠,٣	٨	٪٢,٧	٠	٪٠,٠
التسامح وتقبل الآخر	١٦٠	٪٥٢,٣	١٠٣	٪٣٤,٣	٢٥	٪١١,٧	٢	٪٠,٧	٠	٪٠,٠
احترام الأديان	٩٨	٪٣٢,٧	٨٤	٪٢٨,٠	٨٨	٪٢٩,٣	١٧	٪٥,٧	١٣	٪٤,٣

يوضح الجدول أعلاه القيم الاجتماعية التي تعزز الانتماء الوطني والثقافي في المسلسلات السعودية حسب إدراك الجمهور، وتشير نتائج الجدول إلى أن الجمهور السعودي يُدرك بوضوح حضور القيم الاجتماعية في المسلسلات السعودية، خاصة تلك المرتبطة بالانتماء الوطني والتكافل الاجتماعي، فقد كانت أعلى قيمة مدركة كانت «التسامح وتقبل الآخر» بوزن نسبي بلغ (٠, ٨٨٪)، ما يدل على أن الجمهور يرى في الدراما وسيلة لتعزيز التفاهم المجتمعي، وتليها قيمة «الكرم والتكافل الاجتماعي» بنسبة (٨, ٨٦٪)، وجاءت قيمة «الانتماء الوطني» بنسبة (٠, ٨٤٪)، وهي قيم مرتبطة مباشرة بالهوية الوطنية والثقافية. أما قيم «احترام التقاليد والعادات» و«التماسك الأسري» فقد سجّلا نسباً مرتفعة أيضاً، ما يوضح تمسك الجمهور بالقيم الاجتماعية التقليدية، بينما «احترام الأديان» سجل وزناً نسبياً أقل نسبياً (٠, ٧٦٪) رغم أهميته، ما قد يشير إلى أن تمثيله في الدراما أقل وضوحاً أو أكثر ضمنية، فتتوافق هذه النتائج مع ما ورد في معظم الدراسات السابقة حول دور الدراما في تعزيز القيم الإنسانية، وبالتالي تصبح الدراما السعودية -أيضاً- منصة فعالة لنشر ثقافة الحوار والتفاهم، وتسليط الضوء على قضايا الانتماء والتقاليد في ظل التحولات المجتمعية، وبالتالي تلعب المسلسلات دوراً محورياً في غرس قيم اجتماعية وثقافية ترتبط بالهوية الوطنية؛ حيث تُقدّم هذه القيم ضمن سياقات درامية مألوفة وقريبة من حياة المشاهد، فعند تكرار مشاهد الكرم والتكافل في الأعمال الدرامية يُرسّخ هذه القيم في وعي الجمهور، ويُعيد إنتاجها كجزء من الهوية الجماعية، كما أن إبراز الانتماء الوطني من خلال الشخصيات والسرديات يُعزز الشعور بالولاء والانتماء، خاصة لدى الفئات الشابة التي تتفاعل مع هذه الرموز عبر الوسائط الرقمية، وتتسق هذه النتائج مع فرضيات نظرية الغرس التي ترى أن الإعلام لا يُغيّر المواقف مباشرة، بل تدريجياً إدراك الجمهور لما هو «طبيعي» أو «مقبول» في المجتمع، وبالتالي فإن إدراك الجمهور للقيم الاجتماعية في المسلسلات السعودية لا يُعد مجرد انعكاس للمضمون، بل نتيجة لتأثير تراكمي طويل الأمد يُسهم في بناء الهوية الوطنية والثقافية وتعزيزها عبر الوسائط الدرامية.

## ثانياً: نتائج تحليل فرضيات الدراسة والتحقق منها

### التحليل الإحصائي للفرضيات المتعلقة بإدراك عناصر الهوية الوطنية

#### الفرضية الأولى (H<sub>1</sub>):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك عناصر الهوية الوطنية في المسلسلات السعودية حسب العناصر الديموغرافية (الفئة العمرية).

- فرضية فرعية (H<sub>1a</sub>): الفئة العمرية من ٢١ إلى ٣٠ سنة تُظهر إدراكاً أعلى لعناصر الهوية المرتبطة باللهجة المحلية والمعالم الجغرافية مقارنة بالفئات الأخرى.
- فرضية فرعية (H<sub>1b</sub>): الفئة العمرية الأكبر من ٤٠ سنة تُظهر إدراكاً أعلى للرموز الوطنية والسرد التاريخي مقارنة بالفئات الأصغر.

جدول رقم (٨): تحليل التباين الأحادي (ANOVA) حسب الفئة العمرية

العنصر المدرك	الفئة العمرية	المتوسط	الانحراف المعياري	F-value	p-value
اللغة واللهجة المحلية	٢٠-٢١	٤,٢١	٠,٦٢	٥,٨٧	٠,٠٠٣
	٤٠-٣١	٣,٧٨	٠,٧١		
	٤٠<	٣,٦٥	٠,٦٨		
الأماكن والمعالم السعودية	٢٠-٢١	٤,١٠	٠,٥٩	٥,٤٢	٠,٠٠٥
	٤٠-٣١	٣,٧٤	٠,٦٦		
	٤٠<	٣,٦٠	٠,٦٤		
الرموز الوطنية	٢٠-٢١	٣,٧٢	٠,٧٠	٦,٤٢	٠,٠٠٢
	٤٠-٣١	٣,٨٥	٠,٦٨		
	٤٠<	٤,٢٠	٠,٦١		
السرد الوطني	٢٠-٢١	٣,٦٨	٠,٧٣	٦,١١	٠,٠٠٣
	٤٠-٣١	٣,٩٠	٠,٦٩		
	٤٠<	٤,١٨	٠,٦٥		

جدول رقم (٩): اختبار (Tukey) للمقارنات البعدية حسب الفئة العمرية

المقارنة	الفرق في المتوسط	p-value	دلالة إحصائية
vs 31-40 21-30	٠,٤٣+	٠,٠١٢	دالة
vs >40 21-30	٠,٥٦+	٠,٠٠٤	دالة
vs 31-40 40<	٠,١٣+	٠,٢١٠	غير دالة

يوضح الجدولان أعلاه تحليل التحقق من الفرضية الأولى لإثبات الفروق بين الفئات العمرية في إدراك عناصر الهوية الوطنية، فتم إجراء تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) على درجات الإدراك لمختلف العناصر حسب الفئة العمرية، واختبار (Tukey) البعدي للمقارنة حسب الفئة العمرية.

## النتائج:

- توجد فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية في إدراك اللغة واللهجة المحلية، الأماكن والمعالم السعودية، فبلغت نتيجة الاختبار ( $F = 5.87, p < 0.01$ ).
- وبالتالي سجلت الفئة العمرية ٢٠-٢١ أعلى متوسط إدراك لهذين العنصرين.
- وأظهر اختبار (Tukey) أن الفئة ٢١-٣٠ تختلف اختلافاً دالاً عن الفئتين الأخريين.
  - الفرضية الفرعية الأولى: (مؤيدة ومتحققة)، وهي أن الفئة العمرية من ٢١ إلى ٣٠ سنة تُظهر إدراكاً أعلى لعناصر الهوية المرتبطة باللهجة المحلية والمعالم الجغرافية مقارنة بالفئات الأخرى، وتُدرِك اللهجة والمعالم أكثر من غيرها.
  - الفرضية الفرعية الثانية: (مؤيدة ومتحققة)، وهي أن الفئة العمرية أكبر من ٤٠ سنة تُدرِك الرموز والسرد الوطني أكثر، وكانت نتيجتها في الجداول أعلاه ( $F = 6.42, p < 0.01$ )، بمتوسط بلغ ٢٠,٤ مع فروق دالة حسب اختبار Tukey.

## الفرضية الثانية (H2):

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك عناصر الهوية الوطنية تبعاً للوسيط المستخدم في مشاهدة المسلسلات السعودية (هاتف محمول، تلفزيون ذكي، حاسوب).
- الفرضية الفرعية الأولى (H2a): مستخدمو الهاتف المحمول يُظهرون إدراكاً أعلى للعناصر البصرية واللغوية مثل اللهجة والمعالم المحلية.
  - الفرضية الفرعية الثانية (H2b): مستخدمو التلفزيون الذكي والحاسوب يُظهرون إدراكاً أعلى للعناصر الرمزية مثل الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية.

جدول رقم (١٠): تحليل التباين الأحادي حسب نوع الوسيط

العنصر المدرك	نوع الوسيط	المتوسط	الانحراف المعياري	F-value	p-value
اللغة واللهجة المحلية	هاتف	٤,٢٥	٠,٥٨	٤,٩١	٠,٠٠٧
	تلفزيون	٣,٨٠	٠,٦٦		
	حاسوب	٣,٧٥	٠,٦٩		



p-value	F-value	الانحراف المعياري	المتوسط	نوع الوسيط	العنصر المدرك
٠,٠٠٦	٥,٠٢	٠,٦٠	٤,١٨	هاتف	الأماكن والمعالم السعودية
		٠,٦٥	٣,٧٦	تلفزيون	
		٠,٦٧	٣,٧٠	حاسوب	
٠,٠٠٥	٥,٢٣	٠,٧٢	٣,٧٠	هاتف	الرموز الوطنية
		٠,٦٤	٤,١٠	تلفزيون	
		٠,٦٦	٤,٠٥	حاسوب	
٠,٠٠٤	٥,٤٥	٠,٧٤	٣,٦٨	هاتف	القيم الوطنية
		٠,٦٣	٤,١٢	تلفزيون	
		٠,٦٥	٤,٠٨	حاسوب	

جدول رقم (١١): اختبار (Tukey) حسب نوع الوسيط المستخدم في المشاهدة

دلالة إحصائية	p-value	الفرق في المتوسط	المقارنة
دالة	٠,٠٠٩	٠,٤٥+	هاتف vs تلفزيون
دالة	٠,٠٠٦	٠,٥٠+	هاتف vs حاسوب
غير دالة	٠,٧٢٠	٠,٠٥+	تلفزيون vs حاسوب

يوضح الجدولان أعلاه تحليل التحقق من الفرضية الثانية لإثبات الفروق حسب نوع الوسيط المستخدم في المشاهدة (هاتف، تلفزيون، حاسوب) في إدراك عناصر الهوية الوطنية، فتم إجراء تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) على درجات الإدراك لمختلف العناصر حسب نوع الوسيط المستخدم في المشاهدة، واختبار (Tukey) البعدي للمقارنة حسب نوع الوسيط المستخدم في المشاهدة (هاتف، تلفزيون، حاسوب).

### النتائج:

- توجد فروق دالة في إدراك العناصر البصرية واللغوية حسب نوع الوسيط المستخدم في مشاهدة المسلسلات السعودية، فبلغت نتيجة الاختبار ( $F = 4.91, p < 0.01$ ).
- فكانت دلالة القياس أن مستخدمي الهاتف سجلوا أعلى متوسطات لهذه العناصر.
- الفرضية الفرعية الأولى: (مؤيدة ومتحققة)، وهي أن مستخدمي الهاتف المحمول يُظهرون إدراكاً أعلى للعناصر البصرية واللغوية، مثل: اللهجة والمعالم المحلية، ويدركونها أكثر.

- الفرضية الفرعية الثانية: (مؤيدة ومتحققة)، وهي أن مستخدمي التلفزيون والحاسوب يُدركون الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية أكثر، فأظهرت النتائج فروقاً دالة لمصلحة مستخدمي التلفزيون والحاسوب في مشاهدة المسلسلات السعودية بمقياس بلغ ( $F = 5.33, p > 0.01$ ).

وبهذه النتائج تكون الدراسة قد حققت فرضياتها الرئيسية والفرعية، ويمكن إيجاز هذه النتائج وأنواع التحليل التي تمت على متغيراتها إجمالاً في ملخص الجدول التالي:

جدول رقم (١٢): موجز للنتائج الإحصائية وأساليب التحقق من فروض الدراسة

الفرضية	المتغير المستقل	المتغير التابع	نوع التحليل	النتيجة
H <sub>1</sub>	الفئة العمرية	إدراك عناصر الهوية	ANOVA	فروق دالة
H <sub>1a</sub>	الفئة العمرية	اللغة واللهجة النحلية والمعالم	ANOVA + Tukey	الفئة ٢١-٣٠ الأعلى
H <sub>1b</sub>	الفئة العمرية	الرموز والسرد	ANOVA + Tukey	الفئة <٤٠ الأعلى
H <sub>2</sub>	نوع الوسيط	إدراك عناصر الهوية	ANOVA	فروق دالة
H <sub>2a</sub>	نوع الوسيط	العناصر البصرية واللغوية	ANOVA + Tukey	الهاتف الأعلى
H <sub>2b</sub>	نوع الوسيط	الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية	ANOVA + Tukey	التلفزيون والحاسوب الأعلى

وبالتالي تأكد وجود فروق دالة إحصائية في إدراك عناصر الهوية الوطنية بين الفئات العمرية المختلفة، فسجلت الفئة العمرية ٢١-٣٠ أعلى درجات الإدراك للغة واللهجة المحلية والأماكن والمعالم السعودية، بينما سجلت الفئة الأكبر من ٤٠ عاماً أعلى درجات الإدراك للرموز الوطنية والقيم الاجتماعية في السرد الدرامي، كما كشفت النتائج عن تأثير نوع الوسيط المستخدم في مشاهدة المسلسلات؛ إذ أظهر مستخدمو الهاتف المحمول إدراكاً أعلى للعناصر البصرية واللغوية، في حين تفوق مستخدمو التلفزيون والحاسوب في إدراك الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية، وبالتالي تدعم هذه النتائج الفرضيات المطروحة، وتؤكد أهمية السياقين العمري والتقني في تشكيل إدراك الهوية الوطنية عبر الوسائط الإعلامية من خلال المسلسلات السعودية.

## مناقشة نتائج الدراسة :

١. أثبتت الدراسة أن الدراما السعودية من خلال مسلسلاتها تُعد مصدراً ثقافياً رئيساً للجمهور، ما أشارت إليه الدراسة في نسبة المتابعة الدائمة من الباحثين لما يعرض بنسبة كافية، وغياب فئة «عدم التعرض مطلقاً» في الباحثين، ما يتفق وأغلب الدراسات السابقة.

٢. أكدت الدراسة أن الإناث هن أكثر الفئات تعرضاً للمسلسلات السعودية، ما يُعزز احتمالية التأثر بالتمثيلات الرمزية للمرأة والهوية، بأغلبية عظمى، ما يبرز اهتماماً خاصاً بالدراما السعودية، ويُشير إلى احتمالية تأثير أكبر في تشكيل التصورات حول الهوية الوطنية، خصوصاً في ظل تمثيلات الثقافية التي تركز لتمكين المرأة ضمن تمثيلات الهوية الوطنية والثقافية في المملكة.
٣. أثبتت الدراسة أن الفئة العمرية ما بين (٢١-٣٠) سنة هي الأكثر تعرضاً للدراما السعودية، وتُظهر انفتاحاً على التمثيلات الحديثة للهوية، مقارنة بالفئة الأكبر سنّاً التي تميل إلى التصورات التقليدية للهوية الوطنية والثقافية وميلها الأكثر للتمثيلات المرتبطة بالأماكن والمعالم السعودية، والشخصيات والرموز الوطنية كعناصر مهمة للهوية والانتماء الثقافي.
٤. المستوى التعليمي المرتفع يُعزز من قدرة العينة على تحليل الرموز الثقافية وإدراك عناصر الهوية الوطنية والثقافية، ما يجعل تأثير الدراما أكثر نفوذاً ووعياً في تشكيل الهوية وإحداث الانتماء الثقافي، وقد اتسمت عينة الدراسة بالمستوى التعليمي المرتفع إذ بلغت نسبته المستوى الجامعي وفوق الجامعي للمبحوثين مجتمعان نسبة مرتفعة، ما يجعل تمثل عناصر الهوية المضمنة في المحتوى الدرامي أكثر أهمية وتأثيراً.
٥. أوضحت الدراسة اهتمام المجتمع السعودي بمتابعة المحتوى الدرامي التلفزيوني، فأكثر من نصف العينة يتابعون المحتوى الدرامي بشكل دائم بنسبة جيدة، خصوصاً مع غياب فئة «عدم التعرض مطلقاً» يُعطي الدراسة قوة تفسيرية، ويُشير إلى شمولية التفاعل مع المحتوى الدرامي المحلي، ما يتواءم وفرضية التأثير التراكمي لنظرية الغرس الثقافي المبينة على متابعة التعرض وتكراره.
٦. لاحظت الدراسة أن الهاتف المحمول هو الوسيط الأكثر استخداماً بين الوسائط الرقمية المستخدمة في المشاهدة، وتلقي المضامين الدرامية والمسلسلات، ما يظهر تحولاً كبيراً في عادات وأنماط التعرض والتوجه نحو المشاهدة الفردية، وقد يُعزز ذلك التأثير الذاتي في إدراك الرموز الثقافية والعناصر البصرية واللغوية في العمل الدرامي، كما أن تراجع التلفزيون الذكي تُشير إلى تغير في طبيعة التلقي الجماعي، ما قد يستدعي دراسة مقارنة بين وسائط التلقي مستقبلاً، ويميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة.
٧. أظهرت نتائج الدراسة أن تمثيلات وعناصر الهوية الوطنية الأكثر إدراكاً لدى الجمهور تمثلت في الأماكن والمعالم السعودية، اللغة واللهجة المحلية، والانتماء الجغرافي بنسبة مرتفعة، ما يبين نجاح الدراما السعودية في ترسيخ الهوية المكانية واللسانية من خلال حضور بصري ولفظي قوي، وفي المقابل جاء عنصر المناسبات الوطنية في أدنى مرتبة من حيث الإدراك، وهو ما يُشير إلى

ضعف تمثيلها الرمزي في الأعمال الدرامية، ويبرز الحاجة إلى تعزيز حضورها سردياً وبصرياً بما يسهم في ترسيخ الشعور بالانتماء الجمعي.

٨. أبانت الدراسة أن أبرز القيم الاجتماعية المدركة في المسلسلات السعودية كانت التسامح، الكرم، والانتماء الوطني، بنسبة تجاوزت ٨٤٪، ما يدل على حضور قوي لهذه القيم في المحتوى الدرامي، ويُعزى هذا الإدراك المرتفع إلى عرض هذه القيم ضمن سياقات حياتية مألوفة وقريبة من الواقع اليومي للجمهور، الأمر الذي يسهم في غرسها تدريجياً في الوعي الجمعي، وفقاً لما تقتضيه نظرية الغرس الثقافي حول التأثير التراكمي للمضامين الإعلامية المتكررة في تعزيز الانتماء الثقافي.

٩. تحققت فرضية الدراسة بأن هناك علاقة بين الفئة العمرية ونمط إدراك تمثيلات الهوية الوطنية والثقافية؛ فأكدت النتائج وجود علاقة دالة بين الفئة العمرية ونوع العناصر والتمثيلات المدركة في المحتوى الدرامي؛ إذ أظهرت الفئة العمرية (٣٠-٢١) سنة إدراكاً أعلى للعناصر اليومية والمعاصرة، مثل: اللهجة المحلية والمعالم الحضرية، ما يبين تفاعلاً مباشراً مع المحتوى قائماً على القرب الزمني والثقافي، وفي المقابل أظهرت الفئات الأكبر سناً إدراكاً أعلى للعناصر الرمزية والتاريخية، مثل: القيم الاجتماعية والرموز الوطنية، وهو ما يشير إلى تأويل معرفي يستند إلى خلفية ثقافية وتجريبية أعمق، وتتسق هذه النتيجة مع افتراضات نظرية التفاعل الرمزي؛ حيث تختلف دلالات المحتوى تبعاً للخبرات الفردية والسياقات العمرية، وهو ما يظهر اختلافاً في أنماط التلقي والتأويل بين الأجيال، ويؤكد أن الخلفية العمرية والمعرفية تلعب دوراً في تفسير الرسائل الرمزية.

١٠. تحققت فرضية الدراسة بأن هناك علاقة بين نوع الوسيط المستخدم في المشاهدة ونمط إدراك تمثيلات الهوية الوطنية والثقافية؛ إذ كشفت النتائج عن ارتباط نوع الوسيط المستخدم بنمط الإدراك لدى الجمهور، فقد ارتبط استخدام الهاتف المحمول بإدراك العناصر البصرية واللغوية، مثل: اللغة المحكية والصور الحضرية، نتيجة لطبيعة التفاعل السريع والمباشر مع المحتوى، وفي المقابل ارتبط استخدام الوسائط التقليدية، مثل: التلفزيون والحاسوب بإدراك العناصر الرمزية والسردية، بما في ذلك الرموز الوطنية والقيم الاجتماعية، ما يدل على نمط مشاهدة أكثر تركيزاً وتأملاً، وبالتالي تُعزز هذه النتيجة أهمية الوسيط في تشكيل تجربة التلقي، وتتسجم مع مفاهيم نظرية الوسيط التي ترى أن خصائص الوسيط تؤثر في نوعية الإدراك والتأويل.

١١. كشفت نتائج الدراسة عن تأثير واضح للدراما السعودية في تشكيل إدراك الجمهور لعناصر الهوية الوطنية، فقد أظهرت العينة مستويات إدراك مرتفعة لتمثيلات وعناصر الهوية الوطنية والثقافي، ما يدل على نجاح الدراما في هذه المقاصد باختلاف الفئات العمرية لجمهور المشاهدين، وتعد

الوسيط التقني في تشكيل التفاعل مع المحتوى الدرامي، كما أظهرت النتائج حضوراً قوياً للقيم الاجتماعية في المسلسلات السعودية، ما يُعزز من دور الدراما كمنصة ثقافية لغرس القيم وتعزيز الهوية الجماعية، وتعزيز الانتماء الثقافي، لا سيما لدى الفئات الشابة التي تتفاعل مع هذه الرموز عبر الوسائط الرقمية.

١٢. تتسق نتائج هذه الدراسة مع ما ورد في الأدبيات السابقة حول دور الدراما التلفزيونية في تعزيز القيم الإنسانية، وترسيخ الانتماء الوطني؛ حيث أظهرت أن التمثيلات المتكررة لعناصر مثل المعالم السعودية، اللغة المحلية، والرموز الوطنية تُسهم في بناء تصورات اجتماعية مستقرة لدى الجمهور، وهو ما يتوافق مع فرضيات نظرية الغرس الثقافي، كما تؤكد الدراسات أن الوسيط المستخدم في المشاهدة يُغيّر من طبيعة التلقي والتفاعل مع المحتوى، وهو ما أثبتته هذه الدراسة إحصائياً؛ إذ ارتبط استخدام الهاتف المحمول بإدراك العناصر البصرية واللغوية، بينما ارتبط استخدام التلفزيون والحاسوب بإدراك الرموز، والسرديات الوطنية، ما يُبرز أهمية الوسيط كعامل مؤثر في تشكيل الإدراك الثقافي.

١٣. وتتسق هذه النتائج -أيضاً- مع الدراسات السابقة التي أكدت قدرة الدراما على التأثير في التصورات الثقافية والانتماء الوطني، وتُجيب بوضوح عن تساؤلات البحث حول مدى تأثير الدراما السعودية في تشكيل الهوية، وتفاوت التمثيلات حسب النوع، العمر، والوسيط، كما تُبرز النتائج الحاجة إلى تعزيز بعض العناصر الرمزية مثل المناسبات الوطنية، وتوظيفها سردياً وبصرياً بشكل أكثر فاعلية، بما يُسهم في بناء هوية وطنية متكاملة ومتعددة الأبعاد عبر الوسائط الدرامية مستقبلاً.

## توصيات الدراسة :

### أولاً: توصيات بحثية

١. إجراء دراسات مقارنة بين أنواع الدراما (التاريخية، الاجتماعية، المعاصرة): لفهم اختلاف تمثيلات الهوية الوطنية من حيث العمق، الرمزية، والسياق الزمني؛ لتظهر الدراما المعاصرة تحولات الهوية في ظل العولمة والتقنيات الحديثة.

٢. تحليل تأثير الوسائط الرقمية الجديدة (مثل TikTok و YouTube): ودراسة كيف تُعيد هذه الوسائط تشكيل التصورات الثقافية والتمثيلات الرمزية من خلال تحليل المحتوى القصير، أنماط التفاعل، والتمثيلات الرمزية في الفيديوهات الشعبية.

## ثانياً: توصيات تطبيقية

١. تعزيز تمثيل المناسبات الوطنية في الدراما السعودية: يُستحسن إدماج المناسبات الوطنية الكبرى مثل اليوم الوطني، يوم التأسيس، ضمن السرديات الدرامية، كعناصر سردية تُسهم في بناء الهوية وتعزيز الفخر الوطني.
٢. توظيف القيم الاجتماعية بشكل أكثر فاعلية: ضمن السياق الدرامي بطريقة غير مباشرة؛ حيث تُصبح جزءاً من تطور الشخصيات والحبكة، لا مجرد شعارات أو رسائل مباشرة؛ ليكتشفها المشاهد ضمناً في المحتوى المعروض.
٣. الاهتمام بإنتاج دراما موجهة للفئات الشابة بلغة معاصرة: لِيُبرز الهوية الوطنية بلغة سردية تتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم البصرية واللغوية، والموازنة بين الترفيه والرسائل الثقافية، وتعزيز التفاعل عبر المنصات أو المسلسلات المعروضة من خلال التلفزيون التقليدي، أو المنصات الرقمية.

## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

- وسام طمين، (٢٠١٨). «الرؤية الفنية للقيم المجتمعية في دراما الاقتباسات التلفزيونية العربية»، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ٢(٧)، ص ٧١-٧٢.
- عز الدين عطية المصري، (٢٠١٠). «الدراما التلفزيونية مقوماتها وضوابطها الفنية»، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، ص ٢٣.
- دعاء أحمد البنا، (٢٠١٩). دراما المخابرات وقضايا الهوية الوطنية، مصر: العربي للنشر والتوزيع، ط ١، ص ١٠٣.
- علي فاضل، (٢٠٢٠). القضايا الاجتماعية في الدراما التلفزيونية، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ص ٤٦.
- محمود سمير المنير، (٢٠٠٠). العولمة وعالم بلا هوية، مصر: دار الكلمة للنشر والتوزيع، ط ١، ص ١٤٦.
- هارلمبس وهوليورن، (٢٠١٠). سوسولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة: حاتم حميد محسن، سوريا: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٩٢.
- رشيد بلحبيب، (٢٠١٢). اللغة والهوية في الوطن العربي. ط ١، بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. بيروت، ص ٢٤٨ - ٢٤٧.
- علي وتوت وآخرون، (٢٠٠٨). المواطنة والهوية الوطنية، العراق: الحضارية للطباعة والنشر، ط ١، ص ١٥.

- أسعد السحمراتي، (٢٠٠٢). ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، دار الثقافة، ط١، ص٨.
- أحمد الغامدي، علاقة الهوية بالمواطنة وتحدياتهما، مقال منشور على الموقع: (<https://www.aly.com>) بتاريخ: ٢٤/١٢/٢٠٢١.
- لويس معلوم، (١٩٧٥). المنجد في اللغة والإعلام، بيروت: المطبعة الكاثوليكية، ص٤٤٠.
- محمد القعاري، (٢٠١٩). نظريات الاتصال: رؤى فلسفية وتطبيقات علمية، الرياض: مكتبة الرشد، (ط١)، ص١٠٧.
- رباب نصار، (٢٠٢٥). «الدراما التلفزيونية والهوية الوطنية: دراسة تحليلية على عينة من المسلسلات المصرية في الفترة من ٢٠٠٠ - ٢٠٢٢»، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس، ١٠٩٤، ج١٣، ص٣١٤-٣٤٧.
- حمزة خلف أبو رمان، (٢٠٢٤). «دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة الأردنية»، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ج٨، ٩٤، ص١٣-٢٧.
- زينب ياقوت، (٢٠٢٣). «دور الإعلام الجزائري في الحفاظ على الهوية الوطنية: تلفزيون الذاكرة أنموذجاً»، مجلة دراسات، جامعة جامعة طاهري محمد بشار، ج١٢، ١٤، ص٢٣٩-٢٥١.
- محمد الجبير، (٢٠٢٢). «إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور السعودي»، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٤٤، ج٢، ص٦٥-٩٥.
- فائزة التونسي وآخرون، (٢٠١٨). «البرامج التلفزيونية وانعكاساتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري»، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية، ٣٣٤، ص٦٧-٧٨.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Victor Turner, (2018). Dramas fields and metaphors, Symbolic action in human society, (London: Cornell University Press, p. 23-24.
- Akujobi ophilus, Jack Jackson, (2017). Social Change and Social Problems, Department of Sociology & Anthropology, (Nigeria: University of Port Harcourt, Federal University Otuoke, p14.
- Le Petit Robert, (1977). Dictionnaire Alphabetique & Analogique de la Langue Francaise (French Edition) Hardcover - September 1, p98.
- L. J. SHRUM, (2017). "Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes", The International Encyclopedia of Media Effects, wiley library, first published, p.10

# **Beyond Western Paradigms: Media System Transformation in Post-Authoritarian Iraq**

## **A Comparative Analysis of Ba'athist and Consociational Media Landscapes Through Expert Perspectives**

**By: Dr. Haitham Hadi Numan<sup>(1)</sup>**

### **Abstract**

This study examines the similarities and differences in Iraq's media systems between the two eras, from the Ba'ath era of 1968 to the consociational era of 2003 and after. It applies Hallin and Mancini's theory, which was designed to examine media systems in Eastern European countries after the collapse of communism. Semi-structured interviews with Iraqi media experts discuss the transformations of the media based on an instrument that was designed according to Hallin and Mancini's theory, which identified questions on the following themes: (1) political pluralism, (2) journalistic professionalism, (3) media market structure, and (4) state intervention. Additionally, it introduces a fifth dimension: (5) the role of non-state actors, including religious institutions and militias.

---

(1) Department of Social and Political Sciences, Philosophy and Anthropology - Faculty of Humanities, Arts and Social Sciences - University of Exeter. email: H.Numnan@exeter.ac.uk.



# ما وراء النماذج الغربية : تحولات النظام الإعلامي في عراق ما بعد الاستبداد

تحليل مقارن للمشهد الإعلامي البعثي والتوافقي من خلال وجهات نظر الخبراء

## ملخص الدراسة :

تتناول هذه الدراسة أوجه التشابه والاختلاف في أنظمة الإعلام في العراق بين حقبتين زمنيتين، هما: حقبة البعث (١٩٦٨) وحقبة ما بعد عام ٢٠٠٣ ذات النظام التوافقي. وتطبق الدراسة نظرية هالين ومانشيني، التي صُممت لدراسة أنظمة الإعلام في دول أوروبا الشرقية بعد انهيار الشيوعية. وقد استندت المقابلات شبه المهيكلة مع خبراء إعلاميين عراقيين إلى أداة بحثية صُممت وفق إطار نظرية هالين ومانشيني، والتي تضمنت أسئلة حول المحاور الآتية: (١) التعددية السياسية، (٢) الاحترافية الصحفية، (٣) هيكل سوق الإعلام، و(٤) تدخل الدولة. كما أضافت الدراسة بُعدًا خامسًا يتمثل في: (٥) دور الفاعلين من غير الدول، بما في ذلك المؤسسات الدينية والميليشيات.

## Introduction

This comparative study is significant because it is the first field survey to include expert interviews, comparing media systems using Hallin and Mancini's theories. Thus, interviews provide the primary data, unlike earlier research that used archival data. Second, this study is the first to apply media system comparison theory to a non-European country, specifically Iraq, a Middle Eastern country. This study aims to examine the transformations in Iraq from the transition in the media system under the authoritarian Ba'ath Party regime to the post-2003 media system under consociationalism. Therefore, the research employed a comparative approach to the case of the shift in the Iraqi media system from Ba'athist rule to consociationalism. Hallin and Mancini's theory of comparing media systems is the most central theory used in the comparative transformations in Eastern Europe after the 1990 collapse of the Soviet Union. The analytical comparison includes: (1) the degree of political pluralism, (2) journalistic professionalism, (3) the media market, and (4) the state's role (Marques, 2024). The research period consists of two phases: first, from 1968 to 2003, which corresponds to the period of the former Ba'athist regime, and second, from 2003 to the

(٢) قسم العلوم الاجتماعية والسياسية، الفلسفة والأنثروبولوجيا كلية العلوم الإنسانية والآداب والعلوم الاجتماعية -  
جامعة إكستر البريد الإلكتروني: H.Numnan@exeter.ac.uk

---

present. Post-2003, consociational democracy applied in Iraq “means government by an elite cartel designed to turn a democracy with a fragmented political culture into a stable democracy” (Lijphart, 1969, p. 216). Consociational democracies are designed for societies with diverse groups marked by deep divisions; this type of government aims to facilitate collaboration among these deeply divided groups by ensuring each group’s representation and participation in the political system (O’Flynn, 2006). The change in Iraq’s political system in 2003, resulting from American occupation, brought significant changes in the media landscape. Therefore, the hypothesis and research question are as follows:

In 2003, Iraqi media transitioned from an absolute to a communitarian dictatorship, whereby nationalities and ethnic groups were valued.

The research question is: What are the continuing similarities and different features between the Ba’ath and post-Ba’ath media systems?

## **Research Objectives**

This study aims to:

First, analyze Iraq’s 2003 experience and the profound transformations it produced in both the political and media systems, as one of the most critical turning points in modern Iraqi history and identify the nature of the media system under the Ba’ath regime before 2003, which was characterized by official ideology and strict censorship. Secondly, examine the transformations of the media system after 2003, within the framework of the consociational system dominated by Islamic forces, and the subsequent adoption of media pluralism. Third, evaluate the dysfunctions and distortions that accompanied the post-2003 pluralistic media experience, and their impact on media performance and its role in society. Fourth, compare the Iraqi experience with other cases, such as the former Soviet Union and Eastern European countries, after the collapse of their totalitarian regimes, to identify similarities and differences. Finally, understand the implications of these media transformations for Iraq’s political and social reality and situate the Iraqi case within the broader global context of media.

## **Literature Review**

Hallin and Mancini (2004) wrote that four models reflect the governance of public broadcasting. First, the government model controlled by the state or dominant political party. Second, the professional model where media is separate from government or political party pressures, and broadcasting professionals run the media. Third, the representation model wherein control of the press and media is divided between the

political parties. Fourth, the civic model, wherein public broadcasting is divided between various social and political groups, such as political parties, trade unions, or religious organizations (Labio-Bernal, 2024).

Hallin and Mancini (2004) note that there are differences between consensus-oriented states and majoritarian democracy states. Consensus politics involves power sharing whereas majoritarian politics grants control to the winning party. A multiparty system characterizes consensus politics, whereas majoritarian politics typically involves two parties. Consensus employs proportional representation, whereas majoritarian politics utilizes plurality voting. Majoritarianism tends to associate the notion of the journalist as a neutral of the public as a whole rather than as a spokesperson of a particular political tendency or social group (Fuchs, 2024).

According to Hallin and Mancini (2004), clientelism is “a pattern of social organization in which patrons control access to social resources and deliver clients in exchange for deference and various forms of support” (p. 58). Social rules are less important than political connections. In clientelism, the common good is often subordinate to the interests of specific individuals or groups. In many cases, clientelism leads the media to prioritize particular interests in order to win favor with elites; as a result, laws are often less important than political networking, which inevitably leads to lower journalistic professionalism. Hallin and Mancini’s theory was applied in many countries under communism, including those within the Soviet Union. After the Soviet Union fell, there was an explosion of previously illegal media, including culture, language, national pride, and religion. Profit was the primary driving force behind this media transition, resulting in the publication of human-interest stories and titillating, lucrative curiosities. Tabloids are common in the Baltic states. Likewise, despite profit motivation, “culture can still be a serious analytical dimension that can guide the theoretical exploration of media systems in Central and Eastern Europe” (Bacysiene, 2012, p. 70). In some post-communist countries, journalism’s role was to educate, motivate, and mobilize society. Required skills were truthfulness, objectivity, and thoroughness within narrow ideological borders (Bacysiene, 2012, p. 66).

Hallin and Mancini’s framework developed in *Comparing Media Systems* (2004), was designed to analyze media systems in Western democracies, in this context, economic factors play a central role in shaping the relationship between media institutions and political systems. However, in Iraq, the situation is markedly different, as the fall of the Ba’athist regime in 2003 created a new political environment in which regime change, rather than gradual economic or political development, defined the media landscape. To better understand Iraq’s case, it is helpful to look at applied studies where Hallin and Mancini’s dimensions have been tested in transitional or non-Western contexts in the Middle East and North Africa.

---

For example, Wollenberg and Richter (2020) explicitly apply Hallin and Mancini's dimensions of political parallelism, ownership structures, and funding in their study of post-conflict Libya. They demonstrate how political actors and militias establish or exploit media ownership ties, resulting in a highly fragmented media system aligned with competing factions. At the same time, some local radio stations attempted to maintain neutrality.

Khalifa (2021) examines Egypt and Tunisia after the Arab Spring, finding that their media systems do not fit into Hallin and Mancini's three types. In contrast, she suggests a new model, the Statist-Commercialized media model, which combines heavy state control with a strong commercial/private sector presence, weak professional norms, and limited pluralism.

Selvik (2021) explores the Lebanese media system, where political parallelism is influenced with clientelism. Selvik study shows how journalists operate in a system where partisan loyalties and professional standards coexist uneasily, further complicating the applicability of Hallin and Mancini's Western-oriented framework.

These examples demonstrate how, in Middle Eastern contexts shaped by conflict, regime change, and weak institutionalization, the explanatory power of Hallin and Mancini's framework needs adaptation. They provide comparative lens for analyzing Iraq's post-2003 media system, which, like Libya, Egypt, Tunisia, and Lebanon, reflects high political parallelism, partisan ownership, and limited journalistic autonomy, but under conditions of sectarian fragmentation and externally influenced state-building.

Furthermore, Rugh (2004), in his book: *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics* examines media in print, radio, and television across Arab countries, with a focus on the political role of these media showing how media systems differ between countries, not just that they are "state-controlled" but that there are different types of media-political relationships. However, Rugh's contributions are a typology of media systems in the Arab world. Rugh categorizes countries by the degree of freedom, diversity, and government control in their media. In the book, he distinguishes among four main types. First, Mobilization Press: Media in states with little or no political opposition, characterized by strong control, are often used by the state to mobilize support. Secondly, Loyalist Press: Media systems where private media exist but are constrained; media generally loyal to the government; criticism is limited and under tight bounds. Third: Countries where a wider variety of media voices are present, more open political competition, and fewer strict restrictions. Fourth: Those in between: moving toward more openness, where some reforms happen, new kinds of media emerge, but there are also old restrictions still in place.

Following the US invasion in 2003, Iraq underwent a radical transformation from a

centralized dictatorship to a parliamentary political system (Salim, 2021). One of the early decisions made by the Coalition Provisional Authority, under Paul Bremer, was to shut down all existing media outlets and dismiss their staff. The Iraqi Media Network (IMN) was established to serve as a state-run broadcasting system. These developments placed the media under the control of the transitional authorities, with several media figures appointed to governmental positions (Salim, 2021). Despite the political change, media freedom remained constrained. While the pre-2003 legal framework included harsh penalties for criticism of the regime, the post-invasion period saw the issuance of Order No. 14, which introduced new limitations on freedom of expression. The situation was further complicated by the Defamation Articles under Law No. 11, which were frequently invoked to suppress journalistic activity and critical reporting. During moments of political unrest—most notably the 2019 protests, the government intensified restrictions, issuing decrees that criminalized the perceived molestation of national symbols and curtailed speech under the banner of preserving public order (Majed & Aljabiri, 2020). Iraqi media faces several challenges, especially partisanship, the Sunni vs. Shi'ite, and Arab vs. Kurd conflicts. Salim (2021) argues, “this conflict hinders the media’s professionalism and neutrality vis-à-vis democracy and the values of coexistence, diversity, and cultural and religious pluralism.” Until significant steps are taken, Iraqi media will continue to be ideologically controlled and based on propaganda (Alnasseri, 2008).

## Theoretical Framework

This study draws on the seminal work of Hallin and Mancini (2004), who proposed a comparative framework for analyzing media systems across political and cultural contexts. Their model is structured around four key dimensions:

1. **Media Market:** the development and size of media institutions, particularly the strength or weakness of mass-circulation press and audience segmentation.
2. **Pluralism:** the extent to which media systems reflect political alignments and serve as instruments of political parties or ideological movements.
3. **Journalistic Professionalism:** the degree of autonomy, standardization of practices, role conceptions, and institutionalization of journalism as a profession.
4. **State Intervention:** the level and nature of state involvement in the media system, ranging from regulatory frameworks to direct ownership and censorship. While originally developed to compare Western and post-communist European systems, this framework is adapted here to analyze Iraq’s transition from Ba’athist authoritarianism to a post-2003 consociational political structure. The Ba’ath regime, much like Soviet-style authoritarianism, centralized, top-down media

---

system characterized by state control, ideological conformity, and suppression of dissent (Dawn, 1988; Dimitrov & Sassoon, 2014). The innovation of this study is the contextual adaptation of Hallin and Mancini's framework to Iraq's unique trajectory. Post-Ba'athist Iraq represents a fragmented consociational democracy where media institutions are tied to ethno-sectarian political elites. This configuration mirrors post-communist fragmentation but includes role of religious and militia actors as media stakeholders, an element less emphasized in the original model. To address this divergence, the framework in this study includes an additional analytical lens:

5. Role of Non-State Actors: particularly religious institutions, militias, and transnational political entities that exert de facto control over content, ownership, and journalistic safety, often outside formal regulatory mechanisms.

Arend Lijphart's consociational democracy is designed for divided societies (ethnic, sectarian, linguistic). It emphasizes political elite power-sharing across societal segments by : (1) Forming Grand coalitions, (2) applying Mutual vetoes, (3) applying Proportionality to appoint officials in offices, and (4) Segmental autonomy for some regions, to reach Stability through inclusion of all major groups, even if democratic competition is limited (Lijphart, 2004).

However, Hallin & Mancini, Rugh Characteristics Media systems classified by: (1) Political parallelism: how closely media aligns with political/sectarian groups. (2) Ownership patterns: state, party, private, sectarian. (3) Professionalism: norms of objectivity vs. partisan journalism, and (4) State role: regulation, censorship, subsidy, mobilization (Hallin & Mancini, 2012).

Nevertheless, the application of consociational systems in the Middle East has led to different consequences; each social/political segment tends to have its own media outlets. For Example, in Lebanon and Iraq after 2003, Shi'a, Sunni, Kurdish, and Christian groups each sponsor newspapers, TV stations, or satellite channels, and the media become the voice of the sect/segment, reinforcing segmental autonomy in the public sphere (Sakr, 2007). In addition, as political elites must form grand coalitions, media outlets often mirror elite bargains, and the Media reproduce negotiated power-sharing by allocating airtime, visibility, or legitimacy to coalition partners. For Example, Lebanese media are balancing coverage of Amal vs. Hezbollah (Khalifa, 2021)—Maronite actors. Moreover, political elite veto power over sensitive issues translates into media red lines: (e.g., sectarian critique, foreign patrons) are off-limits, and the system thus enforces self-censorship aligned with elite pacts. (Cammatt, 2014). Therefore, in Iraq, licenses for satellite TV and radio were often allocated along sectarian lines after 2003. This reinforcement of divisions led to media amplifying bonding social capital (within-group solidarity) rather than bridging identity (cross-group dialogue), resulting in

Pluralism without Integration: a high diversity of voices but a low shared public sphere. Additionally, Instrumentalization of the media system by political elites makes the Media serve as a political tool for bargaining, patronage, and mobilization, rather than challenging Democratization. While media pluralism exists, it does not foster a civic identity, but it entrenches sectarian identities (Isakhan & Gunning, 2019).

This expanded framework is essential to understanding the hybrid and often contradictory dynamics of media system in Iraq, where formal democratic institutions coexist with informal networks of sectarian patronage and coercion (See table 1).

Dimension	Ba’athist Era	Post-2003 Iraq	Comments
Political Pluralism	State monopolization	Sectarian fragmentation	False pluralism
Journalistic Professionalism	Enforced discipline under state ideology	Decline under politicized chaos	
Media Market	Limited, state-controlled	Hyper-commercialized and partisan	Clientelism
State Intervention	Direct censorship	Weak control + legal ambiguity	Coercive via law/militias
Non-State Actors	Minimal	Dominant: militias, clerics, foreign Influences	Novel addition

Table 1, Conceptual Framework

To empirically apply this framework, the four original dimensions and the added fifth dimension were transformed into thematic domains for qualitative inquiry. Semi-structured interviews were conducted with a diverse sample of Iraqi media experts, chosen to represent a range of sectarian, ethnic, regional, and professional backgrounds. Open-ended questions were designed to elicit perspectives on:

- The commercialization and fragmentation of the media market.
- The alignment of media with political, sectarian, or militia interests.
- Standards and autonomy in journalistic practice.
- The formal and informal role of the state in media oversight.
- The influence of non-state actors on editorial independence and journalist safety.

This adaptation enables a more nuanced and culturally grounded analysis of Iraq’s post-

---

Ba'athist media landscape, contributing to both comparative media studies and Middle Eastern political communication research.

## **Methodology**

The study employed semi-structured interviews with participants who are communication and media experts. A semi-structured interview is a qualitative research method that combines predetermined, open-ended questions with the flexibility to explore emerging themes (Hallin & Mancini, 2004).

A semi-structured interview is a versatile data collection method for individual and group interviews (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006). Moser and Korstjens (2017). The semi-structured interview method is suitable for research topics that involve studying people's perceptions, opinions, or emotionally sensitive issues (Barriball & While, 1994).

The criteria for selecting these media and communication experts included the following: experts must be Iraqi citizens with professional or academic experience in mass communications, media, or journalism, and they must not be affiliated with any political party or work in political or governmental institutions. Additionally, experts must consent to participate in the interview. Moreover, possesses extensive experience in the Iraqi media field, combining specialized academic research production and in-depth scientific analysis of media systems and their reality in Iraq. Additionally, has worked professionally and skillfully within Iraqi media institutions, gaining precise practical understanding of the sector's challenges, mechanisms, and level of professionalism. Besides, has in-depth knowledge of the specificities of Iraqi media during various periods, including the Ba'athist era and the post-Ba'athist era, with the ability to assess the structural and political transformations that have impacted the media landscape. As well experts should combine academic research methodology and field experience in media work, which enhances their analyses and grants them high credibility among both researchers and professionals alike.

The sample included 23 experts, and the sample seed was diversified (sect, ethnicity, and field of journalism) to cover maximum diversity. The interviews were conducted between December 12 and March 19, 2025. Interviews lasted an average of 15 to 20 minutes. The goal was to explore the participants' experiences, beliefs, and thoughts (Magaldi & Berler, 2020). Look at Table 1 in the Appendix.

## **Sampling Strategy**

This study designed a sampling strategy to capture the perspectives of experts and academics in media and communication who have professional experience. Criteria



for participant selection included: (1) independence from political affiliations; (2) direct engagement with the Iraqi media both before and after regime change, which provides insight into institutional continuities and disruptions; and (3) representation of Iraq's sectarian and ethnic groups to ensure that the participants reflect the country's pluralistic social structure.

## Data Saturation

Data saturation guided the fieldwork, leading it to continue until no new insights emerging, and the themes became repetitive among participants. Saturation was achieved when interviewees from diverse backgrounds began to share similar narratives.

## Limitations

Although the proportional inclusion of various sects and ethnic groups enhances representativeness, the qualitative nature of the design means that findings are analytically generalizable rather than statistically representative of all Iraqi media professionals.

## Data Analysis

Data Analysis followed a systematic qualitative approach rooted in thematic analysis. Interviews were transcribed and, where translated, the contextual meaning was preserved. To validate responses, findings were triangulated with secondary sources, including prior scholarship on Iraqi media. A comparison across sectarian and ethnic groups allowed for the identification of both convergent and divergent perspectives.

## Findings

### 1. Pluralism

Sunni media experts believe that the Iraqi pluralism model reflects Iraq's diversity. However, they argue that this pluralism is insincere as it only represents some segments of Iraqi society. This "false pluralism" is because media does not represent all components of Iraqi society, nor does it acknowledge the rights of others because:

- A. Some Iraqi media outlets cancel and exclude others. "For instance, Baghdad Channel, which is affiliated with a Sunni Islamic party, was shut down due to its inability to pay renewal fees for its license, while Afaq Channel, which is affiliated with a Shiite Islamic party, received financial support."

- 
- B. Some Iraqi media outlets lack patriotism and do not recognize others' rights.
  - C. Some Iraqi media outlets engage in media deception instead of representing society.
  - D. Many Iraqi media platforms are funded from abroad, with a religious incitement agenda exploiting the Iraqi hunger to express their opinions after the fall of the previous regime. They aim to incite violence and division. "For example, the Islamic Radio and Television Union, which is managed by the military arms of Tehran and controlled by the Iranian Ministry of Culture and Islamic Guidance, is headed by Shiite cleric Hamed al-Husseini. This union includes around 3000 journalists, 110 satellite channels, and 30 radio stations. It is a clear example of false pluralism".
  - E. Iraqi independent media does not represent Iraqis because it "sets red lines for itself as it operates under a stifling environment."

Moreover, media and journalism experts have forwarded recommendations to fairly and justly establish a media representing all segments of the population, including:

- I. Educating the audience to reject media promoting incitement or discrimination.
- II. Enforcing the criminalization of any form of incitement or discrimination by media outlets.
- III. Defining the concept of citizenship so it promotes democracy, freedom of expression, and highlights the importance of Iraqi citizenship.
- IV. Organizing conferences where media outlets from different groups, parties, or components can sign codes of honor, which should direct their media content towards respecting the other party and promoting its culture, news, and activities.

On the other hand, Kurdish experts had differing opinions and were unable to reach consensus. They were divided between those who believed Iraqi media represents diverse Iraqi society, where each political party and sectarian group has media outlets expressing their ideologies, including neutral academic intellectuals, while others believe Iraqi media does not represent Iraqi society because free voices are forbidden in Kurdistan. Not supporting a specific party may lead to harassment, suppression, or even assassination.

The majority of Shiite media experts express a sense of pluralism in the media. However, they believe there is a lack of diversity and is more like "a single face wearing multiple masks." Media outlets fail to portray all segments of society realistically. For instance, "the Iraqi Media Network is unable to express the cultural and political diversity of Iraq and is considered to be a distorted reflection of the distorted political situation".

Experts highlighted that while pluralism is beneficial in understanding political trends

and revealing others' mistakes and crimes, it has its downsides. It can turn into a tool for incitement and crime justification, particularly during sectarian wars. "Shiite media outlets were found inciting sectarian strife, while Sunni media outlets were promoting violence and providing lessons on using explosives and Molotov cocktails".

Moreover, current media outlets are not genuine pluralism but media chaos imposed by external political agendas. This chaos is sustained by the involvement of parties and individuals with special interests. Pluralism can be dangerous in a society plagued by political conflicts, particularly with a lack of oversight and law enforcement. Currently, diversity is harming society, destabilizing security, and threatening social peace, given the unstable political situation. Instead, it is essential to focus on stability as "it would create strong and specialized media outlets that support societal diversity".

Some argue that existing diversity is only religious and sectarian on the surface and diversity based on age, gender, and geography would be more appropriate. "For example, there are no dedicated TV channels or radio stations for women, children, the elderly, teenagers, or residents of a specific area".

The media experts criticized current media outlets for lacking professionalism and being corrupt. These outlets have caused conflicts, weakening law enforcement and restricting freedoms. "They have been influenced by foreign channels such as Al Jazeera, leading to shouting and the use of vulgar language, as exemplified by Faisal al-Qassem".

To ensure genuine pluralism, the experts recommend the following steps:

1. The Iraqi Council of Representatives should examine the media chaos phenomenon and establish frameworks for national and political fields that serve as commitments or national documents for all media institutions.
2. Purify the media discourse from "political tales" and encourage human rights, respect for diversity, and a sense of brotherhood through long-term guidance and awareness campaigns.
3. Embrace openness to diverse media outlets, regardless of their financial, political, national, and sectarian orientations.
4. Reevaluate the Journalists Syndicate's orientations.

In the context of pluralism and absent parties, Sunni media and journalism experts argued that the current pluralism is superficial and sectarian with significant Iranian influence. They emphasize the need for Iraqi representation, pointing out the absence of important segments such as Baathists, Nasserists, Communists, anti-occupation and anti-Iranian domination activists, Turkmen, Shabak, Yazidis, Musawis, Jews, Bahais, and Ismailis.

---

Moreover, one media and journalism expert highlighted the lack of genuine representation of independent liberals. Few newspapers operate within self-imposed boundaries, well aware of potential consequences for transgressing media taboos.

Experts noted that each media outlet caters to a specific audience, neglecting others. For instance, Arabic-speaking media outlets may lack Kurdish and Shabak audiences, while the opposite may be true for other outlets.

Moreover, Kurdish media experts expressed concern about the lack of unbiased academic and independent voices in the media landscape, given the lack of strong national media capable of shaping public opinion.

Similarly, Shiite media experts have highlighted the absence of minority voices; groups such as Yazidis, Shabak, Turkmen, Bahá'ís, Communists, Kakais, and Jews are not adequately represented in the media.

Some experts pointed out that the media lacks professionalism and journalistic essence, including the presentation of ideas and information. They also mentioned the absence of intellectuals, national figures, writers, journalists, and free voices.

Others noted that opposing voices in protests, national voices, independents, Ba'athists, and representatives of the previous regime are not represented. Additionally, they mentioned the lack of support and funding from the state or civil society for liberals and leftists due to the absence of a culture of donations. There is a consensus that other segments of society, such as children, teenagers, women, and people with special needs, are in dire need of media representation.

Despite the large number of media outlets, they lack programs focusing on economics, the public sphere, and educational, scientific, and cultural media.

According to experts, the media landscape reflects the perspectives of the media owners. Therefore, Shiite channels overlook Sunnis and Kurdish channels overlook Arabs. Although a few media outlets are owned by individuals “committed to pluralism”, unfortunately, they are not very effective since they are only active on social media platforms. Due to the absence of funds to establish TV channels, radio stations, magazines, newspapers, or any other media outlet.”

## **2. Journalistic Professionalism**

Sunni media experts acknowledged that limited favoritism existed in Iraqi media both before and after 2003. This was because media work was restricted by government licensing and was governed by laws with professional standards set in place. The government ensured no escape from punishment for breaching these standards.

“Some of the media pioneers before 2003 were neither Ba’athists nor agents of security agencies, as confirmed by some of their colleagues.”

Additionally, experts mentioned the media institution before 2003 was under the control of the party system, and journalists needed endorsement from comrades to work. Favoritism existed between the editor-in-chief and journalists; the head of the media institution or editor-in-chief was often a senior party and revolution leader. “Journalists and media personnel who showed loyalty to the party, the revolution, and leader Saddam Hussein were usually appointed, and they brought their friends, relatives, and children to work.”

In the same context, a media and journalism expert pointed out that after 2003, there was less favoritism in the media, because it was an unrestrained weapon. It dominated daily decisions in public life, and the media was part of this life. Few newspapers protect themselves and set their red lines “under the threat of censorship.” Religious figures use sacredness to terrorize the media and journalists, who are afraid of excommunication due to the abundance of sanctities. “Like what happened to the caricaturist Ahmed Al-Rubai’i, who fled to Kurdistan where he died because he drew a caricature portrait of Ali Khamenei, and the portrait was considered a religious offense, as the headquarters of the newspaper Al-Sabah Al-Jadid was attacked.”

Furthermore, experts described how past favoritism between the editor-in-chief and journalists now exists between the leader of a specific party, sect, or nationalist group and journalists. This has become more widespread due to the media’s desire to promote politicians during elections. Today, “instead of loyalty to the Ba’ath Party, the revolution, and the leader, loyalty has shifted to the political party and the Islamic revolution, meaning Shiism, and those who support and fund that media institution. The similarities exist in depth, with only differences in appearance.” Additionally, the emergence of (electronic armies) exacerbates favoritism. Currently, favoritism spreads widely among journalists working covertly within electronic armies to conduct election campaigns for or against certain politicians.

As for media and journalism experts from the Kurdish nationalist movement, they confirmed that favoritism existed both before and after 2003. Similarly, Shiite media and journalism experts agreed on the existence of favoritism both before and after 2003. They described the media in the previous regime as “nothing more than state media,” where the media institution operated due to favoritism to the Ba’ath Party, the leader, and his family. They pointed out media institutions followed state functions, subject to political and party controls imposed by the regime in selecting the editor-in-chief or the director-general of the radio and television department. The media was subject to favoritism, which increased during the days of economic sanctions amid the spread of

---

institutional corruption. Favoritism was not acknowledged due to the strength of the security oversight imposed on media institutions. However, what saved the media at that time was the former regime's plan to appoint many writers in the media, which gave it some strength and credibility in shaping content.

Furthermore, experts emphasized Iraqi media remains weak due to corruption and favoritism. Iraqi society is clan-based, built on favoritism, making this an acceptable social behavior. "The Iraqi child is raised to understand that children of teachers have a special status among all teachers and administration, which reflects on young students, and thus the child grows up under the abhorrent favoritism system."

When evaluating the professionalism of media institutions and journalists compared to before 2003, Shiite media and journalism experts agreed on describing the former institutions as "professional", "serious", and "committed to their work". However, they attributed professionalism to the following reasons:

- A. Professional standards were imposed by institutional management. Fear of oversight encouraged journalists to maintain professionalism.
- B. Professionalism was superficial because institutions had a lack of objectivity and integrity of ideas due to state control over the media institution. Journalists lacked freedom to criticize authority because they could face arrest or marginalization.
- C. Most personnel entered the media from a journalistic background, which resulted in media institutions having integrity and journalistic standards.

After 2003, experts confirmed the weakness of journalistic professionalism, stating that "journalists no longer care about professionalism; what matters is receiving the salary without ambition or commitment to journalistic standards." This is attributed to the following reasons:

- I. Weak supervision of professional standards because administrations lack sufficient experience. Even journalists who previously enjoyed public trust became less committed and abandoned their previous style, opening up to external media. "Examples include Dr. Taha Al-Jazaa, Zaid Al-Hilli, Ahmed Abdul Majeed, and many others".
- II. The proximity to a political party or the media funding entity is higher and more important than any other criterion.
- III. Media outlets do not follow journalistic work standards, and if standards exist, they are applied with bias.
- IV. There is currently media chaos due to the entry of outsiders, making the media "a platform for everyone, a profession for those without a profession."

V. Professionalism has become captive to fear despite the resilient spirit of Iraqi journalists. Journalism in Iraq is “a profession of death, not a profession of risks, resulting in more than 250 victims killed, with some names still forcibly disappeared. Journalists are prisoners of religious and political figures”.

Sunni and Shia media experts agree in characterizing the pre-2003 media work as more professional than today’s, despite the challenges it faced. This is because the laws and regulations imposed by the Ba’ath regime were focused on the general form of the media and did not interfere with the details, as long as it did not contradict the regime’s leader or its objectives. Consequently, media organizations were more organized and stricter in adhering to professional standards, whether voluntary or forced upon them. However, political biases affected their news coverage, event reporting, and interviews, lacking objectivity.

Today, everyone agrees that media work has become weak and unprofessional due to various reasons:

1. The lack of professional structure and job roles within media institutions. “Some editors-in-chiefs do not even know the role of an editor-in-chief, and the same goes for editorial secretaries”.
2. The role of the Syndicate has changed over time and “now includes a diverse group of members, many of whom do not hold professional titles. The Syndicate’s membership includes thousands of individuals, including general managers, administrative employees, and even electronic armies that serve politicians”.
3. Journalists with lack of experience look for media outlets that pay more, “considering themselves as stars, like Ahmad Mulla Talal”.
4. In the past, professionalism was weaker in politics but it’s better in non-political and sports news due to fear of authority. Today, professionalism is absent even in political news, let alone diversified news.

Kurdish media experts have confirmed journalism in Iraq is facing a major problem. The current regional sectarian partisan journalism is not related to the entire country, and there are no strong national parties with great capabilities. The state is absent from the media field, which means that there is no national journalism in Iraq. The existing journalism is either Sunni or Shia Arab or divided Kurdish between the two main parties, or Christian divided into Chaldean and Assyrian, or Turkmen divided also between Sunni and Shia. These religious, national, and sectarian diversities have their own journalism.

Professionally, the Iraqi journalistic body does not have a unified representative apparatus for Iraqi journalists. Division has spread among the ranks into several blocks and associations.

---

### 3. Media Market

Shiite media experts unanimously agree that social media platforms have a stronger influence on the audience when compared to traditional media, emphasizing that they have “shaken traditional media, crushed it, and surpassed it by stages.” Experts attribute the superiority of digital media over traditional media to its speed and ease as it enters homes without permission. Additionally, it is a media that is open to the world and not limited to a specific segment, especially for women and youth. The current trend worldwide is to prioritize speed and avoid focusing on details. Experts believe that social media meets individuals’ desires for personal rather than collective viewing, unlike television. Moreover, the content of these platforms is short, diverse, and enjoyable for everyone.

According to Shiite media experts, social media has positively impacted traditional media in several ways, including:

- A. Facilitating gatherings and protesting as a result of campaigns by civil activists on social media platforms led to the authorities yielding to the public’s demands; thus, the public learned how to pressure politicians to achieve their demands.
- B. Social media platforms have provided media training courses that many young people have benefited from, enabling them to enter the media world later. “The Institute for War and Peace Reporting IWPR has long been preparing young journalists to a decent level.”
- C. Getting news quickly as social media is open to the world and cost-free.
- D. Assisting in exposing corrupt individuals.
- E. Increasing the public’s confidence to express themselves and their problems, which they could not do through traditional media.

As for its negative impact on the media, experts pointed out the following:

- I. Social media has the potential to spread rumors and fake news (misleading public opinion).
- II. As an institutional activity, the media is expected to uphold specific standards. However, social media platforms are not held to journalistic standards.
- III. Traditional media has declined and has become almost deserted.
- IV. Despite its ability to guide the masses, its methods are chaotic.

As for Sunni media experts, they described social media as “a double-edged sword.” Despite its positive impacts, it also has negative effects summarized as follows:

- a. Encouraging fabrications and lies, social media is flooded with fake names and



fake accounts funded by parties and individuals pushing them to engage in forgery and defamation. “Perhaps the most beautiful term I heard for Facebook came from fellow journalist Karam Nima, and it was ‘Fake book’.” It plays a significant role through electronic armies, especially during elections. Each time the public intends not to participate in electing corrupt individuals, electronic armies polish the image of the corrupt, leading to their re-election.

- b. Contributing to corrupting the public taste, as it does not adhere to the standards of sound media. Instead of reform, the media has descended into the abyss, and the public now views the media as a defamation and chaos platform.

As for the positive aspects of social media:

- a. Assisting activists in organizing protests and compelling authorities to take actions in favor of the public’s interests to avoid public outrage.
- b. Diversifying and enhancing media work, as journalists are now closer to the community’s issues and reactions.
- c. The internet has allowed for the emergence of knowledgeable bloggers and content creators who can easily gather information.
- d. Social media platforms have become like cafes where the public can easily and freely exchange information without government censorship.

The Kurds have affirmed that social media has created a new media landscape with a “significant and immense” role in individuals’ lives and has managed to sideline traditional media. Many people no longer watch television, listen to radio, or read newspapers, as the internet has become an essential part of daily life. The majority now gathers news from reports published on news pages, thanks to the ease and speed of obtaining information through concise messages to cope with the large volume of information.

Regarding the media market in Iraq after the transformations that occurred after 2003, Sunni media experts affirmed that the negatives of these transformations outweighed their positives. They pointed out that the media market “post-occupation”:

- Became subject to external funding, particularly from Iran.
- Witnessed the emergence of corrupt journalism and institutions covering up corruption, engaging in media defamation, and whitewashing the images of openly operating corrupt individuals.
- Promoting external dependency and extremism has led to erosion of media outlets’ national identity.
  - The absence of the Journalists Syndicate’s role in protecting the journalistic body led to chaos and political and journalistic illiteracy in the media market.

---

Various individuals, including bloggers on social media platforms and promoters of goods, such as influencers, misused the label of “media,” tarnishing its reputation.

- The dissolution of the Ministry of Information resulted in the media being controlled by institutions formed by the (US) occupation, weakening the public’s trust in Iraqi media.
  - “All media outlets, from print newspapers to radio stations to television channels to internet content and social media networks, have become commodities sold to the highest bidder, all contributing to the deterioration of the country’s political situation, deceiving the public, and rendering them a silent audience”.
  - The media market is characterized by poor quality and increased quantity (low demand and high supply), meaning the media presents what it wants to convey to the public. Even if there is demand for certain issues, they are presented by aligning with the media’s biases.
- “It cannot be denied that today’s media is influential in shaping public opinion and serves as a tool for the public to enact reformative changes, enhance political participation values, and undergo democratic transformations. It has succeeded in leveraging advancements in communication technologies.”

According to Shiite journalism and media experts, the media market that emerged after 2003 was characterized by openness, competitiveness, and deep partisanship, but lacking in professionalism and credibility. They describe it as disordered and unstable, and a “troubled market, plagued by animosity, superficiality, and poor language”. Furthermore, they refer to it as a “loose market” that resorts to tactics of defamation and intimidation.

Experts attributed the poor state of the media market post-2003 to the following factors:

- Lack of comprehensive media market, especially traditional media, due to the emergence of electronic media and journalistic bloggers.
- Supply outweighs demand (many graduates are unemployed).
- Some politicians like Nouri al-Maliki exploited the youth’s need for employment as journalists and formed ‘electronic armies’ to protect their interests.
- The media market suffers from qualitative deterioration due to quantity, as inexperienced individuals are hired without practical media experience and application.
- Due to rapid changes in the media landscape, many journalists lost their jobs, making it difficult for them to find new ones.

- Many young people nowadays are opting to study media in public, private, or evening universities. “When asked why they chose this field of study, they often cite the perception that there are few job opportunities outside of media or volunteer work with the police. It’s important to note that journalism should not be seen as a career solely for financial gain, but rather as a profession that conveys ethical, social, and national values.
- Despite the emergence of independent media post-2003, some corrupt parties and individuals oppose free media.

Kurdish media experts mentioned that all media institutions operate according to political agendas dominated by political parties and blocs. The American occupier worked on fragmenting Iraqis through the media into several sub-identities, including sects, religions, ethnicities, parties, regions, etc.

#### **4. The Role of the State**

According to Sunni media experts, religious figures did not have a significant role in media institutions before 2003. Even after the religious campaign launched by the former regime in the 1990s, their role was limited. They were primarily interviewed, and their views were disseminated through newspapers. There were no dedicated programs or platforms, and their appearances were infrequent, mainly restricted to Friday prayers and minor events. Articles addressing religious and secular issues were also subject to censorship and scrutiny before publication.

However, after 2003, opinions converged that religious figures were playing a dominant and controlling role in shaping the media, politics, and all aspects of Iraqi life. “After the regime change in 2003, religious figures gained significant media presence, and their articles, statements, interviews, and fatwas overshadowed those of journalists and political analysts.” Moreover, most of them own their dedicated websites. This influence has had a negative effect, contributing to the spread of extremism, sectarianism, and consequently terrorism. “An example of this is the statement made by the Shiite cleric Hazem Al-Araji, a prominent figure in the Sadrist movement and the Friday prayer leader at the Kadhim Shrine in western Baghdad, who declared in a recorded visual sermon the necessity of killing Sunni individuals who are labeled as Wahhabis and Ba’athists.”

They also pointed out that due to “Iranian expansionism,” the media has come directly under the control of religious figures, with clerics either heading media institutions or being imposed through partisan channels, leading to the proliferation of religious channels directly funded by Iran, “such as the Islamic Radio and Television Union”. Their political influence has expanded through the use of religious sanctity to terrorize media professionals and silence their dissenting voices.

---

Shiite media experts concur with the opinions, adding that the influence of religious figures in the media was weak or negligible before 2003. They have observed that religious figures did not interfere in politics, as the separation of religion and politics was maintained. They were only invited as guests on programs related to religious occasions. Some experts have pointed out that the religious institution was under siege and marginalized under a media that claimed to be both secular and religious simultaneously. However, in reality, it was neither secular nor religious but entirely employed to glorify the ruler.

Today, experts mentioned that the media cannot address topics related to religious figures or religion itself in its content. Religion has become a significant media source tasked with promoting backwardness, discord, extremism, and bigotry, exploiting satellite channels and social media platforms. Religious figures entered politics and began exercising hidden religious dictatorship power. "Yasser Al-Habib is an example of extremism in Iraqi media".

Furthermore, the experts added that immediately after the fall of the former regime, neighboring countries prepared significant numbers of religious figures (Sunni and Shiite) who invaded the media, leading to their mobilization for sectarian war. Today, religious figures oversee channels, radio stations, and newspapers due to the presence of media affiliated with Islamic parties.

An expert in media and journalism noted that "after 2003, the current democratic system in Iraq has allowed for a significant presence of religious institutions. This has led to a climate of respect for religious freedoms and practices, accommodating the diverse religious, sectarian, and national identities within society. Each group now has its own media platforms, enabling them to communicate with their respective audiences. This situation is positive as long as mutual respect for differing beliefs is maintained and the spread of hatred is avoided".

The Kurds, along with their Shiite and Sunni counterparts, acknowledge the growing influence of religious figures within the media landscape post-2003.

In examining the methods of repression against Iraqi journalists before and after 2003, Sunni media experts highlighted that in the past, the media institution was overseen by the Minister of Information and the National Media Leadership Office, as the media operated under the full control of the regime, and any violation would subject the journalist to arrest and intimidation.

The experts confirmed that the previous regime employed individuals whose job was to monitor every written word. Some would receive rewards, while others faced arrest, dismissal, or imprisonment for any deviation. The regime also recruited Ba'athist journalists "with weak moral character" to spy on their colleagues and report them,

especially those with communist political backgrounds.

After 2003, Iraq has been ranked 150th on the press freedom index by “Reporters Without Borders” due to ongoing daily violence. Additionally, the Iraqi Observatory for Press Freedoms, dedicated to defending journalists, declared that press freedom in Iraq was the worst since the fall of Saddam Hussein’s regime in 2003. “The Iraqi government utilized its security and military forces to restrict journalistic work, leading to a deterioration in press freedom”. Also “In 2022, a report from the Association for the Defense of Press Freedom in Iraq documented 60 cases of arrests and detentions, 12 cases of attacks and armed raids, and 254 cases of assaults and obstruction of coverage”. Any movement by journalists in Iraq now requires security approval. “Notably, journalist Tawfiq Al-Tamimi, formerly associated with the government newspaper Al-Sabah, disappeared years ago, while prominent Iraqi journalist Sabah Salman, a staunch opponent of Saddam, was also abducted”.

Comparing the previous and current regimes, experts pointed out that while arrests were visible in the past and detainees were often released later, today, the elimination and disappearance of journalists by militias have become legalized. Interventions to rescue journalists after their arrests are now possible, whereas in the past, such interventions were futile due to the severity of the regime’s crackdown. However, campaigns advocating for the missing journalists’ fate and demanding their release rarely succeed.

Shiite media experts affirmed that tools of repression used against journalists in the former regime were extremely severe, even including death sentences. “Many journalists were arrested under orders from Uday Saddam Hussein, with some being flogged in Al-Radwaniya prison”. Journalists who crossed the regime’s red lines, set by its media institutions, faced arrest or worse, such as disappearance or execution, “as witnessed with Dr. Saif al-Hafi and the thinker and journalist Aziz al-Sayyid Jasim. Consequently, many journalists fled Iraq and joined the opposition. Additionally, numerous journalists were previously detained, including Dawood Al-Farhan and Hashim Hasan”.

When examining the methods of repression post-2003, experts noted the absence of specific laws contributed to journalists being targeted for killings and disappearances coupled with the rampant influence of militias and tribalism during the stateless period. Independent journalists faced persecution, assassination, and accusations of espionage when addressing specific figures to silence other journalists. Instances such as the killings of journalist Hadi al-Mahdi and communist journalist Kamel Shiaa were followed by numerous similar incidents; all met with government silence. Additionally, they noted that political conflicts were accompanied by media conflicts, resulting in the victimization of many journalists.

One of the key comparisons outlined by the experts is the contrast between the past

---

and present regarding press freedom. In the past, there was suppression of press freedom, whereas today it exists in an unregulated form. However, the crucial distinction arises from political conflicts, wherein journalists often bear the consequences for expressing biases or criticizing specific factions, resulting in a form of freedom that lacks organization. Additionally, the experts noted a shift in the methods of intimidation: while previously, unidentified individuals authored reports to instill fear in journalists, nowadays, Ba'athists have been replaced by 'secret informers' who monitor and target anyone daring to express themselves freely through writing or speech.

The opinions among Kurdish media experts closely aligned with those of other groups. They pointed out that during Saddam's era, there was no freedom for journalists as they were brutally murdered. However, now, it can be said that there is some unregulated freedom.

Regarding the Iraqi laws and their protection of journalists before and after 2003, Shiite media experts affirmed there is no difference in terms of the legal environment between the two periods. According to them, it remains a stifling environment, confiscating freedoms, despite the issuance of the Iraqi Permanent Constitution in 2005, which ensured the assembly, publishing, authoring, issuing, and broadcasting rights in Articles 37 and 38; the environment continues to be restrictive and impinging on freedoms. Although there is a law protecting journalists, it is ineffective, evidenced by the violations against Iraqi journalists, including killings, disappearances, arrests, and assassinations. Many institutions have even laid off their employees without paying their financial dues while the Journalists Syndicate has failed to address these cases and restore journalists' rights and defend them.

Other experts believe that the laws are designed to suit the politicians' mindset and their fear of the media as a fourth authority. Compared to international standards, these laws do not protect journalists but rather threaten them with imprisonment and fines if they exercise their right to obtain and disclose information or expose corruption within state authorities and their departments. One of the most prominent of these laws is Article 26 of the Iraqi Penal Code of 1969, which remains in force to this day. Additionally, the de-Baathification issue targeted journalists, exposing them to murder, kidnapping, and disappearance, contradicting the spirit of democracy.

A media expert, on the other hand, believed that the law can protect journalists and is enforceable, and the syndicate is also capable of intervening when journalists face any problem.

In the same context, Sunni media experts indicated that journalists in the previous regime were considered public servants, and Iraqi laws punished imprisonment and fines for insulting or threatening a public servant or anyone tasked with public service.

They also pointed out that if laws did not protect journalists in the past, at least the journalists had their “dignity”, and they received some privileges through the Journalists Syndicate. However, today, the council of Representatives has repealed many laws and introduced or amended others, so the journalist works under an oral or written contract that only protects them regarding their journalistic service for retirement purposes.

The experts observed that journalists today are threatened with murder without any protection, despite the Iraqi Parliament enacting the Journalists Protection Law in 2011. Although Iraq is a party to the International Covenant on Civil and Political Rights, the laws here do not measure up to that of the developed world; judges interpret them as they wish, either favoring those who pay more or fear armed threats, as militias dominate the streets today.

On the other hand, Kurdish media experts affirmed that there is certainly a difference between the two periods, as the journalism environment now is largely better, but there are still some legal issues. The Journalists Protection Law in Kurdistan is good, but when journalists are held accountable in the Kurdistan Region, it is not under the Press Law but rather under the Iraqi Penal Code or sometimes terrorism charges, as even the judiciary in the region is politicized, and the press laws do not protect Iraqi journalists due to corruption.

In terms of the independence of journalism and media in Iraq, the majority of Shiite media and journalism experts confirmed that the vast majority of media institutions are not independent as they are governed by the financier’s capital. Some described media institutions as sectarian or religious political projects subject to financing, with most operating according to conflicting local or regional agendas. They cited examples like “the Iraqi Media Network funded by public money, which should be independent but is not, with its board composed of representatives from political parties”.

Other experts added that many media institutions put “independence” in the headlines, but everyone knows they are not independent.” For instance, Al-Sharqiya channel claims to be independent but in reality supports whoever pays more, and AL-Hurra Iraq channel claims to be independent but actually promotes America’s image in Iraq”.

Some experts have emphasized that truly independent journalism is very rare and is usually associated with individuals committed to the idea of independence. However, they argue that such endeavors have failed for the following reasons:

- Some believe that journalists should avoid antagonizing certain parties or individuals to preserve their existence.
- These institutions collapsed because they relied on advertising revenue as their primary source of funding. However, advertising in Iraq yields low returns due to the absence of industries and free trade, leading to the failure of many media institutions

---

to maintain their independence.

- Some political parties sought to undermine these independent newspapers by paying merchants in the distribution market to either destroy or withhold distribution of these newspapers. Consequently, these newspapers struggled to find an audience or attract advertisers, resulting in accumulated financial losses and ultimately forcing their owners to shut down, “such as the case of the independent newspaper ‘Al-Lawa’”.

Additionally, when considering the viewpoints of Sinni Media experts, there is a unanimous consensus that independent media is non-existent in Iraq, as every media outlet is affiliated with a political party or entity, both domestically and internationally. “For instance, Shiite channels supporting what is known as the “resistance” receive funding from the Iraqi Radio and Television Union, which is part of the Islamic Radio and Television Union backed by Iran”. These political parties impose their mindset on their affiliated media outlets. Despite being meant to represent the state, networks like the Iraqi Media Network are, in reality, influenced by multiple political parties through a system of political consensus or power-sharing, mirroring the situation in other state institutions.

Experts attribute the absence of independent newspapers in Iraq to funding issues that have crippled independent journalistic work. They note that newspapers like “Al-Mada” and “Al-Zaman,” while technically independent, strive for professional integrity in their coverage of economic, health, and other issues, ensuring high-quality and unbiased reporting. However, they also take care to avoid criticism of the government since they rely on government advertising for funding, which underscores the delicate balance they must maintain. Others argue that media independence has never truly existed in all eras, asserting that it is lacking even in this era. In alignment with these observations, Kurdish media experts echo the consensus on the lack of media independence in Iraq, emphasizing that each media outlet is driven by its own agenda reflecting its ownership, thereby compromising media freedom and subjecting journalists to the political leanings of their respective channels.

## Discussion

The findings highlight the failure of Western media systems models when applied to post-conflict, ethno-sectarian societies such as Iraq. While Hallin and Mancini’s typology provides an effective starting point, the Iraqi case reveals unique dynamics that impose adaptation of their framework. By introducing the fifth dimension, the role of non-state actors, this research contributes a necessary theoretical extension to account for the complex of militias, religious authorities, and foreign-backed entities that shape Iraq’s



post-Ba'athist media system.

## **1. Formal Pluralism vs. Sectarian Fragmentation**

Although media pluralism has technically expanded since 2003, this transformation represents a form of “false pluralism,” as many media outlets serve ethno-sectarian or partisan agendas rather than public interest. The post-Ba'athist media landscape is not characterized by diversity in content or ideology but rather by segmentation and exclusion. Sunni, Shiite, and Kurdish experts alike emphasized the absence of minority voices (e.g., Yazidis, Bahá'ís, women, and youth) and warned of the dangers of media-driven sectarian incitement. This reflects a shift from state-imposed ideological uniformity under the Ba'ath regime to competitive sectarian propaganda under consociational democracy, a form of fragmentation without liberal pluralism.

## **2. Journalistic Professionalism: Continuity in Decline**

The finding challenges the assumption that democratization leads to higher standards of journalistic professionalism. Experts viewed the pre-2003 media as more professionally disciplined, although constrained by state ideology, compared to the post-2003 landscape, which is damaged by politicization, corruption, and a collapse in professional standards. Post-Ba'ath system operates through sectarian patronage and polarization, using authoritarian dynamics under a different shape. The emergence of “electronic armies” and social media influences further complicate professionalism and substituting journalistic integrity with political manipulation.

## **3. A Troubled Media Market: Quantity over Quality**

Experts have described the Iraqi media market since 2003 as lacking in quality. Social media platforms now dominate public discourse. Despite these platforms have made information more accessible and encouraged civic engagement, they have also facilitated the spread of disinformation, rumors, and ideological polarization. The fragmented and open market leads commercial and political interests to take precedence over public service and ethical journalism. Lastly, the media system becomes vulnerable for clientelism and foreign influence.

## **4. State Role:**

Under Ba'athist rule, state control was absolute yet evident; post-2003, the state has become fragmented and is often avoided by informal networks, yet it retains repressive legal tools. Experts noted that both the Ba'athist and post-Ba'athist regimes imposed

severe constraints on journalistic freedom, but in different forms: where the Ba’athist state relied on direct repression, today’s state uses legal ambiguity, militia intimidation, and sectarian influence to enforce compliance. The Iraqi Journalists Protection Law of 2011 has proven ineffective. Thus, the perception that Iraq remains a hostile environment for independent journalism.

## 5. Non-State Actors:

The significant finding is the expanded role of non-state actors in the media system. Religious institutions, militias, and transnational networks (notably Iran-backed entities) exercise considerable control over content creation, editorial decisions, and journalist safety. The fragmentation of authority and the normalization of coercive non-state influence create a hybrid system where formal institutions coexist with informal and more powerful actors.

## 6. Theoretical Implications

This study asserts that Hallin and Mancini’s typology is insufficient for analyzing media systems in deeply divided post-authoritarian societies where informal institutions and hybrid sovereignty occur. The “non-state actor” dimension is not a local adjustment for Iraq. Still, it offers a theoretical insight that can enrich comparative media studies globally, especially in fragile states or consociational democracies with competing power centers. Furthermore, the findings highlight the limitations of democratization connected with media liberalization. Iraq’s case demonstrates that institutional change without professional consolidation resulted in increased pluralism without accountability, representation without inclusion, and freedom without security. Lastly, the differences and similarities in the media systems between the Baath regime and the era of consensus, as derived from interviews with the following experts, were as follows:

Aspect	Ba’ath Media System (Pre-2003)	Post-Ba’ath Media System (Post-2003)
Pluralism	No genuine pluralism; strict ideological uniformity imposed by the state.	Formal pluralism exists but is sectarian, partisan, and exclusionary (“false pluralism”). Minority and independent voices are largely absent.
State Control	Centralized, direct state control through the Ministry of Information and the party apparatus.	Fragmented state authority; significant influence of militias, religious authorities, and foreign actors (e.g., Iranian-backed groups).

Aspect	Ba'ath Media System (Pre-2003)	Post-Ba'ath Media System (Post-2003)
Media Market	Controlled, limited number of outlets; relatively organized and professional under regime oversight.	Chaotic and oversaturated market dominated by partisan and sectarian outlets; social media surpasses traditional media.
Role of Religion	Minimal media role for religious figures; limited and controlled presence.	The dominant role of religious figures and clerics controlling outlets, promoting sectarian narratives, and extremism.
Press Freedom	Strictly suppressed but with clear legal and political boundaries; arrests are visible.	Formally allowed but unregulated, journalists face violence, intimidation, and impunity of perpetrators.
Journalistic Professionalism	Imposed by state management, freedom is constrained, but relatively higher standards.	Declined professionalism due to politicization, corruption, fear, and lack of oversight.
Media Funding	State-funded and centrally controlled, with a hierarchical structure.	Diverse and politicized funding from parties, militias, and foreign actors undermines independence.
Technology and Platforms	Dominated by traditional media (TV, radio, print) under state control.	Rise of social media platforms dominating discourse, increasing misinformation, and fragmented public attention.
Protection for Journalists	Harsh but relatively straightforward: state-enforced censorship and punishment.	Weak legal protections; ineffective laws; repression via militias, informal networks, and political violence.

The analysis of these themes demonstrates that Iraq's media system reflects the contradictions of its political order. The themes reflect the structural legacies of Ba'athist authoritarianism and the fragmented nature of Iraq's post-2003 consociational order. Each theme sheds light on the trajectory of Iraq's democratic development.

1. False Pluralism and Sectarian Fragmentation.
2. Decline in Professionalism of Journalistic
3. Messy Media Market: Quantity over Quality
4. Fragmented State and Coercion
5. Control of Militia as Non-State Actors

Lastly, while democratization expanded formal freedoms, the rise of sectarian and militia influence created a fragmented, polarized, and insecure media system. For democratic

---

consolidation, Iraq's media has not become into a watchdog but instead mirrors political elite fragmentation and reinforces identity-based divisions. The findings suggest that pluralism without independence, freedom without security, and representation without inclusion hinder the consolidation of democracy in post-Ba'athist Iraq.

## References

- Alnasseri, S. (2008). Understanding Iraq. Socialist Register.
- Balcytiene, A. (2012). Culture as a guide in theoretical explorations of Baltic media. In D. C. Hallin & P. Mancini (Eds.). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge University Press.
- Barriball, K. L., & While, A. (1994). Collecting data using a semi-structured interview: a discussion paper. *Journal of Advanced Nursing-Institutional Subscription*, 19(2).
- Byman, D. (2003). Constructing a democratic Iraq: Challenges and opportunities. *International Security*, 28(1).
- Cammett, M. (2014). *Compassionate communalism: Welfare and sectarianism in Lebanon*. Cornell University Press.
- Costantini, I. (2022). Silencing peaceful voices: Practices of control and repression in post-2003 Iraq. *New Authoritarian Practices: State Control in the Middle East and North Africa*.
- Dawn, C. E. (1988). The formation of Pan-Arab ideology in the interwar years. *International Journal of Middle East Studies*, 20(1).
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical education*, 40(4).
- Dimitrov, M. K., & Sassoon, J. (2014). State security, information, and repression: A comparison of communist Bulgaria and Ba'athist Iraq. *Journal of Cold War Studies*, 16(2).
- Fuchs, C. (2024). A new framework for the analysis of media systems and media organizations in the digital age. *Global Media and Communication*, 20(1), 23–46.  
<https://doi.org/10.1177/20570473241259195>
- Hallin, D. C., & Mancini, (2012). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. C. (2016). Typology of media systems. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*  
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013>.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Isakhan, B., & Gunning, J. (2019). Consociationalism and Iraq: Powersharing in deeply divided societies. *International Political Science Review*, 40(5), 659–675. <https://doi.org/10.1177/0192512119835452>.
- Khalifa, O. N. E. (2021). The statist-commercialized media model: Re-examining Arab media systems after the Arab uprisings. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 14(2), 143–162.  
[https://doi.org/10.1386/jammr.00035\\_1](https://doi.org/10.1386/jammr.00035_1)
- Korstjens, I., & Moser, A. (2017). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 2: Context, research questions and designs. *European Journal of General Practice*, 23(1), 274–279.
- Labio-Bernal, A. (2024). Comparing media systems: A new critical academic reading. *Media and*

Communication, 12(1), 223–228. <https://doi.org/10.17645/mac.v12i1.8357>

- Lijphart, A. (1969). Consociational democracy. *World politics*, 21(2).
- Magaldi, D., & Berler, M. (2020). Semi-structured interviews. *Encyclopedia of personality and individual differences*.
- Majed, R., & Aljabiri, J. (2020). Contemporary social movements in Iraq: mapping the labor movement and the 2015 mobilizations.
- Marques, F. P. J. (2024). What factors explain the transformation of media systems? *International Journal of Press/Politics*, 29(1), 99–121. <https://doi.org/10.1177/17480485231177887>
- O'Flynn, I. (2006). *Deliberative democracy and divided societies*. Edinburgh University Press.
- Rugh, W. A. (2004). *Arab mass media: Newspapers, radio, and television in Arab politics*. Praeger.
- Salim, S. K. (2021). *Iraq: Media between Democratic Freedom and Security Pressures*. Arab media systems.
- Sakr, N. (2007). *Arab media and political renewal: Community, legitimacy and public life*. I.B. Tauris.

## Appendix

No	Years of Experience	Gender	Ethnicity and Sect	Job title	Specialty	Degree
1	25	Male	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
2	27	Male	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
3	20	Male	Arabic Shiite	Professor	Public Relations	PhD
4	21	Male	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
5	24	Male	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
6	25	Female	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
7	28	Female	Arabic Sunni	Professor	Media	PhD
8	25	Female	Arabic Shiite	Professor	Public Relations	PhD
9	24	Female	Arabic Sunni	Media Consultant	Psychology	PhD
10	35	Female	Arabic Sunni	journalist	Media	PhD
11	33	Male	Arabic Shiite	journalist	Media	PhD
12	40	Male	Arabic Sunni	Professor	Media	PhD
13	22	Female	Arabic Shiite	Professor	journalism	PhD
14	32	Female	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
15	25	Female	Arabic Shiite	Professor	journalism	PhD
16	43	Male	Arabic Shiite	Managing Editor	Engineering / Journalism & Media	Bachelor's degree
17	50	Male	Arabic Sunni	Chief Editor	journalism	Bachelor's degree
18	30	Male	Arabic Sunni	journalist	Political science	Bachelor's degree
19	30	Male	Arabic Shiite	Researcher in Iraqi press history	journalism	PhD
20	30	Male	Arabic Sunni	journalist	Journalism	PhD
21	43	Male	Arabic Shiite	Professor	Media	PhD
22	22	Male	Arabic Sunni	Professor	Journalism	PhD
23	25	Male	Kurdish	journalist	Media	PhD

Table 2, Participants are experts

# Unveiling Orientalism in Disney's *Aladdin* (1992) Stereotypes, Power, and Representation

By: Dr. Ezaddeen Sulaiman Almutairi<sup>(1)</sup>

## Abstract

This research examines Disney's *Aladdin* (1992) through the lens of Edward Said's Orientalism theory. Said argues that Western stories often show Eastern cultures as exotic, backward, and inferior. *Aladdin* does this by giving characters like Jafar stereotypical features and accents, making Arabs seem dangerous or foolish. The study uses a qualitative case study approach. It examines how *Aladdin* creates social distance between viewers and the characters. It also examines how the film forms relationships with viewers and uses Orientalism as a political tool. Results show that the film spreads harmful stereotypes and misrepresents real cultures. It also makes Western culture seem superior. The paper concludes that media producers should show cultures accurately. This can build empathy, respect, and deeper understanding between people in today's world.

**Keywords:** Orientalism, Stereotypes, Media representation, Cultural perceptions.

---

(1) Assistant professor - King Saud University, College of Humanities and Social Sciences, Mass Communication. email: aezaddeen@ksu.edu.sa

# كشف الاستشراق في فيلم ديزني علاء الدين (١٩٩٢): الصور النمطية والسلطة والتمثيل

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة فيلم ديزني «علاء الدين» (١٩٩٢) من خلال نظرية الاستشراق لإدوارد سعيد. يجادل سعيد بأن السرديات الغربية غالباً ما تصوّر الثقافات الشرقية بوصفها غريبة ومتخلفة وأدنى مرتبة. ويظهر ذلك في فيلم «علاء الدين» من خلال تقديم شخصيات مثل جعفر بسمات وكنيات نمطية، مما يجعل العرب يبدوون خطرين أو حمقى. اعتمدت الدراسة منهج دراسة الحالة النوعية حيث حلّت كيف يخلق الفيلم مسافة اجتماعية بين المشاهدين والشخصيات، كما درست كيفية بناء الفيلم لعلاقات مع الجمهور واستخدامه للاستشراق كأداة سياسية. أظهرت النتائج أن الفيلم يروج لصور نمطية ضارة وتشوّه الثقافات الحقيقية، كما يعزز تفوق الثقافة الغربية. وتخلص الورقة إلى ضرورة تقديم المنتجين الإعلاميين للثقافات بصورة دقيقة لبناء التعاطف والاحترام وتعزيز الفهم المتبادل بين الشعوب في عالم اليوم.

الكلمات المفتاحية: الاستشراق، الصور النمطية، التمثيل الإعلامي، التصورات الثقافية.

## 1. Introduction

Our past—formed by the events, experiences, and moments we have lived through—plays a significant role in shaping how we view and respond to the world around us today. Media has been one of the most influential tools in forming these perceptions, often embedding certain ideas and images deep into our collective understanding. Looking back at popular films from the past few decades, such as Disney's *Aladdin* (1992), reveals how these media products may have influenced an entire generation. Many who grew up watching these films now may enter leadership roles or shape social discourse. Their perspectives may reflect the messages and images they absorbed through media during their formative years.

Studying *Aladdin* today is not just about analyzing a nostalgic cartoon but about understanding how early media shaped attitudes about culture, race, and identity. Scholars have pointed out how the film presents an exoticized and stereotyped version

(٢) د. عز الدين سليمان المطيري - أستاذ مساعد بقسم الإعلام كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الملك

سعود - aezaddeen@ksu.edu.sa



of the Arab world, which can leave lasting impressions on viewers (Shaheen, 2001). These portrayals did not exist in a vacuum; they were widely consumed and, for many children, became one of their first points of contact with non-Western cultures.

In addition, films like *Aladdin* continue to circulate through streaming platforms, merchandise, and even remakes—proving that their cultural impact has not faded. Researchers such as Giroux (1994) and Hurley (2005) have discussed how Disney films have shaped values and beliefs, particularly when it comes to race and otherness. Studying these films today helps unpack how cultural narratives were built and allows us to challenge lingering stereotypes that still show up in contemporary media and popular culture.

Unlike popular belief, the art of Orientalism is widely evident in several films today. The book “*Orientalism*” by Edward Said discusses Orientalism theory in films as the main topic on an in-depth level. The author traces this theory back to the classical era and maintains that it is encouraged by traditions, imaginative pressures, culture, and institutions that are ideologically inherited if not repeated (Said, 1979). Moreover, Said relates Orientalism in sciences and arts with Western domination in terms of the Orient. The Disney Film *Aladdin* 1992 depicts characters from the Middle East regions but only villains, such as Jafar’s Eastern accent (Khalifa, 2016). As children grow up watching such portrayals, they often internalize these stereotypes, developing narrow or biased views of Arab culture and identity.

A poll by Public Policy Polling revealed that a significant portion of Americans supported military action against Agrabah—a fictional country from Disney’s *Aladdin*—with 30% of Republicans and 19% of Democrats expressing support for bombing it (Public Policy Polling, 2015; Volokh, 2015; Dearden, 2015; Yuhas, 2015). Media productions such as *Aladdin* have influenced the perceptions of even well-educated individuals from dominant cultural, economic, and military powers, leading some to support military action against a fictional city that doesn’t exist. That makes it important to revisit films like *Aladdin* and ask critical questions about what messages they sent and how those messages might still influence thinking today. Therefore, through both Said’s theoretical lens and the visual storytelling of *Aladdin*, we can see how Orientalism continues to shape media representations in subtle but powerful ways, reinforcing skewed images of the East that influence not only children but society at large.

## 2. Theoretical Framework

Edward Said’s groundbreaking work *Orientalism* (1978) fundamentally reshaped how scholars examine Western representations of Eastern societies. His conceptual framework reveals how centuries of European and American scholarship, art, and

---

political discourse have systematically constructed the “Orient” as fundamentally different from—and inferior to—the “Occident.” As Said demonstrates, this conceptual division has never been neutral or objective or existed in literature or art alone but has served to justify colonial domination and ongoing geopolitical interventions (Said, 1978).

Said outlines three key aspects of Orientalism. First, it functioned as an academic field where European scholars studied Eastern cultures, often with the assumption that they were superior to the people they studied. Second, Orientalism was also a broader way of thinking that categorized the East and the West in oppositional terms—civilized versus uncivilized, modern versus primitive. Lastly, Orientalism operated as a kind of institutional power: through controlling knowledge about the East, the West maintained political and cultural dominance (Said, 1978).

Orientalism theory highlights how Western portrayals systematically construct and sustain ideas of the East as fundamentally “other.” Said emphasizes that Orientalism is not merely academic but also “a style of thought based upon an ontological and epistemological distinction made between ‘the Orient’ and... ‘the Occident’” (Said, 1979, p. 2). Disney’s *Aladdin* encapsulates these distinctions through its depiction of Middle Eastern culture as exotic, mystical, and at times threatening, thereby reinforcing an imaginative separation between the familiar West and an alien East.

Further, Said stresses the power dynamics inherent within Orientalist discourse, arguing that it is “a Western style for dominating, restructuring, and having authority over the Orient” (Said, 1979, p. 3). Films like *Aladdin* serve not only as entertainment but as vehicles for propagating cultural hegemony, creating representations that legitimize Western perceptions and judgments about Middle Eastern societies. Thus, examining these cultural products through Orientalism theory reveals the underlying ideological implications shaping public attitudes and reinforcing them.

The Orientalism lens allows for exploring the implicit cultural dynamics between East and West. Said (1979) describes Orientalism as a discourse rooted deeply in a Western perspective that constructs and maintains the Orient as an exotic, inferior, and ultimately manipulable other. This representation often translates into various cultural productions, including films, which propagate certain stereotypes, thereby profoundly influencing public perceptions. According to Said (1979), the portrayal of the Orient is not merely an act of representation but a strategic assertion of Western superiority. Films such as *Aladdin* exemplify these representational strategies by depicting characters in simplistic, often stereotypical terms—such as the villain Jafar, who embodies the perceived Eastern threat—thus reinforcing notions of inherent Western moral and cultural dominance. By critically examining these portrayals, one can recognize how cinematic narratives contribute to broader socio-political ideologies.

A crucial part of Said's argument is that knowledge is never neutral. Drawing from Michel Foucault's ideas about discourse and power, Said explains that studying and describing the Orient was not just about curiosity but control. "Knowledge of the Orient," he writes, "because generated out of strength, in a sense creates the Orient" (Said, 1979, p. 40). This means that the way the East has been represented in the West has shaped how people understood it, often in ways that served colonial interests.

The influence of Orientalism as a theory has been far-reaching, especially in literature, history, media, and cultural studies. However, some critics have pointed out that Said sometimes treats Western discourse as too unified and does not always address the voices or resistance of those represented (Lockman, 2004). Despite these critiques, *Orientalism* remains indispensable for understanding how cultural representations intersect with political power. Its enduring relevance lies in its ability to help scholars, journalists, and policymakers recognize how deeply embedded assumptions continue to shape cross-cultural encounters and international relations today. The framework challenges us to examine what we know about other cultures, how we come to know them, and whose interests that knowledge ultimately serves.

### 3. Methodology

This paper examines the animated film *Aladdin* (1992) through the lens of Orientalism theory, analyzing **how** the film constructs and perpetuates Orientalist ideologies for Western audiences through its narrative and visual structures. Orientalism refers to the ways knowledge is constructed about a particular subject or culture, encompassing practices, representations, and ideas that shape how society discusses and perceives certain groups, ultimately influencing behaviors, institutions, and social relations.

Adopting a qualitative analytical approach, the paper employs a case study method to conduct a detailed contextual and textual analysis of Disney's *Aladdin*. It focuses on **three key dimensions**: the social parameters or distances established between viewers and portrayed characters, the social relations formed between viewers and depicted characters, and the use of Orientalism as a political tool within the film.

The case study methodology is appropriate for this research as it enables an in-depth exploration of media texts within their broader cultural, social, and ideological contexts (Yin, 2018; Creswell & Poth, 2018). As Stake (1995) emphasizes, case studies allow for detailed analyses of complex phenomena within their natural settings, making them particularly effective for examining nuanced interactions between viewers and media representations.

Specifically, this analysis interprets how the film reflects the social practices of dominant

---

groups, such as the United States, in constructing knowledge and power hierarchies through representation. It also considers intertextuality within the film, exploring how embedded thoughts, concepts, and thematic portrayals across scenes reinforce Orientalist discourse. A case study is employed to uncover how visual and textual elements depict people in ways that shape viewer perceptions, revealing the production and consumption techniques that sustain Orientalist narratives within *Aladdin*.

## 4. Summary of *Aladdin* Film 1992

*Aladdin* is a charming orphaned boy who is so poor that he has to steal food from the streets to feed himself. Jaffar is a powerful royal vicar who is obsessed with obtaining a magical lamp so he can summon a genie to grant his wish of becoming Sultan. After numerous futile attempts to get his hands on the magical lamp, his opportunity to get it comes from an unexpected source in the form of *Aladdin*. Jasmine, the princess, is caught in a predicament because the law states that she must find a husband or prince within three days. The princess finds the pressure placed on her is too much, and she decides to sneak out of the palace at night. While out in the town, she gets into trouble and almost has her hands were almost chopped off, but *Aladdin* swoops in to be her savior. Jaffar kidnaps *Aladdin* and sends him to the sea.

Jaffar also changes his strategy and forces Jasmine to marry him so that he can become Sultan. On the other hand, the character of *Aladdin* summons a Genie and uses his second wish to save himself from drowning. He arrives on time to interrupt the wedding before marrying Princess Jasmine and turning into the Sultan. *Aladdin's* lies catch up with him as Jafar unmasks him as a poor, orphaned kid instead of the prince he claims to be. Jaffar falls into the trick and turns himself into a Genie, not knowing that the downside of being a Genie is to be a prisoner trapped in the lamp. Nonetheless, *Aladdin* gets trapped in a particular magic lamp before everything gets back to normal. *Aladdin's* final wish grants the Genie's freedom. The Sultan alters the law by allowing the princess to marry whomever she wishes, making it possible for *Aladdin* and Jasmine to get married.

## 5. The Remake of *Aladdin* with a Modern Influence

The story of *Aladdin* did not have a source before Antoine Galland, a French writer, in his 1001 Nights during the 18th century. Galland asserted that he first heard the story of *Aladdin* from a storyteller whose origins were in Syria. However, he claimed that it originated from an exotic source within conventional literary devices. In modern times, however, a memoir by Hanna Diyab, who resides in Syria, has raised doubts regarding Galland as the inventor of the tale. Galland and Diyab met in 1709, where the latter shared

a couple of stories, which he included in the 1001 Nights, including *Aladdin*, according to historians (Isapour, n.d.). Yasmine Seale, the most recent translator, mentioned that Diyab did not record his version of *Aladdin*, and there is a lack of clarity regarding the extent to which the story originated from Galland or Diyab (Seale & Horta, 2018). According to Seale and Horta (2018), Diyab's contribution, briefly noted in Galland's diary as an oral performance, remains ultimately unknowable. They also added that in many ways '*Aladdin*' is a classic piece of early 18th Century French literature, with its charm and its bigotries. In simple terms, although the story originated in Syria, Galland, who held a colonial perception of Asia, retained the original sense of *Aladdin*.

The fascinating aspect of *Aladdin*'s origin is that while the 1001 Nights have undergone traditional English translations to represent the Arabian Nights, the story's background did not originate from Arab culture, but instead from China. The *Aladdin* versions, which appeared between the 19th and 20th centuries, provide a clear illustration that *Aladdin*'s roots come from Asian cultures. Several chunks of *Aladdin*'s stage depictions demonstrate that Chinese culture persisted into the 20th century (Seale & Horta, 2018). For example, a British pantomime by Yellowface production from 1935 depicted the cultural nuances of *Aladdin* in the Chinese artistic vigor. The myth of *Aladdin* represents a cultural hodgepodge, featuring elements from both European and Chinese cultures. The musical burlesque version of *Aladdin*, which debuted in 1880, features an actor whose characteristics resembled the character in the yellow face, set against a contemporary backdrop that depicts European culture. Following the emergence of Hollywood film, American and European storytellers transformed the *Aladdin* story into a tale with a Middle Eastern background. Most Hollywood studios featured an exotic setting, as well as stereotypes that point out Arabian culture. However, not even a single Hollywood production solidified this change more than Disney's animated version of *Aladdin*.

Lessening the idea that art necessarily happens in the contemporary world is an opinion that may have to receive the influence of much older ideas regarding the nature of the artwork, just like in the story of *Aladdin*. Alluding to the ancients' ideology, the element does not solely rely on artworks that exist today but on the aesthetic experience that it features. As Robinson (2023) notes, philosophical inquiry into art and beauty dates back to the ancient Greeks and "largely treats these types of properties without discriminating between their presence in manufactured artworks vs. aspects of nature" (para. 1), reinforcing the idea that the aesthetic value of art transcends time and form.

From the above arguments, what amounts to pleasure inevitably enhances the aesthetic experience of the artwork, depending on the different perceptions of viewers and filmmakers. For example, shapes and colors in artworks are not just limited to the present. However, their singularity defines their present features. The aesthetic value of *Aladdin* is similar to that of the previous TV series, where the presence of cultural

---

symbols indicates the uniqueness of the amalgamated Orient, triggering a sense of emotional (aesthetic) being in the audience.

## 6. Stereotypes in the *Aladdin* Film

The stereotypes in *Aladdin* (1992) fall into the category of social parameters or distances between viewers and portrayed characters because they construct a clear boundary between “us” and “them.” As Shaheen (2001) explains, the film depicts Arabs as violent, greedy, and uncivilized, reinforcing the notion that they belong to a world fundamentally different from that of Western audiences. This portrayal does not invite viewers to engage with Arab characters as equals but instead emphasizes their otherness, danger, and exoticism. By framing Arab culture as backward and strange, the film maintains a psychological and cultural distance, making it easier for viewers to see the characters as caricatures rather than real people. This social distance is central to how stereotypes operate: they simplify complex cultures into fixed images that separate the viewer from the represented group, sustaining hierarchical perceptions rooted in Orientalist ideologies.

According to Sim (2012), the construction of Orientalism represented in Disney films relates to the evolution of the Western male gaze and colonial imagination toward Hollywood. This perspective raises an additional concern when evaluating how the *Aladdin* film portrays individuals of diverse ethnicities, particularly those from developing nations. Moreover, Shaheen adds, “From 1896 until today, filmmakers have collectively indicted all Arabs as Public Enemy #1 – brutal, heartless, uncivilized religious fanatics and money-mad cultural ‘others’ bent on terrorizing civilized Westerners” (Shaheen, 2001, p. 3).

The opening song of Disney’s *Aladdin* (1992), “Arabian Nights,” initially portrayed Arabs as “barbaric,” prompting significant controversy and backlash. According to Wingfield and Karaman (1995) and Alsultany (2019), this depiction was strongly criticized by Arab American communities, notably leading the American Arab Anti-Discrimination Committee to actively protest and demand that Disney alter or remove these stereotypical and offensive portrayals from the film. Due to the protest that occurred soon after the release of *Aladdin* in 1992, the song’s lyrics were transformed into a home video version, which was released in 1993.

According to Alsultany (2019), the lines within the song, “Where they cut off your ear/ If they don’t like your face,” had undergone a replacement with the words, “Where it’s flat and immense/ And the heat is intense.” On the contrary, the following line, “It’s barbaric, but hey, it’s home,” was retained. Such transformations still contribute to the construction of “barbarism,” which is intended to provoke the community. Even after the protest, the existing constructions in Disney’s *Aladdin* film demonstrate that the

animated film intentionally stereotypes Arabs and labels them as barbaric roles, thus strengthening the stereotypic practice that aims to provoke the Arabs.

The portrayal of ethnic identity linked to villainy is a prominent technique in Disney's *Aladdin* (1992), which starkly distinguishes between “us” and “they” (Shaheen, 2001; Alhamshary, 2019). As an audience, it's important to understand this technique. In the film, characters with lighter skin tones—like *Aladdin*, Jasmine, and the Sultan—are framed as heroic, good, and often Americanized figures, symbolizing virtue and moral clarity (Rahayu, Abdullah, & Udasmoro, 2015). In contrast, darker-skinned characters—such as Jafar, the guards, and various market merchants—are depicted with wicked features and sinister roles, reinforcing a visual stereotype that equates dark skin with evil intent (Alhamshary, 2019; Rahayu et al., 2015). This color-coded characterization aligns with the broader mechanism of othering, which dichotomizes group identities into morally oppositional categories (Alhamshary, 2019).

Moreover, the exclusion of Black or dark-skinned identities in *Aladdin* helps construct a Western-imagined racial hierarchy consumed by Western audiences through animation (Alhamshary & AlJahdali, 2024; Rahayu, Abdullah, & Udasmoro, 2015). The film consistently positions lighter-skinned characters—such as *Aladdin*—as heroic and virtuous. In contrast, darker-skinned figures like Jafar, the palace guards, and marketplace vendors are depicted as villainous, greedy, or dangerous. This racialized visual coding reinforces the notion that physical darkness equates with moral corruption—a classic “us” versus “they” dichotomy. Jafar's exaggerated features—tall stature, hooked nose, dark complexion—symbolize his wicked intent and align him with non-Western “others,” perpetuating the stereotype that dark-skinned men are inherently sinister (Rahayu et al., 2015; Alhamshary & AlJahdali, 2024).

## **7. Orientalism in *Aladdin* and its Effects on Children**

Orientalist representations in *Aladdin* (1992) shape the social relations children form with their characters by embedding notions of cultural hierarchy and difference. As Giroux (1997) argues, Disney films like *Aladdin* teach children to view Western traits as normative and superior while portraying Arab characters as exotic, uncivilized, or comical. This framing influences how children relate to these characters, fostering admiration for the Westernized hero and distancing themselves from characters depicted with stereotypical Middle Eastern features or accents. Consequently, children internalize a worldview where Arab identities become objects of fantasy, ridicule, or fear rather than sources of genuine identification or empathy. Such skewed social relations have long-term effects, reinforcing cultural prejudices and shaping how children perceive and interact with people from those backgrounds in real life.



---

Several young adults who grew up during the release of the Disney films were exposed to Orientation knowingly and unknowingly. Children considered *Aladdin* among their favorite films due to the animated effect. Some individuals assert that at the beginning, they never realized the stereotypical nature of the film. Still, after several times watching it, they began to believe that all Arabs are the exact representation of the characters in *Aladdin*. According to Pletsch (1977), Nietzsche's theory regarding history asserts that purely historical education is poisonous to society in a similar way that historical psychology can impair an individual's life. The unconscious form of orientalism in children's minds is heavily reinforced within Disneyworld, creating the possibility that the children may carry such perceptions into adulthood.

As Said (1979) explains, the Orient is not a passive subject of study but rather a Western construction shaped by cultural traditions, institutions, and imaginative forces. This construction is often projected onto people from the East without regard to their objective complexity or agency. This constructed image, repeated through films, literature, and other cultural forms, reinforces Western superiority and limits the intellectual and social freedom of those being portrayed.

Considering the first verse of the song, *Aladdin* paints an artificial image of the character's home in a way that seems impossible to live in and labels it as "a faraway place." The depiction paints an image of the negativity and unattractiveness of the Arabic residents in the minds of children. Generally, it also features "traditional" Arabs, whose images portray unclean tunics, large hooked noses, helmets, and rotten teeth that portray a sense of exaggeration. Western children who are familiar with the *Aladdin* film and are on the verge of understanding the world may be able to identify Jasmine and *Aladdin* quickly due to their clean-cut appearance and American accents. However, this instills a negative notion in a child's mind since the "traditional" Arabs often look different, have Arabic dialects, and are sometimes villains. Therefore, Western children may begin stereotyping Arabs with a view that all Arabs are dirty and have bad teeth, which creates Islamophobia.

Disney World utilizes a "world-as-exhibition" technique, forcing spectators to tour a gift shop related to the journey's theme. For instance, once viewers finish riding *Aladdin's* Magic Carpet Ride, they head to the exit door, which, in turn, leads them to the *Aladdin* Gift Shop entrance that lacks any alternative path that leads to the final exit. Moreover, children would be thrilled to buy Jasmine's "authentic" outfit, their magical carpet toy, and probably *Aladdin's* magic lamp, which is also regarded as "authentic" in the film. The film showcases the vicinity, which was once developed for viewing an environment designated for spiritual mystery, as currently a place filled with shops, park rides, and "real" characters. Children growing up to become adults while watching Disney films believe the company holds true to every element they show. As such, adults and



children at this age are automatically accepted. For instance, Arabian men are featured as scary and mean, like the depiction of the character Jaffar; all Arabian women adore scandalous dresses, such as Jasmine, and lead inhabitable lives.

Building on this, Said argues that Western culture has long reshaped the “Orient.” It has been turned into a carefully curated spectacle—“a place of romance, exotic beings, haunting memories and landscapes”—designed for Western consumption (Said, 1979, p. 1). The East thus becomes, in Disraeli’s phrase, “a career” for Europeans (Said, 1979, p. 2). Imperial powers recast living societies as themed displays, ready for purchase, exhibition, and fantasy projection. Disney’s mandatory gift shop detour repeats that same logic. Guests must pass rows of magic-lamp trinkets and “authentic” Jasmine costumes. Each item sells a pre-packaged fantasy of Arab identity. Historical nuance is stripped away, yet the commodity allure is intensified. In this way, nineteenth-century Orientalist fairs have morphed into twenty-first-century theme-park boutiques. The same imperial gaze now resurfaces in colorful merchandise and curated selfie backdrops.

## 8. Orientalism as a Political Weapon

The film’s interest in the region of Baghdad in American cinema was revived after the initial Gulf War. This incident occurred decades after the initial presentation in the region when Disney’s *Aladdin* mushroomed in 1992. The slight adjustments made since American cinema only entailed the elimination of orientalist tropes in the country. Besides confirming the persistence of consistent orientalist tropes, *Aladdin* also dispenses a glimpse of the transformation or some unchanging situation of the orientalist’s opinion of the Eastern residence. The conclusion is based on the fact that the latest iconography emerged, but the previous characters remained undisturbed. During the launch, *Aladdin* began with a little, brown, and turbaned gentleman possessing an absurdly big nose. The man was featured taking a ride via camel through a desert while enjoying the rhythm of the songs he sang.

Oh, I come from a land

From a faraway place

Where the caravan camel’s roam

Where they cut off your ear

If they don’t like your face

It’s barbaric, but hey, it’s home (IMDb, 1992).

By the time he alighted from the camel, the young man had addressed the view openly: “Ahh, Salam, and good evening to you” (IMDb, 1992). From the sentiments noted

---

above, it is evident that the viewer was a conspicuous visitor in that region, a tourist whom he welcomes after the attempt to auction his items in exchange for currency. As such, the viewer envisions him as an adventurer. Since the viewer cannot auction his stock (he seems to panic as if the buyers were uninterested and bored with the items), he deviates from the shame by telling a story concerning a lamb he owns, which he was readily selling to anyone interested. As the film proceeds, viewers are taken to a historical time to understand the ancient story, which leaves them concluding that the previous glimpse of the city they accessed was prepared in the present.

*Aladdin* outlines the complicated relationship between the Middle Eastern countries and the United States. Western culture usually frames the Arab world in a way that reveals a specific cultural inequality. In his book, *Orientalism*, Said asserted that “Orientalism is more particularly valuable as a sign of European-Atlantic power over the Orient” (Said, 1979, p. 6). The narrative within the film outlines power instability as an element, which is regarded as a sensitive question. Not even a single culture within this battlefield seems to have complete independence. For instance, Jafar and the Sultan are equally dependent on one another regarding hypnotization and hierarchical position. Both Jasmine and *Aladdin* reside under the confined laws of marriage and social status. Even though the Genie seems to be free, he serves the position of an enslaved individual in the eyes of his master. The exact political base illustrates a parallel notion in the instability portrayed.

Scurry demonstrates that *Aladdin* mirrors a significant bit of extreme political Orientalism. The author draws a resemblance between the immense magical strength that the Genie possesses, including a tiny lamp, as well as the art of waiting between the enormous riches under the sand around the city as well as the atomic power “now available in the East as a by-product of the wealth emanating from the wondrous wealth below the surface of Arabia” (Scurry, 2010, p. 28). The image serves as an element of Orientalism in the film that could not have all the oriental features in the film. *Aladdin*, however, represents the belief that Westerners are more educated about the East than their antecedents.

The view of the film suggests that there are two realms of dichotomy in the Eastern regions: the riches within the walls of the palace as well as the impoverished slums within upper-class neighborhoods. The gigantic castle overshadows thousands of poor communities, although only a handful of individuals are spotted on several occasions. It is evident that Disneyworld oriented the *Aladdin* film into the Western perception that wealth has a close link to political power in a similar way that Jaffar, “Whoever has the gold [ or oil perhaps] makes the rules!” (IMDb, 1992). The observation within the film generally outlines a hierarchical distinction between the ruler and the ruled, a Westernized ideology oriented in the East.

The filmmakers magnified the physical “characteristics” of Arab characters to amplify their negative traits. Disney villains are frequently coded through color, shadow, and exaggerated features to visually signal evil (Kinger, 2022; Scheuren, n.d.). In *Aladdin*, for instance, Jafar is depicted with a dark color palette, deep shadows, a hooked nose, and sharp facial angles—all of which contribute to his “othering” and moral separation from the lighter-skinned, Westernized heroes. These visual strategies reinforce an “us” versus “them” binary, where darkness and excess become shorthand for villainy and foreignness. The difference between pure and evil is significantly vocal in *Aladdin*. An exemplary technique is coloring- the deliberate use of red to represent evil and blue to represent good occurs several times in the film. The purpose of the colors in coupled conflict is unique from the usual complementary use of the colors.

Having conflicting colors indicates an environment consistent with the Americans. The nature of this binary opposition is not universal but rather U.S.-specific because of the historical encounters with the Eastern world (Scurry, 2010). Jafar and Iago are in red; everything turns red under Jafar’s hypnotization, and even his palace cellar is red. In Judeo-Christian culture, this connection between red and evil has its origins. The filmmakers imagine that Lucifer has red skin, and hell is usually envisioned to be red. The apple in Eden’s Garden (related to the sin paradigm) is red. The serpent caused Genesis to fall; Jafar usually carries around his stick, which has the head of a serpent carved on it. In addition to cultural beliefs, the color red could also refer to the heat, a characteristic of the climate in the Middle East. Blue, on the contrary, is related to water. The significance of water in the Middle East is distinct, such that the good has to exist in the world so that it can defeat the worst side of situations or elements. The characters of *Aladdin*, Jasmine, and Genie embody the ‘blue’ element of the film, and it comes as no surprise that they have characteristics synonymous with Western culture.

The structure of the *Aladdin* film entirely orients its themes and characters. Even though it seemed veiled, there were monkeys, scantily-clad girls, fire breathers, sadistic security men holding gigantic regalia, flying carpets, and individuals working in coal areas. The city is cited as brutal, such that “a fool of his guard could fall and fall hard” (IMDb, 1992). Unfortunately, the princess almost had her hand cut off because of “stealing” just a piece of fruit to feed hungry children. The princess and *Aladdin* flew over the pyramids at the musical magic competition and eventually landed at a place that resembles China, finished by fireworks (Dias, 2021; Beviano, n.d.). Besides, Nadel (1997) hinted that all the participants played dual roles virtually; their characters shifted, and they all stepped in and out of evil or good, mighty or meek personas, dispensing the unreliability and uncertainty of the Eastern region.

Jafar serves as the only character, let alone the violent palace guards and the swarthy men who portray an Arabic accent, even though it appears in a “villain-like” voice, which

---

is scary (IMDb, 1992). On the other hand, Genie, *Aladdin*, the King, the animals, and Jasmine talk in a way that demonstrates the Western accent to grasp a better connection with the audience. It could be argued that this practice, consciously or unconsciously, asserts that filmmakers provide the perception that all men from Arab countries have mean expressions, large noses, and long beards, conforming to the societal attitudes that construct the rising Islamophobia. According to Riegl, the commemorative value of a piece of art is usually determined by its makers, especially when the use is intentional (Ahmer, 2020). Disney intentionally structured the characteristics of Jafar to establish an assumption that Western culture is more valuable than Eastern culture.

Genie is among the characters with a differentiated instance of European gaze. He acts as a filter in which viewers can easily recognize the Orient. The Quran, for example, asserts that God created the Jinn from the “fire of a scorching wind” (Islam Awakened, n.d.) The Jinn is an evil creature, cunning and entrapped in a bottle. The *Aladdin* 1992 filmmakers had the know-how regarding Genie’s appearance, making an entirely Westernized version. The art contradicts other films, such as “The Adventures of *Aladdin*,” where the Jinn represents the Genie. However, it portrays an Arabian essence with a blend of the aura of a powerful being. The Jinn is metamorphosed into a quirky version of himself to impersonate famous personalities from Westernized talk shows. Nevertheless, it is practically an element that designates God’s most incredible creation, which existed before humankind. The magic within the film provides it with a more “satisfying” mystical and exotic touch, which is beneficial for the creation of Orientalism. *Aladdin* 1992 combines several cultures within the Middle East to create a powerful sense of the Orient, such as making Agrabah seem like the Taj Mahal and giving the Rajah (Jasmine’s pet) an Indian name.

The film *Aladdin* solidly supports several Orientalist tropes from the start, with a song played and well-worn imagery utilized to foreshadow the final battle. By the time viewers are given a hint about the evil villain Jafar, he has accrued considerable exaggerated features. He had substantial, ornate features, which appeared black, alongside a long, curly beard (IMDb, 1992). Besides, his voice also portrayed a native Arab accent. The illustration of gender equality and how women are treated within Agrabah City reveals more about the perception of scriptwriters in Arab societies. Princess Jasmine, the central female character, appeared upset by the forced marriage her father had initiated. She even escaped from home to seek refuge at the market center, where vendors harassed her intimately. Otherwise, the remaining women appear as lustful belly dancers, vying for the main actor, *Aladdin*, alongside other men featured in the film.

It seems that the significant Orientalist trope associated with *Aladdin* is the portrayal he made of Eastern women. As the film commences, *Aladdin* nearly gets caught in a harem while attempting to escape the security guards, a scene rarely seen in cinema.

When he masqueraded as Prince Ali, he blended into the highly guarded palace, where he met half-dressed dancing girls. After that, the Genie quickly adopted the role of one of them in a different harem. Surprisingly, the princess never appeared in a half-dressed way to the point that she even took on the role of an intimacy temptress to fool Jaffar. As a result, the first song in the film directs the viewer that “Arabian nights ... are hotter than hot, in a lot of good ways” (IMDb, 1992). The young man featured in the song referred to Baghdad as the “City of Mystery, of enchantment” when he pulled the face of his camel to him and nuzzled it lavishly, yet the camel responded with an unusual look (IMDb, 1992). The primary illusion is that Western intimacy mores are not applicable in the region; women present themselves as asexually available, whereas men show a lack of sex satisfaction. The film’s portrayal of most women, such as Princess Jasmine, in a scanty dress code, such as belly dancing costumes, connotes Arabian women as sexual objects who are specifically seductresses. Even though some may argue that such women belong to the harem-dwelling prostitutes, there are no explanations as to why Agrabah (a conservative society), which makes its women veil their bodies, may be comfortable in seeing the princess in a dress code similar to the prostitutes portrayed in the previous scenes.

The *Aladdin*’s film represents culture in the Hegelian dialectic of nature and culture. According to Alsultany (2019), all the characters within the film possess dual qualities, blending at least one disguise. Even the entire film is a disguise in itself. As such, Western culture advertises its way of life through the lens of the Arabs from the Middle East. The film explores how Western paradigms shaped the context of the Arabs, resulting in a film that blends the Arab and Western worlds through the lens of Western civilization’s master positioning, power, and post-Gulf War influence in the U.S. Such a context provides a distinct form of colonized platform for American destiny. The primary intent of the filmmakers was to idealize the minds of the audience (children) into believing that the distinct culture of the Arab world can be incorporated into the American elements harmoniously. As such, the audience from the original Arab platform receives a false interpretation of the film’s context. According to Scurry (2010), the multiculturalism of today experiences deprivation of its significant other. It is like decaffeinated coffee, stripped of its original essence of caffeine. Moreover, Said asserts that “ideas, cultures, and histories cannot seriously be understood or studied without their force or, more precisely, their configurations of power” (Said, 1979, p. 6). The assertion contradicts Disney’s world, which distorts the reality of Arabic culture, diminishing its originality and authenticity. The filmmakers’ audio commentary notes that *Aladdin*’s character represents the figure of Tom Cruise, an American actor. At the same time, Jasmine is based on the face of Mark Henn’s daughter, an American animator whose figure was carefully studied by a professional model. Moreover, Genie resembled the famous American media “gurus,” showmen, and actors.

---

## 9. Conclusion

The animated film *Aladdin* portrays the Orientalism theory depicted in the Disney world by presenting the unreliability and uncertainty of Arab countries, which impacts not only children but society as a whole. Through its characters and opening lyrics, the film portrays Arabs as bad people, terrorists, and villains. The differentiation of skin colors, where *Aladdin* is light-skinned and guards and other characters, such as Jafar, are dark-skinned, is an exclusionary technique that yields stereotypical queries within the film. Children are exposed to stereotypical features that paint Arabs as unattractive and detrimental—an element that grounds stereotypical thoughts in the minds of the young generation. The visual and auditory in the film contrast as exclusionary devices, reinforcing cultural hierarchies and normalizing racial and ethnic stereotypes (Shaheen, 2001).

The film also reflects broader global power imbalances by embedding Western values into its plot and characterization. *Aladdin* and Jasmine represent ideals like personal freedom, choice, and defiance of tradition—values often associated with the modern West. In contrast, the film casts other characters as upholding outdated or oppressive norms. Jasmine's storyline appears to challenge patriarchal constraints but ultimately aligns with Western feminist ideals rather than representing the cultural nuances of Middle Eastern societies. This framing positions Arab culture as needing rescue or reform through Western influence. As Giroux (1997) notes, such portrayals are not simply misunderstandings; they are political and ideological tools that affirm the West's dominance. It is crucial for studios to rethink how they frame these narratives, moving away from depictions that reinforce cultural division or superiority.

This study also found that *Aladdin* creates clear emotional and psychological distance between viewers and Arab-coded characters. Children are naturally drawn to characters like *Aladdin*, Jasmine, or the Genie—who speak in familiar accents and reflect Western norms. Meanwhile, characters with darker skin, heavier accents, or traditional clothing are often marked as different, sometimes even perceived as threatening. This contrast subtly teaches viewers who they should identify with and who they should fear or dismiss. It supports Said's (1978) view that Orientalism is more than a visual trope—it is a way of structuring knowledge about the East from a Western point of view.

In addition, *Aladdin* employs Orientalist themes to advance Western narratives of control and superiority subtly. The East is framed as chaotic, strange, and in need of order—something Western-coded characters seem to provide naturally. These messages may not be immediately apparent to children, but they are nonetheless absorbed. Over time, they shape how young audiences understand the world and their place in it. In *Aladdin*, the story is not just about magic and romance—it is also about who is civilized, who is

dangerous, and who gets to lead. These ideas reflect broader global patterns of power and influence and are particularly impactful because they are often presented in an entertaining format.

Therefore, promoting media literacy is crucial. Children need the tools to question what they see on screen. Parents, educators, and content creators all share the responsibility of helping them recognize stereotypes, decode cultural messages, and distinguish fact from fiction. More importantly, there is a growing need for inclusive storytelling—where people from different backgrounds get to tell their own stories. Authentic voices can offer complexity, nuance, and truth, helping to undo the damage of one-dimensional portrayals that have dominated media for decades.

Ultimately, Disney's *Aladdin* is a compelling case of how Orientalist ideas persist in popular entertainment. Although presented as innocent fun, the film perpetuates harmful stereotypes and reinforces a worldview in which Western values are deemed superior. These messages shape more than just children's imaginations; they influence attitudes toward entire cultures and regions. If media creators aim to educate and entertain responsibly, they must commit to accuracy, empathy, and fairness. By doing so, they can help build a future where stories connect rather than divide—and where every culture is portrayed with the dignity it deserves.

## References

- Ahmer, C. (2020). Riegl's 'Modern Cult of Monuments' as a theory underpinning practical conservation and restoration work. *Journal of Architectural Conservation*, 26(2), 150–165. <https://doi.org/10.1080/13556207.2020.1738727>
- Alhamshary, Y. A. (2019). "Aladdin" in the eyes of Disney 2019: Reflections on cultural representation of Middle East identity. *Magallat Kulliyat al-Adab*, 41(4), 1662–1672.
- Alsultany, E. (2019, May 26). How the new Aladdin stacks up against a century of Hollywood stereotyping. *The Conversation*. Retrieved June 29, 2025, from: <https://theconversation.com/how-the-new-Aladdin-stacks-up-against-a-century-of-hollywood-stereotyping-115608>
- Beviano, C. (n.d.). Orientalism in film: *Aladdin* over the last century. *Orientalism in Pop Culture*. Drew University. Retrieved June 25, 2025, from: <https://wgst2013.domains.drew.edu/christina-bevianos-post/film-Aladdin/>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dearden, L. (2015, December 18). Two charts that show that thinking the US should bomb the fictional city in *Aladdin* is nowhere near the weirdest thing Americans believe. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/two-charts-that-show-that-thinking-the-us-should-bomb-the-fictional-city-in-Aladdin-is-nowhere-near-the-weirdest-thing-americans-believe-a6779761.html>



- 
- Dias, L. (2021, February 7). The 'original', Chinese Aladdin. *Luis Dias*. <https://luisdias.wordpress.com/2021/02/07/the-original-chinese-Aladdin/>
  - Giroux, H. A. (1994). *Slacking off: Border youth and postmodern education*. Johns Hopkins University Press.
  - Giroux, H. A. (1997). Are Disney movies good for your kids? In S. R. Steinberg & J. L. Kincheloe (Eds.), *Kinderculture: The corporate construction of childhood* (pp. 53–67). Westview Press.
  - Hurley, D. (2005). Seeing white: Children of color and the Disney imagination. *The Lion and the Unicorn*, 29(1), 76–92. <https://doi.org/10.1353/uni.2005.0005>
  - IMDb. (1992). *Aladdin* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt0103639>
  - Isapour, A. (n.d.). The influence of 1001 Nights on European drama during the Enlightenment: Introduction and rationale for research. *Academia.edu*. [https://www.academia.edu/23399700/The\\_Influence\\_of\\_1001\\_Nights\\_On\\_European\\_Drama\\_During\\_the\\_Enlightenment\\_Introduction\\_and\\_Rationale\\_for\\_Research](https://www.academia.edu/23399700/The_Influence_of_1001_Nights_On_European_Drama_During_the_Enlightenment_Introduction_and_Rationale_for_Research)
  - IslamAwakened. (n.d.). *Ayah al-Hijr (The Rock)* 15:27. Retrieved June 25, 2025, from <https://www.islamawakened.com/quran/15/27/>
  - Khalifa, M. (2016, November 27). How Disney projects Orientalism through their movies. *Sail Magazine*. <https://sailemagazine.com/2016/11/how-disney-projects-orientalism-through-their-movies/>
  - Kinger, R. (2022). Content analysis of Disney's portrayal of minority groups and its impact on minority adolescents and children. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 3(7), 3065–3074. <https://ijrpr.com/uploads/V3ISSUE7/IJRPR6090.pdf>
  - Lockman, Z. (2004). *Contending visions of the Middle East: The history and politics of Orientalism*. Cambridge University Press.
  - Nadel, A. (1997). A whole new (Disney) world order: Aladdin, atomic power, and the Muslim Middle East. In M. Bernstein & G. Studlar (Eds.), *Visions of the East: Orientalism in film* (pp. 184–203). Rutgers University Press.
  - North, M. (2018). *What is the present?* Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc7723x>
  - Pletsch, C. E. (1977). History and Friedrich Nietzsche's philosophy of time. *History and Theory*, 16(1), 30–39. <https://doi.org/10.2307/2504576>
  - Public Policy Polling [@ppppolls]. (2015, December 18). *30% of Republican primary voters nationally say they support bombing Agrabah. Agrabah is the country from Aladdin.* [Tweet]. X. <https://x.com/ppppolls/status/677871578281984002>
  - Rahayu, M., Abdullah, I., & Udasmoro, W. (2015). "Aladdin" from Arabian Nights to Disney: The change of discourse and ideology. *Lingua*, 10(1), 1–15.
  - Robinson, J. (2023, January 20). Aesthetic experience. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy* (Winter 2023 Edition). Stanford University. <https://plato.stanford.edu/entries/aesthetic-experience/>
  - Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon Books.
  - Scheuren, S. (n.d.). Race and ethnicity in Walt Disney's animated movies. *Academia.edu*. [https://www.academia.edu/5748790/Race\\_and\\_Ethnicity\\_in\\_Walt\\_Disneys\\_Animated\\_Movies](https://www.academia.edu/5748790/Race_and_Ethnicity_in_Walt_Disneys_Animated_Movies)
  - Scurry, S. T. (2010). *Orientalism in American cinema: Providing a historical and geographical context*



*for post-colonial theory* (Doctoral dissertation). Clemson University.

- Seale, Y. (Trans.), & Horta, P. L. (Ed.). (2018). *Aladdin: A new translation*. Liveright Publishing Corporation.
- Shaheen, J. G. (2001). *Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people*. Interlink Publishing Group.
- Sim, G. (2012). Said's Marxism: Orientalism's relationship to film studies and race. *Discourse*, 34(2), 240–262. <https://dx.doi.org/10.13110/discourse.34.2-3.0240>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.
- Volokh, E. (2015, December 18). Political ignorance and bombing Agrabah. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/volokh-conspiracy/wp/2015/12/18/political-ignorance-and-bombing-agrabah/>
- Wingfield, M., & Karaman, B. (1995). Arab stereotypes and American educators. *American-Arab Anti-Discrimination Committee*.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yuhas, A. (2015, December 18). Republican voters want to bomb Agrabah, the city from Aladdin. Wait, what? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/18/republican-voters-bomb-agrabah-disney-Aladdin-donald-trump>.

# الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية وعلاقتها بتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي

دراسة على حسابات وزارة الصحة والهيئة العامة للغذاء والدواء على منصة X  
دراسة دكتوراه في العلاقات العامة

إعداد: د بدور راضي تراحيب المطيري  
أشرف: أ.د يسري حسني عبد الخالق

## ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية ممثلة في وزارة الصحة السعودية والهيئة العامة للغذاء والدواء، وعلاقتها بتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي من خلال بحث كيفية توظيف المؤسسات الصحية -محل الدراسة- لمنصة (X) في نشر الرسائل التوعوية في الموضوعات الصحية، والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في هذه الرسائل، والكشف عن مدى تأثير هذه الاستراتيجيات على التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية لدى الجمهور، والتعرف على أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X).

# Communication Efforts of Saudi Government Health Institutions and Their Relationship to Enhancing Health Awareness Among the Saudi Public

## A Study of Ministry of Health and Saudi Food and Drug Authority Accounts on X Platform

### Abstract

The current research study aimed to examine the communication efforts made by health institutions, represented and showcased by the Ministry of Health and the Saudi Food and Drug Authority in the Kingdom of Saudi Arabia, in enhancing health awareness among the Saudi audience. To this end, such health institutions within the scope of this research study were further examined to better understand how they used "X" to disseminate and communicate awareness messages on health-related topics and the communication strategies employed in such focused messages. Equally important, it also sought to further explore the extent to which these strategies influenced the audience affective, cognitive, and behavioural responses. Furthermore, the research study aimed to understand the forms of interaction between the Saudi audience and the awareness messages published on the official accounts of such institutions under study via "X".

### المقدمة

تسعى عديد من الحكومات في جميع أنحاء العالم إلى توظيف الإمكانيات المتاحة للنهوض بمجتمعاتها من أجل تحقيق التنمية على جميع الأصعدة، وذلك من خلال توظيف المعرفة واستعمال جميع الوسائل للتأثير بسلوك الفرد والارتقاء به، فالعالم يشهد تغييرات مختلفة وسريعة، وسواء أكانت هذه التغييرات إيجابية أم سلبية، فإنه يقع على عاتق المؤسسات الحكومية مسؤولية مواكبة المجتمع لهذه التغييرات عن طريق إيجاد مستوى من الوعي الذي يعزز ثقة الفرد بنفسه، ويضمن له العيش بسلامة كبقية المجتمعات التي حققت طفرات نوعية في كل أنواع التنمية.

وحيث إن الصحة وما يتعلق بها من الأمور التي تشهد تغييرات متلاحقة وسريعة، عد الوعي الصحي من أهم المكونات التي تسهم في رفع مستوى الصحة العامة وتحسين نوعية الحياة، وفي المملكة العربية السعودية تُعد المؤسسات الصحية الحكومية عموداً أساسياً في تعزيز هذا الوعي الصحي، إذ تقوم هذه المؤسسات بجهود اتصالية متعددة الأوجه تهدف إلى توجيه وتنقيف الفرد والمجتمع حول المسائل الصحية المهمة.

وفي ظل التوجهات الحالية نحو الحكومة الذكية، ولما للمسؤولين عن الاتصال في هذه المؤسسات من دور بارز ومؤثر، خاصة في مجال تعزيز الوعي الصحي في حياة المجتمعات، حرصت هذه المؤسسات على استخدام الأدوات التفاعلية المتاحة، وأنشأت حسابات رسمية لها على وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحت هذه الأدوات المتنوعة صناعة جاذبة للمؤسسات، وذلك في إطار ما يفرضه الواقع من الاعتماد الكامل، أو الجزئي لتلك الوسائل على المنظومة الإلكترونية لتقديم الخدمات التوعوية والاتصالية، وتحقيق الأهداف الحوارية بين طرفي العملية الاتصالية «المؤسسات و جماهيرها»، وهو من المسائل المهمة التي لها انعكاسات إيجابية على حياة الفرد والمجتمع في جوانبه الصحية والاجتماعية والثقافية والسياسية بغية إيجاد بيئة صحية وجيدة.

ووفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تستهدف الرفع من جودة القطاع الصحي بالمملكة بكل مكوناته، يهتم برنامج تحول القطاع الصحي بالصحة العامة بكل مكوناتها، مع التركيز على الوقاية قبل العلاج، والحفاظ على صحة الإنسان داخل وخارج أسوار المستشفى، ونظراً لأن أحد الأهداف الأساسية من إنشاء المؤسسات الحكومية الصحية السعودية هو توعية الجمهور بكل ما يتعلق بالصحة والغذاء والدواء والأجهزة الطبية وكل المنتجات والمستحضرات المتعلقة بالصحة، تعمل كل المؤسسات في المملكة العربية السعودية الحكومية والخاصة- على إنشاء جسور التواصل المتبادل والحوار البناء بينها وبين جماهيرها.

ونظراً للشعبية مواقع التواصل الاجتماعي التي تظهرها الإحصاءات العالمية، حيث تشير إلى أن هناك تقريباً ٤,٧٤ مليار مستخدم نشط لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، كما أن أكثر من ٢,٥٩٪ من سكان العالم يستخدمون منصة وسائط اجتماعية واحدة على الأقل، مع وصول أغلب المستخدمين إلى حساباتهم يومياً، ولأن المملكة العربية السعودية هي الأولى عربياً من ناحية عدد مستخدمي منصة (X) -تويتر سابقاً-، حيث بلغ العدد ١٤,٣٥٠,٠٠٠ مستخدم عام ٢٠٢٤م، فقد عمدت عديد من المؤسسات الحكومية السعودية، خاصة الصحية إلى استخدام منصة (X) لبت رسائلها التوعوية.

## مشكلة الدراسة :

تتحدد إشكالية هذه الدراسة في دراسة الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية ممثلة في وزارة الصحة السعودية والهيئة العامة للغذاء والدواء في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي من خلال دراسة كيفية توظيف المؤسسات الصحية -محل الدراسة- لمنصة (X) في نشر الرسائل التوعوية في الموضوعات الصحية والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في هذه الرسائل التوعوية، والكشف عن مدى تأثير هذه الاستراتيجيات على التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية لدى الجمهور.

## أهمية الدراسة :

في ظل تصاعد الاهتمام الدولي والمحلي بقضايا الصحة العامة وتأثيراتها المختلفة على المجتمعات، تأتي أهمية هذه الدراسة لفهم العلاقة بين الجهود الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات الحكومية الصحية السعودية والوعي الصحي، خاصة أن بعض المؤسسات الحكومية الصحية السعودية قدمت نموذجًا متميزًا في الإدارة الصحية الرقمية في الآونة الأخيرة، وبذلت جهودًا واضحة في تعزيز الصحة العامة، والوعي بها، لا سيّما أنّ حصول وزارة الصحة السعودية على المركز الأول لجائزة الأعلى أداءً في كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي في ملتقى الحكومة الرقمية ٢٠٢٣م، ساعد على تقديم بيئة خصبة للباحثة لإجراء هذه الدراسة.

كما ستسهم نتائج هذه الدراسة في فهم واقع الجهود الاتصالية للمؤسسات الحكومية الصحية السعودية في ظل رؤية ٢٠٣٠ في تعزيز الوعي الصحي، من حيث فهم مواطن القوة والضعف للخروج برؤية تحليلية تسهم في تعزيز فاعلية الجهود الاتصالية لتلك المؤسسات.

إضافة إلى أن أهمية هذه الدراسة تتبع من أهمية توقيت إجرائها، خاصة بعد رؤية ٢٠٣٠ التي من أهم أهدافها التأكيد على جودة الحياة الصحية للمواطن السعودي، ولن تأتي إلا من خلال تعزيز وعيه الصحي. وبعد ظهور الأزمات والتغيرات الصحية المتلاحقة التي تشهدها المجتمعات في الوقت الراهن.

## أهداف الدراسة :

١. التعرف على موضوعات الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية (X) للجهات محل الدراسة- على منصة (X).
٢. رصد وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية (X) للجهات محل الدراسة- على منصة (X).
٣. الكشف عن مدى تأثير الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية (X) للجهات محل الدراسة- على منصة (X) على الجمهور.
٤. الكشف عن أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية (X) للجهات محل الدراسة- على منصة (X).

## تساؤلات الدراسة :

تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. ما القوالب الفنية للرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟
٢. ما موضوعات الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟
٣. ما الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟
٤. ما فئات الجماهير المستهدفة بالتوعية على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟
٥. تساؤلات الدراسة الميدانية:
٦. ما الموضوعات التي يتعرض لها الجمهور السعودي على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟
٧. ما مدى التأثير المعرفي للرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X) على الجمهور؟
٨. ما مدى التأثير الوجداني للرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X) على الجمهور؟
٩. ما مدى التأثير السلوكي للرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X) على الجمهور؟
١٠. ما أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية -للجهات محل الدراسة- على منصة (X)؟

## فرضيات الدراسة :

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور السعودي لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية

السعودية على الجمهور السعودي على منصة (X).

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على الرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X)، وتأثيراتها على الجمهور.

## مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

- الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية لتعزيز الوعي على منصة (X)، عند الباحثة -التعريف الإجرائي-: هي الجهود التي تبذل من المؤسسات الحكومية الصحية السعودية بهدف تقديم صورة واضحة للجمهور عن أي موضوع أو مستجد صحي، على منصة (X)، لنشر أو تعزيز الوعي حيال هذا الموضوع بين أفراد المجتمع، وتشمل هذه الجهود: نصًا توعويًا، إنفوغراف، مقطعًا صوتيًا، فيديو، صورة، خبرًا صحفيًا، بيانًا توعويًا.
- البيان التوعوي عند الباحثة -التعريف الإجرائي-: هي مجموعة نصائح أو معلومات أو خطوات مشروحة، لا تأخذ صفة الخبر ولا البيان الصحفي.
- الوعي الصحي عند الباحثة -التعريف الإجرائي-: وصول الفرد إلى معرفة كافية تمكنه من التعامل مع الأمور الحياتية بطريقة صحية صحيحة، من خلال تعرضه لرسائل إعلامية توضيحية من الجهات المعنية، وترجمة هذه المعرفة إلى سلوكيات واعتقادات جيدة.
- حساب عش بصحة: حساب رسمي تابع لوزارة الصحة السعودية، وهي المنصة التوعوية الرئيسية لوزارة الصحة على منصة (X).

## الدراسات السابقة :

استندت الدراسة في وصف موضوعها إلى مراجعة الإرث العلمي للدراسات ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة:

١- أجرى براكاشا وسنجي (Prakash & Sanju, 2024) دراسة هدفت إلى تقييم فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لرفع مستوى الوعي بالسلامة السيبرانية بين أفراد الجمهور.

وهي تستخدم نهجًا مختلط الأساليب، يجمع بين كل من أساليب البحث النوعية والكمية التي تسعى إلى تحليل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بالسلامة السيبرانية. تبحث هذه الدراسة

مدى وعي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الممارسات التي تتطوي على سلامتهم فيما يتعلق بالأمن السيبراني. وتشمل المجالات الرئيسية تحليل الحالات المشار إليها بشكل شائع وتتطوي على هجوم إلكتروني، وتأثير الضحية، وتقييم البقاء، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهجمات السيبرانية. تستكشف الدراسة أيضًا ما إذا كان يمكن تسخير هذه المنصات بوصفها التيار الرئيس لحملات التوعية بالأمن السيبراني لتعزيز المعرفة العامة والمواقف والممارسات حول عادات السلامة عبر الإنترنت. وخلصت الدراسة إلى أنه رغم اعتماد عديد من الأشخاص على التكنولوجيا الرقمية بشكل متزايد، لا يزال هناك عديد من الأشخاص الذين لا يعرفون كيف يمكنهم أن يكونوا أمنين أثناء الاتصال بالإنترنت. كانت الأساليب التقليدية للتدريس حول سلامة الإنترنت أقل كفاءة من حيث التغطية والانخراط.

٢- وفي المجال ذاته أجرى القرشي وآخرون (Alqurashi , et al , 2024) دراسة هدفت إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، سناب شات) في توعية المواطنين بمخاطر الأمن السيبراني -المخاطر الفردية، المخاطر المؤسسية، المخاطر المالية، البرمجيات الخبيثة، هجمات التصيد، هجمات الحرمان من الخدمة الموزعة، استغلال اليوم صفر، الهندسة الاجتماعية-، ولتوضيح دور هذه الأساليب ومدى تأثيرها على هذه المخاطر، طبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم تصميم استبانة مختصة لجمع آراء عينة الدراسة حول موضوعها، وتم توزيع (١٦٠) استبانة على عينة مناسبة من مجتمع الدراسة، وتم استرجاع (١٦٠) استبانة، أي: بنسبة (١٠٠٪) من إجمالي الاستبانات الموزعة، وبعد فحص الاستبانات المسترجعة تبين أنها جميعها صالحة للمعالجات الإحصائية اللازمة، وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج كان من أهمها وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين في الأردن بمخاطر الأمن السيبراني. وأظهرت الدراسة أيضًا أن فيسبوك هو أقوى وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت دراستها في عملية توعية المواطنين، في حين كان اليوتيوب هو الوسيلة الأقل فاعلية في عملية التوعية. وأظهرت الدراسة أن مخاطر الأمن السيبراني -المخاطر الفردية، مخاطر الشركات، هجمات التصيد، البرمجيات الخبيثة- كان لها دور كبير في التأثير بوسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بمخاطر الأمن السيبراني، في حين كان للمخاطر -استغلال اليوم صفر، الحرمان الموزع من الخدمة، الهندسة الاجتماعية، المخاطر المالية- دور متوسط في التأثير بوسائل التواصل الاجتماعي، وعامة توزع دور وسائل التواصل الاجتماعي بين درجة متوسطة وعالية.

٣- أما دراسة (إيمان ونجود، ٢٠٢٢) فتناولت الأنشطة الاتصالية المقدمة من وزارة الصحة ودورها في التوعية بالسلامة الوقائية للحجاج والمعتمرين بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية ٢٠٣٠، وهدفت



إلى التعرف على معدل تعرض عينة الدراسة للأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة، والتعرف على أشكال الأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة التي تعرضت لها عينة الدراسة، والتعرف على درجة اعتماد عينة الدراسة على الأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة في الحصول على معلوماته من السلامة الوقائية، والتعرف على مستوى وعي عينة الدراسة من خلال تعرضهم للأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة عمدية مكونة من (٢٠٠) مفردة من ضيوف الرحمن.

وتمثلت أهم النتائج في: وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض عينة الدراسة للأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة للتوعية بالسلامة الوقائية وبين أشكال هذه الأنشطة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين عينة الدراسة باختلاف درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها عبر الأنشطة الاتصالية لوزارة الصحة للتوعية بالسلامة الوقائية ودرجة تعرضهم لهذه الأنشطة.

إن أكثر أشكال الأنشطة الاتصالية التي تقدمها وزارة الصحة للتوعية بالسلامة الوقائية التي يتعرض لها أفراد العينة هي الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول بأهمية نسبية مقدارها (٧٦.٧٪).

٤- كما هدفت دراسة (علي وجماع، ٢٠٢٢) إلى قياس مدى فاعلية البرامج الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز الوعي السياحي لدى المواطن اليمني، والتعرف على مكامن القوة والضعف في برامج العلاقات العامة؛ لتحسين أداء العاملين في مجال العلاقات العامة بوزارة السياحة اليمنية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ حجم العينة (٢٠٠) مفردة من محافظات يمنية مختلفة؛ لتطبيق الدراسة عليها، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة للبحث لجمع البيانات، وتم تحليل البيانات بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) مستخدمة الأساليب الإحصائية المناسبة، ومن ثم توصل الباحث إلى نتائج أهمها: أن هناك قصوراً واضحاً في البرامج، والأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة؛ كون النسب العامة للبرامج المقدمة في مجال تعزيز الوعي السياحي مقبولة، ولن تصل إلى مستويات متقدمة؛ لإحداث التأثيرات المطلوبة، وتغيير، وتصحيح الاتجاهات والانطباعات السلبية، وتحقيق الأهداف التي تسعى إلى الوصول إليها في مجال تعزيز الوعي السياحي، وأثبتت نتائج الدراسة التطبيقية أن الإنترنت من أهم الوسائل الاتصالية في مجال تعزيز الوعي السياحي؛ بسبب الخصائص التي تمتاز بها هذه الوسيلة من حيث السرعة، وسعة الانتشار، وسهولة الاستخدام، فقد أصبح في متناول المجتمعات بشكل كبير جداً، فمن خلاله يتم التواصل والاتصال، وتبادل الأخبار، والمعلومات، وممارسة كثير من الأعمال التجارية، والترويجية، وإدارة عديد من الحسابات، وغيرها من الخدمات التي تتزايد يوماً بعد يوم عبر الإنترنت، كما أكدت الدراسة التطبيقية أن ظروف الحرب، والصراعات في البلد من أهم المشكلات، والمعوقات التي تعوق البرامج الاتصالية للعلاقات العامة

في تعزيز الوعي السياحي لدى المواطن اليمني بنسبة (٩٢٪).

٥- وسعت دراسة (الصحفي، ٢٠٢٢) إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي طلاب الجامعات حول مفهوم اقتصاد المعرفة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وعينة من (٤٠٠) طالب جامعي سعودي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات أبرزها: يقر طلاب الجامعات السعودية بأن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في زيادة فهمهم لاقتصاد المعرفة.

٦- وأجرت (وسام بلابل، ٢٠٢٢) دراسة هدفت إلى تحديد درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة في المجال الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي، واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واعتمدت على أداة الاستبيان، وأجرت دراسة ميدانية على عينة (٢٠٧ مفردات) من النساء العاملات بجامعة المنوفية، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن إجمالها في أن درجة فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بحقوق المرأة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية جاءت كبيرة للغاية، في حين أن درجة الفاعلية في مجال الحقوق السياسية جاءت كبيرة فقط.

## التعقيب على الدراسات السابقة :

١. اتسمت الدراسات السابقة بالتنوع والتعدد في إجراءاتها المنهجية؛ حيث استخدمت الدراسات منهج المسح، والمنهج المقارن، ودراسة الحالة، واستخدمت أدوات مختلفة لجمع البيانات كاستمارة الاستبيان، وتحليل المضمون، والمقابلات، والملاحظة المباشرة، وتحليل الوثائق، واهتمت بعض الأبحاث بالتأصيل النظري لتعزيز الوعي، بينما اهتمت أبحاث أخرى بتحليل مضمون وسائل الإعلام.
٢. أظهرت نتائج تحليل الدراسات السابقة تصاعد الاهتمام البحثي خلال الأعوام الماضية بأهمية تعزيز الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع، خاصة بعد ظهور جائحة كورونا.
٣. أكدت نتائج الدراسات السابقة التأثير الإيجابي القوي لجهود القائمين بالاتصال التوعوية خاصة المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. من خلال عرض التراث البحثي تستطيع الباحثة التعرف على أهم النواحي النظرية والتطبيقية التي لم تتناولها تلك البحوث والدراسات؛ وبالتالي البدء مما انتهت إليه، كما أن إدراك جوانب القصور والقوة في تلك الدراسات يمنح البحث الحالي فائدة الإضافة العلمية المأمولة.

## المدخل والنماذج النظرية

### أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

الفكرة الرئيسة التي تقوم عليها هذه النظرية التي وضعها كل من ساندرنا بول روكيتش. وميفلين دي فلور (Melvin L. De Fleur, Sandra J. Ball-Rokeach) هو أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم وتحقيق أهدافهم.

ونشأ مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام (Media system dependency) من الجذور الفكرية نفسها لمدخل الاستخدامات والإشباعات فكلاهما نشأ من خلال وظائف اجتماعية بالأساس، وكلاهما يؤكد العلاقة بين أهداف الفرد وأهداف وسائل الإعلام.

وتتترح نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وجود علاقة متكاملة بين الجماهير ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي بشكل أكبر، فالاعتماد على وسائل الإعلام يأخذ في الحسبان الدوافع التي تحيط بالإنسان عن طريق استخدام وسائل الإعلام وتؤثر على عملية التفاهم أو الإدراك.

وتميزت النظرية عن غيرها من حيث احتوائها على العناصر الرئيسة لنظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظريات التأثير التقليدية، وكذلك لقدرتها على قياس مدى التعرض للوسائل الاتصالية، ومعرفة دور هذه الوسائل في المجتمع من خلال تحليل علاقات الاعتماد وتفسيرها، وإيضاح أسباب اعتماد أفراد المجتمع على الوسائل الاتصالية.

### آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يشير «ملفين دي فلور» و«ساندرنا بول» إلى أن هناك ثلاثة أنواع من الآثار التي تنتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام: الإدراكية (المعرفية) والوجدانية والسلوكية كالآتي:

#### - التأثيرات المعرفية Cognitive Effects :

تبرز التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد في تقديم مزيد من المعلومات والحقائق حول الأحداث والقضايا وتفسيرها بهدف إزالة الغموض، وتشكيل اتجاهات الأفراد نحو هذه القضايا، فالغموض قد يحدث لأن الجمهور لا تتوافر لديه المعلومات الكافية لفهم معنى الحدث الصحيح، فعندما تقوم وسائل الإعلام بتقديم معلومات غير متكاملة أو متباينة يقود ذلك إلى الإحساس بالغموض لدى الجمهور، فقد يعرفون الحدث ولكنهم لا يستطيعون تفسير الحدث أو الأسباب أو الآثار المترتبة على ذلك، وقد يحدث الغموض نتيجة ظروف التغيرات المتلاحقة في المجتمع، كما أن الاعتماد على وسائل

الإعلام بشكل أكثر من شأنه كشف الغموض، بينما عدم الاعتماد على هذه الوسائل يؤدي إلى فترات أطول في الكشف عن الغموض، وتتشكل هذه التأثيرات في:

١. تكوين الاتجاه: ما يترتب من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام قيام الجمهور باستخدام المعلومات المقدمة من تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات حول القضايا في المجتمع.
٢. ترتيب الأولويات: تقوم وسائل الإعلام بدورها بترتيب اهتمامات أفراد المجتمع الذي يعتمد على تلك الوسائل في التعرف على القضايا والموضوعات المطروحة ذات الأهمية في المجتمع.
٣. اتساع المعتقدات: تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في توسيع المعتقدات التي يدركها الأفراد في المجتمع.
٤. القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور لإبراز أهمية القيم، فالقيم عبارة عن مجموعة من المعتقدات يحاول أفراد المجتمع الترويج لها والمحافظة عليها.

#### - التأثيرات الوجدانية Emotional Effects :

تتضح هذا التأثيرات عندما تقدم وسائل الإعلام معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية التي تؤثر في مشاعر الأفراد واستجاباتهم.

#### - التأثيرات السلوكية Behavioral Effects :

تأتي التأثيرات السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتتحصر هذه التأثيرات في سلوكين أساسيين:

١. التنشيط: ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية والوجدانية عن طريق اتخاذ مواقف إيجابية كإسهام الوسائل في تشجيع وتحفيز المدخنين بالإقلاع.
٢. الخمول: يشير إلى عدم القيام بأي فعل، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع، ويكون ذلك نتيجة التغطيات الإعلامية المبالغ فيها، ما يدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل، وبهذا يصل الفرد إلى الخمول

### ثانياً: نظرية التهيئة المعرفية

وتعرف نظرية التهيئة المعرفية على أنها التأثير المباشر للتعرض لوسائل الإعلام على السلوك، وتتناول

نظرية التهيئة المعرفية بجانب التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية وبالتالي التأثير على اتجاهات الجمهور. حيث تركز على قدرة الذاكرة الإنسانية على تخزين المعلومة واسترجاعها، وفقاً لمفهوم الاختزال، حيث يتم ترميز المعلومات التي تم تلقيها من وسائل الإعلام، ثم تخزينها بغرض استخدامها في تشكيل الاتجاهات تجاه القضايا المختلفة، وتقوم نظرية التهيئة المعرفية كما قدمها إينجار وكايندر (Shanto Iyengar and Donald R. Kinder) عام ١٩٨٧ م على بعض الأسس التي تم اشتقاقها من علم النفس المعرفي، ومنها:

١. الأفراد لا ينتبهون لكل المثيرات في البيئة المعلوماتية المحيطة بهم، فالانتباه انتقائي لديهم.
٢. الأفراد يفضلون استخدام الأساليب المعرفية المختصرة عن الاستغراق في التفاصيل.
٣. الأفراد لا يصدرون قراراتهم وأحكامهم ولا يكونون تقييماتهم وفق كل المعلومات التي لديهم، وإنما يصدرونها ويكونونها في ضوء المعلومات الأكثر بروزاً لهم من ناحية، والأكثر قابلية للاسترجاع عندهم من ناحية أخرى، وبالتالي يبرز دور الوسيلة الاتصالية كمرشد للأفراد في تشكيل معايير الحكم على الأحداث من خلال الأفكار التي تم تأكيدها في الخطاب الإعلامي بوصفها إشارات تنشيط البناءات المعرفية المتعلقة في ذاكرة الأفراد التي تعمل بدورها كمعايير للحكم في تقييم القضايا المختلفة.

### ثالثاً: نموذج المعتقد الصحي؛

ويعرف هذا النموذج بأنه من أكثر الاتجاهات النظرية تأثيراً في تفسير السبب الذي يدفع الجمهور إلى ممارسة السلوكيات الصحية؛ حيث يشير هذا النموذج إلى أنّ احتمال انخراط الفرد في سلوك صحي محدد يتحدد من خلال إدراكهم للتهديد الصحي الذي يطرحه الوضع الراهن وتقييمهم للسلوك الموصى به، ويمكن تطبيق هذا النموذج من خلال معرفة عاملين هما: درجة إدراك الفرد بأنه معرض لتهديد شخصي، ودرجة إدراكه بأنّ هناك ممارسات صحية ستقلل من مستوى هذا التهديد.

#### العناصر الأساسية للنموذج هي:

- القابلية المدركة للإصابة: بمعنى اعتقاد الفرد الذاتي بوجود احتمال بأنه قد يصاب بمرض معين أو عجز ما.
- الخطورة المدركة للمرض: أي مدى المترتبات السيئة إذا ما أصيبوا بالمرض أو العجز.
- الفوائد المدركة للفعل: وهي الفوائد المتوقعة التي ستتحقق إذا مارس الفرد السلوك الصحي في هذا الموقف.

- المعوقات أو التكاليف المدركة للفضل: بمعنى ما الأشياء التي تحدث أثناء التوافق مع السلوك المحدد؟ أي ما إذا كان الفرد يسعى للتوافق أو عدم التوافق مع سلوك ما، فما التكاليف المحتملة؟
  - الدافعية الصحية: وهي تفسر واقع أن الأفراد يختلفون من حيث درجة تقدير مستوى الصحة التي يتمنونها، وكذلك من حيث رغبتهم في المشاركة بأنشطة تعزيز الصحة.
  - الهاديات للتصرف: وهي الحدث الذي يؤدي إلى السلوك، وقد تكون هذه الهاديات داخلية (مثل الأعراض المدركة)، كما قد تكون خارجية (مثل حملات التوعية الصحية، أو الإصابة بمرض، أو وفاة صديق عزيز).
- وسوف توظف الدراسة تطبيق النظريات السابقة على الدراسة من ناحية التعرف على دوافع الجمهور إلى ممارسة السلوكيات الصحية، ومن ناحية الرسائل التوعوية المنشورة على منصة (X)، ومدى تأثيرها على العينة:
- التأثيرات المعرفية: وتشمل المعلومات والمعرفة لدى أفراد العينة ومستوى إدراكهم للأنشطة الاتصالية والرسائل التوعوية المنشورة.
  - التأثيرات الوجدانية: يتم قياسها من خلال تحليل مستويات اهتمام أفراد العينة بالأنشطة الاتصالية والرسائل التوعوية المنشورة.
  - التأثيرات السلوكية: يتم قياسها عبر تحليل تأثير سلوك الجمهور السعودي كنتيجة لمعارفه، واهتماماته بالأنشطة الاتصالية والرسائل التوعوية المنشورة.

## منهج الدراسة والمجتمع والعينة

منهج الدراسة: منهج الدراسة كمي ويهدف إلى جمع بيانات الدراسة وتحليلها كميًا.

نوع الدراسة: نوعها وصفي يهدف إلى جمع البيانات اللازمة من أجل وصف الجهود الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات الصحية الحكومية على منصة (X)، وصولاً إلى فهم تأثير هذه الجهود في تعزيز الوعي الصحي.

### مجتمع الدراسة :

1. مجتمع الدراسة التحليلية: الحسابات الرسمية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X).
2. مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي مستخدم منصة (X).

## عينة الدراسة :

### أولاً: العينة التحليلية :

تم استخدام أسلوب الحصر الشامل للرسائل التوعوية المنشورة باللغة العربية في الحسابات الرسمية للمؤسسات-محل الدراسة- على منصة (X) خلال ستة أشهر (من ١ يناير ٢٠٢٤م - ٣٠ يونيو ٢٠٢٤م) للحسابات التالية:

١. حساب عش بصحة التابع للحساب الرسمي لوزارة الصحة السعودية: @LiveWellMOH، بوصفها الجهة الأم المسؤولة عن الصحة العامة للمواطنين بالمملكة العربية السعودية.

٢. الحساب الرسمي للهيئة العامة للغذاء والدواء: @Saudi\_FDA، وهي هيئة مستقلة ذات شخصية اعتبارية وترتبط مباشرة برئيس مجلس الوزراء، وتناط بها جميع المهمات الإجرائية والتنفيذية والرقابية التي تقوم بها الجهات القائمة حالياً لضمان سلامة الغذاء والدواء للإنسان والحيوان وسلامة المستحضرات الحيوية والكيميائية وكذلك المنتجات الإلكترونية التي تمس صحة الإنسان.

### ثانياً: العينة الميدانية :

أُجريت الدراسة الميدانية على عينة متاحة قوامها (٥٥٣) من الجمهور السعودي وتراوح أعمارهم من (١٥) عاماً إلى أكثر من (٥٠) عاماً ويمتلكون حسابات على منصة (X)، من مختلف مناطق المملكة العربية السعودية، وبعد عملية ترقيم الاستبانات من (١: ٥٥٣)، وتَميّزها وفق البرنامج الإحصائي SPSS، ومن خلال فحص البيانات تم استبعاد استبانات غير مُستخدمي الحسابات محل الدراسة وعددها (١٢٥)، من هذا المُنتَقَ أصبح قوام عينة الدراسة (٤٢٨) مبحوثاً.

## حدود الدراسة :

### حدود الدراسة التحليلية :

الرسائل التوعوية المنشورة باللغة العربية في الحسابات الرسمية للمؤسسات -محل الدراسة- على منصة (X)، للحسابات التالية:

١. الحساب الرسمي لمنصة عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية: @LiveWellMOH

٢. الحساب الرسمي للهيئة العامة للغذاء والدواء: @Saudi\_FDA.

## الحدود الزمانية للدراسة التحليلية :

الرسائل التوعوية المنشورة باللغة العربية في الحسابات الرسمية للمؤسسات -محل الدراسة- على منصة (X)، خلال ستة أشهر (من ١ يناير ٢٠٢٤م - ٣٠ يونيو ٢٠٢٤م).

## أدوات جمع المعلومات :

استخدمت الباحثة الأدوات التالية:

- أداة تحليل المضمون لتحليل الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية لوزارة الصحة السعودية (منصة عش بصحة) والهيئة العامة للغذاء والدواء على منصة (X).
- الاستبيان.
- الصدق والثبات

## الأداة الأولى: استمارة تحليل مضمون حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة X:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون للحصول على مؤشرات كمية حول مضمون حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X)، ويمكن تناول الخصائص السيكمترية لاستمارة تحليل المضمون عبر مجموعة من الخطوات التي تم اتباعها في بنائها، وهي كالتالي:

١. تحديد محاور الاستمارة: تحددت محاور الاستمارة من خلال مجموعة من الفئات والوحدات، وقد شملت الاستمارة خصائص: الشكل، والمضمون، والتفاعلية.
١. ضبط الاستمارة: مر ضبط الاستمارة بمجموعة من الإجراءات للتأكد من خصائصها السيكمترية، فبالنسبة لصدق الاستمارة اعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين في علوم الإعلام والاتصال، وذلك للتأكد من صدق محتوى الاستمارة، بينما اعتمدت الدراسة في حساب الثبات على تحليل المواد محل الدراسة من اثنين من المختصين في علوم الإعلام والاتصال، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين التحليلات الثلاث عن طريق معادلة هولستي وبلغت قيمة الثبات (٧, ٨٥٪).

## الأداة الثانية: استبانة الجهود الاتصالية للمؤسسات الصحية الحكومية السعودية وعلاقتها بتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي :

تم استخدام استبانة شملت (١٨) سؤالاً رئيساً، إضافةً لأسئلة المتغيرات الديموغرافية؛ بهدف جمع



المتغيرات القابلة للقياس، ويمكن تناول الخصائص السيكومترية للاستبانة عبر مجموعة من الخطوات التي تم اتباعها في بنائها، وهي كالتالي:

١. تحديد محاور الاستبانة: تضمنت الاستبانة في صورتها الأولية محاور ثلاثة، شمل الأول مجموعة من الأسئلة الأولية الخاصة ببعض المعلومات الأساسية والديموغرافية للمبحوث، كذلك مجموعة من الأسئلة الانتقائية، وسعى الثاني إلى قياس متابعة حساب عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية من خلال (٧) أسئلة، تضمنت كثافة المتابعة، أهم الموضوعات، أشكال التفريدات، أسباب متابعة الحساب، سهولة ووضوح الرسائل التوعوية، تأثيرات الرسائل التوعوية، وأشكال تفاعل الجمهور السعودي مع تلك الرسائل، واستهدف الثالث قياس متابعة حساب الهيئة العامة للغذاء والدواء السعودي من خلال (٧) أسئلة تضمنت كثافة المتابعة، أهم الموضوعات، أشكال التفريدات، أسباب متابعة الحساب، سهولة ووضوح الرسائل التوعوية، تأثيرات الرسائل التوعوية، وأشكال تفاعل الجمهور السعودي مع تلك الرسائل.

١. ضبط الاستبانة: مر ضبط الاستبانة بمجموعة من الإجراءات للتأكد من خصائصها السيكومترية، فبالنسبة لصدق الاستبانة، اعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين في علوم الإعلام والاتصال، وذلك للتأكد من صدق محتوى الاستبانة، كما قامت الباحثة بحساب الثبات للاستبانة إحصائياً باستخدام مُعادلة «Reliability Omega»، حيث بلغت قيمته (٠,٩٤٤) وهي قيمة تدل على وجود ثبات مرتفع جداً؛ الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات حيث بلغت قيمته (٠,٩٧١).

بناءً على ما سبق من إجراءات تم التوصل إلى الصورة النهائية للاستبانة كأحدى أدوات جمع بيانات هذه الدراسة.

## نتائج تحليل مضمون تفريدات حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X):

يتناول هذا المبحث نتائج تحليل مضمون تفريدات حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) من خلال عدد من العناصر التي اشتملت عليها استمارة التحليل:

### أولاً: خصائص الشكل؛

اشتملت خصائص الشكل على أربعة متغيرات، تمثلت في: عدد التفريدات، ونوعها، والأنماط الاتصالية المستخدمة، والقالب الفني للتفريدة.

وفيما يلي عرض لأبرز نتائج التحليل:

## ١. عدد التغريدات:

أسفر تحليل مضمون حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) على منصة (X)، عن إجمالي عدد تغريدات (٣٤٦) تغريدة تتضمن رسائل توعوية، تم نشرها في الفترة من (١/١/٢٠٢٤م): (٦/٣٠/٢٠٢٤م).

جدول (٤-١): عدد التغريدات التي نشرتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة (ن=٣٤٦)

م	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	عدد التغريدات	
		ك	%
١	عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية	٢٧١	٧٨,٣%
٢	هيئة الغذاء والدواء	٧٥	٢١,٧%
	الإجمالي	٣٤٦	١٠٠%

## ٢. أنواع التغريدات:

جدول (٤-٢): نوع التغريدات التي نشرتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	نوع التغريدات التي نشرتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	نوع التغريدة					
		تغريدة أصيلة		إعادة التغريد		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	عش بصحة	٢٥٦	٩٤,٥%	١٥	٥,٥%	٢٧١	٧٨,٣%
٢	هيئة الغذاء والدواء	٦٧	٨٩,٣%	٨	١٠,٧%	٧٥	٢١,٧%
	الإجمالي	٣٢٣	٩٣,٣%	٢٣	٦,٧%	٣٤٦	١٠٠%

يكشف جدول (٤-٢) السابق أن حساب عش بصحة جاء في مقدمة الحسابات التي قامت بنشر تغريدات أصيلة بنسبة (٩٤,٥%) مقابل (٥,٥%) لإعادة التغريد، وفي الترتيب الثاني جاء حساب هيئة الغذاء والدواء بنسبة (٨٩,٣%) للتغريدات الأصيلة، مقابل (١٠,٧%) لإعادة التغريد، ما يدل على أن المؤسسات الصحية الحكومية السعودية هي المسؤولة عن إنتاج محتواها التوعوي.

### ٣. القوالب الاتصالية :

يُبين جدول (٤-٣) أن نمط «البيان التوعوي» جاء في مقدمة القوالب الاتصالية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٤, ٤٣٪)، تلا ذلك نمط «الحملات الإعلامية» بنسبة (٢, ٢٠٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت القوالب الاتصالية الأخرى بنسبة (٥, ١٦٪) التي شملت: الصحة الموسمية كالصحة في رمضان، والأعياد، والمواسم الرياضية، وإعلان نتائج استطلاعات الرأي، تلاها نمط «استطلاع الرأي» بنسبة (٨, ٩٪)، وفي الترتيب الخامس جاء نمط «التقرير» بنسبة (٥, ٥٪)، ثم نمط «إحصائيات» بنسبة (٩, ٢٪)، وفي الترتيب السابع نمط «الخبر» بنسبة (٤, ١٪)، وفي الترتيب الثامن جاء نمط «الرأي» بنسبة ضئيلة جداً بلغت (٣, ٠٪)، فيما يتضح أن الحسابات لم تستخدم نمط المقال في نشر الرسائل التوعوية.

جدول (٤-٣): القوالب الاتصالية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	القوالب الاتصالية	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	خبر	-	٥	٥	١, ٤٪
٢	مقال	-	-	-	-
٣	تقرير	١٤	٥	١٩	٥, ٥٪
٤	رأي	١	-	١	٠, ٣٪
٥	بيان	٩٦	٥٤	١٥٠	٤٣, ٤٪
٦	إحصائيات	٦	٤	١٠	٢, ٩٪
٧	حملات إعلامية	٧٠	-	٧٠	٢٠, ٢٪
٨	استطلاع رأي	٢٩	٥	٣٤	٩, ٨٪
٩	أخرى تذكر	٥٥	٢	٥٧	١٦, ٥٪
	الإجمالي	٢٧١	٧٥	٣٤٦	١٠٠٪

### ٤. القوالب الفنية لمحتوى التغريدات:

يُبين جدول (٤-٤) أن طبيعة المُعالجة «نص + إنفوجرافيك» جاءت في مقدمة القوالب الفنية لمُحتوى التغريدات التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٤, ٥٦٪)، تلا

ذَلكَ طبيعة المُعالِجة «نص فقط» بِنسبة (١٦,٥ ٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت طبيعة المُعالِجة «نص + رابط» بِنسبة (٩ ٪)، تلاها طبيعة المُعالِجة «نص + صورة»، و«نص + فيديو» بِنسبة (٦,٦ ٪) لكليهما، وفي الترتيب الخامس جاءت طبيعة المُعالِجة «الأخرى» بِنسبة (٤,٣٠ ٪)، تلاها طبيعة المُعالِجة «صورة فقط»، و«رسم بياني» بِنسبة (٠,٣٠ ٪) لكليهما، ومِن المُلاحظ أن الحِسابات لَمَ تَسْتَخِدم طبيعة المُعالِجة «فيديو فقط»، أو «إنفوجرافيك فقط» في مُحتوى تغريداتها.

جدول (٤-٤): القوالب الفنية لمحتوى التغريدات التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	القوالب الفنية لمحتوى التغريدات	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	نص فقط	٥٧	٢١ ٪	٥٧	١٦,٥ ٪
٢	صورة فقط	١	٠,٤ ٪	١	٠,٣ ٪
٣	فيديو فقط	-	-	-	-
٤	إنفوجرافيك	-	-	-	-
٥	رسم بياني	-	-	١	٠,٣ ٪
٦	نص+ صورة	١٦	٥,٩ ٪	٧	٩,٣ ٪
٧	نص+ فيديو	١٨	٦,٦ ٪	٥	٦,٧ ٪
٨	نص+ إنفوجرافيك	١٤٩	٥٥ ٪	٤٦	٦١,٤ ٪
٩	نص+ رابط	٣٠	١١,١ ٪	١	١,٣ ٪
١٠	محتوى آخر	-	-	١٥	٤,٣ ٪
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠ ٪	٧٥	١٠٠ ٪

## ثانياً: فئات المضمون:

اشتملت فئات المضمون على خمسة متغيرات، وهي: مجال التغيرية، والاستراتيجيات الاتصالية الرئيسية، والفرعية، وأهداف المضمون الاتصالي، وفئات الجماهير المستهدفة.

وفيما يلي عرض لأبرز نتائج التحليل:

### ١. مجال التغيرية:

يبين جدول (٤-٥) أن موضوع (مجال) التغيرية «الصحة الموسمية والأعياد» جاءت في مقدمة موضوعات التغريدات التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة

الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٨, ٣٥٪)، تلا ذلك موضوع «نمط الحياة الصحية» بنسبة (٤, ٣٢٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت الموضوعات المختلفة الأخرى بنسبة (٨, ٧٪)، تلاه موضوع «الغذاء» بنسبة (٨, ٥٪)، وفي الترتيب الخامس جاء موضوع «الأمراض المزمنة» بنسبة (٩, ٤٪)، تلاها موضوع «الدواء» بنسبة (٧, ٢٪)، وفي الترتيب السابع جاء موضوع «صحة الطفل» بنسبة (٥, ٣٪)، وفي الترتيب الثامن جاء موضوع «صحة الفم والأسنان» بنسبة (٦, ٢٪)، تلاه موضوع «الأجهزة الطبية» بنسبة (٤, ١٪)، وفي الترتيب العاشر جاء موضوع «مستحضرات التجميل» بنسبة (٩, ٠٪)، تلاه موضوع «إسعافات أولية» بنسبة (٦, ٠٪)، وفي الترتيب الثاني عشر والأخير جاء كل من موضوع: «صحة المرأة»، و«صحة المسنين» بنسبة (٣, ٠٪) لكليهما.

ومن الملاحظ أن حسابات المؤسسات الصحية لم تستخدم موضوعات: حقوق المرضى والمستفيدين، فخص ما قبل الزواج، الأعلاف، المبيدات، المختبرات، والتبغ» في تغريداتها المنشورة في فترة التحليل.

جدول (٤-٥): موضوعات التغريدات التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	موضوع (مجال) التغريدة	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	حقوق المرضى والمستفيدين	-	-	-	-
٢	الأمراض المزمنة	١٥	٢	١٧	٩, ٤٪
٣	نمط الحياة الصحية	١١١	١	١١٢	٤, ٣٢٪
٤	صحة الفم والأسنان	٩	-	٩	٦, ٢٪
٥	إسعافات أولية	٢	-	٢	٦, ٠٪
٦	الصحة الموسمية والأعياد	١٠٦	١٨	١٢٤	٨, ٣٥٪
٧	صحة الطفل	١٢	-	١٢	٥, ٣٪
٨	صحة المرأة	١	-	١	٣, ٠٪
٩	صحة المسنين	١	-	١	٣, ٠٪
١٠	فحص ما قبل الزواج	-	-	-	-
١١	الغذاء	-	٢٠	٢٠	٨, ٥٪
١٢	الدواء	-	١٣	١٣	٧, ٢٪
١٣	الأجهزة الطبية	-	٥	٥	٤, ١٪
١٤	الأعلاف	-	-	-	-
١٥	المبيدات	-	-	-	-
١٦	المختبرات	-	-	-	-
١٧	مستحضرات التجميل	-	٣	٣	٩, ٠٪

م	موضوع (مجال) التفريدة	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١٨	التبغ	-	-	-	-
١٩	مواضيع مختلفة	١٤	١٣	٢٧	٨, ٧٪
	الإجمالي	٢٧١	٧٥	٣٤٦	١٠٠٪

## ٢. الاستراتيجيات الاتصالية الرئيسية :

يبين جدول (٤-٦) أن استراتيجية «الإقناع» جاءت في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية الرئيسية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة في تفريداتها على منصة (X) بنسبة (٩, ٦٩٪)، تلا ذلك استراتيجية «الإعلام» بنسبة (٨, ١٦٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت استراتيجية «الحوار» بنسبة (١١٪)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاءت استراتيجية «بناء الإجماع» بنسبة (٣, ٢٪).

جدول (٤-٦): الاستراتيجيات الاتصالية الرئيسية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	الاستراتيجيات الاتصالية الرئيسية	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	الإعلام	٣٢	٢٦	٥٨	٨, ١٦٪
٢	الإقناع	٢٠٢	٤٠	٢٤٢	٩, ٦٩٪
٣	بناء الإجماع	٧	١	٨	٣, ٢٪
٤	الحوار	٣٠	٨	٣٨	١١٪
	الإجمالي	٢٧١	٧٥	٣٤٦	١٠٠٪

## ٣. الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية :

يبين جدول (٤-٧) أن استراتيجية «تعديل السلوك» جاءت في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة في تفريداتها على منصة (X) بنسبة (٨, ٢٩٪)، تلا ذلك استراتيجية «تدعيم السلوك» بنسبة (٦, ٢٤٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت استراتيجية «إمداد الجمهور بالمعلومات» بنسبة (٣, ١٥٪)، وفي الترتيب الرابع جاءت استراتيجية «التعرف على آراء الجمهور» بنسبة (٣, ٨٪)، تلاها استراتيجية «تغيير السلوك» بنسبة (٥, ٧٪)، وفي الترتيب السادس

جاءت استراتيجية «تدعيم المعرفة» بنسبة (٢,٥٪)، تلاها استراتيجية «محاولة التواصل» بنسبة (٢٪)، وفي الترتيب الثامن جاءت استراتيجية: «مساعدة الجمهور في اتخاذ قرار»، و«تدعيم الاتجاه» بنسبة (١,٧٪) لكليهما، ثم استراتيجية «إشراك الجمهور في التفاصيل» بنسبة (١,٤٪)، وفي الترتيب العاشر جاءت استراتيجية «تعديل المعرفة» بنسبة (١,٢٪)، وينسب ضئيلة جاءت استراتيجية: «تعديل الاتجاه»، و«إشراك الجمهور في المضمون» بنسبة (٠,٩٪) لكليهما، وفي الترتيب الثاني عشر جاء استراتيجية «تغيير الاتجاه» بنسبة (٠,٦٪)، وفي الأخير جاءت استراتيجية: «تغيير المعرفة»، و«إشراك الجمهور في صنع السياسة» بنسبة (٠,٣٪) لكليهما، كما يتضح أن حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية لم تستخدم استراتيجيتي: «تشكيل رأي الجمهور نحو قضية»، و«مراعاة مصالح» في تغريدات الرسائل التوعوية المنشورة.

جدول (٤-٧): الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية التي استخدمتها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	إمداد الجمهور بالمعلومات	٢٤	٢٩	٥٣	١٥,٢٪
٢	تشكيل رأي الجمهور نحو قضية	-	-	-	-
٣	مساعدة الجمهور في اتخاذ قرار	٦	-	٦	١,٧٪
٤	تدعيم المعرفة	٧	٥	١٢	٣,٥٪
٥	تعديل المعرفة	١	٣	٤	١,٢٪
٦	تغيير المعرفة	-	١	١	٠,٣٪
٧	تدعيم الاتجاه	٣	٣	٦	١,٧٪
٨	تعديل الاتجاه	٢	١	٣	٠,٩٪
٩	تغيير الاتجاه	١	١	٢	٠,٦٪
١٠	تدعيم السلوك	٧٦	٩	٨٥	٢٤,٦٪
١١	تعديل السلوك	٩٠	١٣	١٠٣	٢٩,٨٪
١٢	تغيير السلوك	٢٥	١	٢٦	٧,٥٪
١٣	محاولة التواصل	٦	١	٧	٢٪
١٤	مراعاة مصالح	-	-	-	-

م	الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١٥	التعرف على آراء الجمهور	٢٣	٨,٥%	٦	٨%
١٦	إشراك الجمهور في المضمون	٣	١,١%	-	-
١٧	إشراك الجمهور في صنع السياسة	-	-	١	١,٣%
١٨	إشراك الجمهور في التفاصيل	٤	١,٥%	١	١,٣%
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠%	٧٥	١٠٠%

#### ٤. أهداف المضمون الاتصالي:

يبين جدول (٤-٨) أن معظم التغريدات التي قامت بنشرها المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة في تغريداتها على منصة (X) كان الهدف الاتصالي منها سلوكياً بنسبة (٧٨٪)، مُقابل (١٥,٣٪) للهدف الاتصالي المعرفي، و(٦,٧٪) للوجداني.

جدول (٤-٨): أهداف المضمون الاتصالي للتغريدات المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	أهداف المضمون الاتصالي	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	معرفة	٢٥	٩,٢%	٢٨	٢٧,٣%
٢	وجداني	١٧	٦,٣%	٦	٨%
٣	سلوكي	٢٢٩	٨٤,٥%	٤١	٥٤,٧%
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠%	٧٥	١٠٠%

#### ٥. فئات الجماهير المستهدفة:

يبين جدول (٤-٩) أن فئات الجماهير «العامة» جاءت في مقدمة فئات الجماهير المستهدفة من محتوى التغريدات التي قامت بنشرها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٦١,٧٪)،



تلا ذلك فئة «ممارسي سلوك معين» بنسبة (١٨,٥)٪، وفي الترتيب الثالث جاءت فئات «ذوو ظروف محددة / فحص الزواج، ضيوف الرحمن» بنسبة (٧,٨)٪، تلاها فئات «مصابو مرض / اضطراب معين» بنسبة (٣,٨)٪، وفي الترتيب الخامس جاءت فئة «مهتمون بمجال معين» بنسبة (٣,٢)٪، تلاها فئات «مهددون بالإصابة بأمراض / اضطرابات» بنسبة (١,٤)٪، وفي الترتيب السابع جاءت فئات «نساء»، و«غير ذلك من الفئات الأخرى» بنسبة (١,٢)٪ لكليهما، وفي الترتيب الثامن والأخير جاءت فئات: «أطفال»، و«مسنين» بنسبة (٠,٦)٪ لكليهما.

جدول (٤-٩): فئات الجماهير المستهدفة من نشر التغريدات في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	فئات الجماهير المستهدفة	حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية			
		عش بصحة	هيئة الغذاء والدواء	الإجمالي	
١	عام	١٧٠	٤٤	٢١٤	٦١,٧٪
٢	ممارسو سلوك معين	٦٠	٤	٦٤	١٨,٥٪
٣	مصابو مرض / اضطراب معين	٧	٦	١٣	٣,٨٪
٤	مهددون بالإصابة بأمراض / اضطرابات	٤	١	٥	١,٤٪
٥	أطفال	٢	-	٢	٠,٦٪
٦	مسنون	٢	-	٢	٠,٦٪
٧	ذوو ظروف محددة / فحص الزواج، ضيوف الرحمن	٢٠	٧	٢٧	٧,٨٪
٨	مهتمون بمجال معين	-	١١	١١	٣,٢٪
٩	نساء	٣	١	٤	١,٢٪
١٠	غير ذلك	٣	١	٤	١,٢٪
	الإجمالي	٢٧١	٧٥	٣٤٦	١٠٠٪

### ثالثاً: خصائص التفاعلية:

يبين جدول (٤-١٠) تنوعاً في خصائص التفاعلية للتغريدات التي قامت بنشرها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية / هيئة الغذاء والدواء) عينة

الدراسة على منصة (X)، حيث جاء في مُقدمتها خاصية «التفضيل» بمتوسط حسابي قيمته (٥٠, ٥٢) لكل تَغريدة، تلاها خاصية «إعادة التَغريد» بمتوسط حسابي قيمته (٣٨, ٧) لكل تَغريدة، وفي الترتيب الثالث جاءت خاصية «الردود» بمتوسط حسابي قيمته (٩) لكل تَغريدة، تلاها خاصية «إضافة علامة مرجعية» بمتوسط حسابي (٨, ٨٨) لكل تَغريدة، وفي الأخير جاءت خاصية «إعادة التَغريد والتعليق» بمتوسط حسابي قيمته (٢, ١٧) لكل تَغريدة.

جدول (٤-١٠): خصائص التفاعلية للتغريدات التي قامت بنشرها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٣٤٦)

م	خصائص التفاعلية لتغريدات حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	خصائص التفاعلية (متوسط الانطباعات للتغريدات المنشورة)			
		التفضيل	إعادة التَغريد	الردود	إعادة التَغريد والتعليق
١	عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية	٤٣,٧٧	٣٤,٤٦	٤,٢٧	٠,٦٧
٢	هيئة الغذاء والدواء	٧٤,٩٣	٥٣,٩٧	٢٦,٣٥	٧,٦١
	متوسطات الخصائص التفاعلية	٥٠,٥٢	٣٨,٧	٩	٢,١٧

## نتائج الدراسة الميدانية

### أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية:

جدول (٤-١١): الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية (ن=٤٢٨)

م	متغيرات عينة الدراسة الديموغرافية		مستخدمي حساب				
			عش بصحة (ن=١٩٦)		الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)		
			ك	%	ك	%	
١	النوع	١	ذكور	٣٦	%١٨,٤	٤٥	%١٩,٤
		٢	إناث	١٦٠	%٨١,٦	١٨٧	%٨٠,٦

م	متغيرات عينة الدراسة الديموغرافية						مستخدمي حساب						
	الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)			عش بصحة (ن=١٩٦)			الإجمالي (ن=٤٢٨)			الديموغرافية			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٢	العمر	١	من ١٥ إلى أقل من ٢٥ عامًا	٧٩	٤٠,٣%	٩٠	٣٨,٨%	١٦٩	٣٩,٥%	٥٧	٢٩,١%	١١٥	٢٦,٩%
		٢	من ٢٦ إلى أقل من ٣٥ عامًا	٥٤	٢٧,٥%	٧٣	٣١,٥%	١٢٧	٢٩,٣%	٥٤	٢٧,٥%	١٢٧	٢٩,٣%
		٣	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عامًا	٦	٣,١%	١١	٤,٧%	١٧	٤,٣%	٦	٣,١%	١٧	٤,٣%
		٤	من ٥٠ فأكثر	١١٠	٥٦,١%	١١٤	٤٩,١%	٢٢٤	٥٢,٣%	١١٠	٥٦,١%	٢٢٤	٥٢,٣%
٢	الحالة الاجتماعية	١	أعزب / لم يسبق له الزواج	٤٨	٢٤,٥%	٥٩	٢٥,٤%	١٠٧	٢٥%	٤٨	٢٤,٥%	١٠٧	٢٥%
		٢	متزوج/ة	٣٤	١٧,٤%	٥٢	٢٢,٤%	٨٦	٢٠,١%	٣٤	١٧,٤%	٨٦	٢٠,١%
		٣	متزوج/ة ولديّ أطفال	٤	٢%	٧	٣,١%	١١	٢,٦%	٤	٢%	١١	٢,٦%
		٤	غير متزوج/ة (سبق له الزواج)	١١٢	٥٧,١%	١٢٩	٥٥,٦%	٢٤١	٥٦,٣%	١١٢	٥٧,١%	٢٤١	٥٦,٣%
٤	متوسط الدخل الشهري	١	أقل من ٥ الاف ريال	٣٩	١٩,٩%	٣٨	١٦,٤%	٧٧	١٨%	٣٩	١٩,٩%	٧٧	١٨%
		٢	من ٥ الاف لأقل من ١٠ آلاف	٣٢	١٦,٤%	٤٧	٢٠,٢%	٧٩	١٨,٥%	٣٢	١٦,٤%	٧٩	١٨,٥%
		٣	من ١٠ لأقل من ١٥ ألف	١٣	٦,٦%	١٨	٧,٨%	٣١	٧,٢%	١٣	٦,٦%	٣١	٧,٢%
		٤	من ١٥ ألف وأكثر	٥٧	٢٩,١%	٦٧	٢٨,٩%	١٢٤	٢٩%	٥٧	٢٩,١%	١٢٤	٢٩%
٥	المؤهل العلمي	١	الثانوي	١٠٨	٥٥,١%	١٢٤	٥٣,٤%	٢٣٢	٥٤,٢%	١٠٨	٥٥,١%	٢٣٢	٥٤,٢%
		٢	البكالوريوس	١٦	٨,٢%	٢١	٩,١%	٣٧	٨,٦%	١٦	٨,٢%	٣٧	٨,٦%
		٣	الماجستير	٢	١%	٥	٢,٢%	٧	١,٦%	٢	١%	٧	١,٦%
		٤	دكتوراه	١٣	٦,٦%	١٥	٦,٤%	٢٨	٦,٦%	١٣	٦,٦%	٢٨	٦,٦%
		٥	غير ذلك										

م	متغيرات عينة الدراسة الديموغرافية		مستخدمي حساب						
			عش بصحة (ن=١٩٦)		الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)		الإجمالي (ن=٤٢٨)		
			ك	%	ك	%	ك	%	
٦	الحالة الوظيفية	١	موظف/ة	٧٢	٣٦,٧%	٨٧	٣٧,٥%	١٥٩	٣٧,١%
		٢	طالب/ة	٧٨	٣٩,٨%	٩١	٣٩,٢%	١٦٩	٣٩,٥%
		٣	عاطل/ة عن العمل	٤٤	٢٢,٥%	٥١	٢٢%	٩٥	٢٢,٢%
		٤	متقاعد/ة	٢	١%	٣	١,٣%	٥	١,٢%
		٥	غير ذلك	-	-	-	-	-	-

## ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

يمكن عرض نتائج الدراسة الميدانية من خلال العناصر التالية:

### • الحسابات التي تجذب اهتمام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٤-١٢): الحسابات التي تجذب اهتمام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٤٢٨)

م	الحسابات التي تجذب اهتمام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
١	الحسابات المختصة، كالحسابات المختصة بالعقار والصحة ونحوه	٢٢٨	٢٠,٢%
٢	الإخبارية	١٨٦	١٦,٥%
٣	الترفيهية	٢٩١	٢٥,٩%
٤	حسابات أشخاص	٢٢١	١٩,٧%
٥	أخبار الجهات الحكومية والخاصة	١٨٤	١٦,٣%
٦	أخرى تذكر	١٦	١,٤%

\* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل

يوضح جدول (٤-١٢) السابق تنوع الحسابات التي تجذب اهتمام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت في المقدمة الحسابات «الترفيهية» بنسبة (٢٥,٩%)، تلاها الحسابات المختصة، كالحسابات المختصة بالعقار والصحة ونحوه بنسبة (٢٠,٢%)، وفي الترتيب الثالث جاءت

حسابات أشخاص بنسبة (١٩,٧)٪، تلاها الحسابات الإخبارية بنسبة (١٦,٥)٪، وبفارق ضئيل جاءت الحسابات المهتمة بأخبار الجهات الحكومية والخاصة في الترتيب الخامس بنسبة (١٦,٣)٪، وفي الأخير ذكر بعض المبحوثين عن بعض الحسابات الأخرى التي تجذب انتباههم كالحسابات التي تهتم بـ«التطوير التوظيف، البودكاست، والتداول» بنسبة (١,٤)٪.

#### • مدى متابعة المبحوثين لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية عينة الدراسة:

كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن مدى متابعة «مرتفع» نسبياً لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، حيث يُبين جدول (٤-١٣) التالي أن مجمل المتابعة جاءت بمتوسط مُرجح قدره (٢,٣٧) من (٤) درجات، وهي في مدى «غالباً» يتابعون الحسابات.

جدول (٤-١٣): مدى متابعة المبحوثين لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية عينة الدراسة (ن=٤٢٨)

الإجمالي (ن=٤٢٨)			مستخدمو حساب						مدى المتابعة
			الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)			عش بصحة (ن=١٩٦)			
المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	
٢,٧٣	٢١٪	٩٠	٢,٧٣	٢٢,٤٪	٥٢	٢,٧٣	١٩,٤٪	٣٨	دائماً
	٣٥,٧٪	١٥٣		٣٢,٨٪	٧٦		٣٩,٣٪	٧٧	غالباً
	٢٨,٦٪	١٦٥		٤٠,١٪	٩٣		٣٦,٧٪	٧٢	أحياناً
	٤,٧٪	٢٠		٤,٧٪	١١		٤,٦٪	٩	نادراً
	١٠٠٪	٤٢٨		١٠٠٪	٢٣٢		١٠٠٪	١٩٦	الإجمالي

#### • المواضيع الصحية التي يهتم بها الجمهور السعودي عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية عينة الدراسة:

كشفت استجابات عينة الدراسة من الجمهور السعودي عن تنوع في المواضيع الصحية التي يهتمون بها عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية عينة الدراسة، كما يُبين جدول (٤-١٤) التالي عن اختلاف الموضوعات التي تتناولها الحسابات، حيث تناول حساب عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية عن تناوله لموضوعات: حقوق المرضى والمستفيدين، الأمراض المزمنة، نمط الحياة الصحية، صحة الفم والأسنان، إسعافات أولية، الصحة الموسمية والأعياد، صحة الطفل، صحة المرأة،

صحة المسنين، وفحص ما قبل الزواج. بينما تناول حساب الهيئة العامة للغذاء والدواء الموضوعات التالية: الغذاء، المبيدات، الدواء، المختبرات، الأجهزة الطبية، مستحضرات التجميل، الأعلاف، والتبغ.

جدول (٤-١٤): المواضيع الصحية التي يهتم بها الجمهور السعودي عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية عينة الدراسة (ن=٤٢٨)

م	المواضيع الصحية	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)		عش بصحة (ن=١٩٦)		
		ك	%	ك	%	
١	حقوق المرضى والمستفيدين	٨٧	٣٧,٦%	-	-	٨٧
٢	الأمراض المزمنة	٦٩	٢٩,٣%	-	-	٦٩
٣	نمط الحياة الصحية	١١٢	٤٨,٣%	-	-	١١٢
٤	صحة الفم والأسنان	٦٤	٢٦,٦%	-	-	٦٤
٥	إسعافات أولية	٨١	٣٣,٦%	-	-	٨١
٦	الصحة الموسمية والأعياد	٤٦	١٩,٤%	-	-	٤٦
٧	صحة الطفل	٦٨	٢٨,٣%	-	-	٦٨
٨	صحة المرأة	٩٠	٣٧,٦%	-	-	٩٠
٩	صحة المسنين	٥٤	٢٢,٦%	-	-	٥٤
١٠	فحص ما قبل الزواج	١٩	٧,٨%	-	-	١٩
١١	الغذاء	١٨٨	٧٩,٨%	١٨٨	٩٥,٤%	١٨٨
١٢	المبيدات	٣١	١٣,٣%	٣١	١٥,٨%	٣١
١٣	الدواء	١٥٣	٦٥,٥%	١٥٣	٧٨,١%	١٥٣
١٤	المختبرات	٥٥	٢٣,٦%	٥٥	٢٨,١%	٥٥
١٥	الأجهزة الطبية	٦٩	٢٩,٣%	٦٩	٣٥,٢%	٦٩
١٦	مستحضرات التجميل	١٠٨	٤٥,٦%	١٠٨	٥٤,٦%	١٠٨
١٧	الأعلاف	١٤	٥,٨%	١٤	٧,١%	١٤
١٨	التبغ	١٤	٥,٨%	١٤	٧,١%	١٤
١٩	أخرى تذكر	-	-	-	-	-

\* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل

• شكل التفريدة التي يفضلها الجمهور السعودي عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية :

كشفت استجابات عينة الدراسة من الجمهور السعودي عن تنوع في أشكال التفريدات التي يتابعها الجمهور السعودي عينة الدراسة عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية، حيث جاء في الترتيب الأول شكل نص + صورة بنسبة (٢٣٪)، يليها شكل نص+ إنفوجرافيك بنسبة (٤، ٢٢٪)، ثم شكل نص+ فيديو بنسبة (١٦٪)، بينما تقاسمت بقية الأشكال النسب الباقية، حيث جاء شكل النص فقط بنسبة (٨، ٩٪)، تلاها شكل إنفوجرافيك فقط بنسبة (٩، ٨٪)، وفي الترتيب السادس جاء شكل صورة فقط بنسبة (٦، ٧٪)، تلاها شكل نص+ رابط بنسبة (٤، ٦٪)، وفي الترتيب الثامن والأخير جاء شكل فيديو فقط بنسبة (٩، ٥٪).

جدول (٤-١٥): شكل التفريدة التي يفضلها الجمهور السعودي عبر حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٤٢٨)

م	شكل التفريدة	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		عش بصحة (ن=١٩٦)		الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)		
		ك	٪	ك	٪	
١	نص فقط	٣٤	٨٪	٥٧	٣، ١١٪	٩١، ٩٪
٢	صورة فقط	٣٠	٧، ٢٪	٤٠	٩، ٧٪	٧٠، ٧٪
٣	فيديو فقط	٢٧	٦، ٣٪	٢٨	٦، ٥٪	٥٥، ٥٪
٤	إنفوجرافيك	٣٣	٧، ٧٪	٥٠	٩، ٩٪	٨٣، ٨٪
٥	نص+ صورة	١٠٩	٢٥، ٥٪	١٠٥	٨، ٢٠٪	٢١٤، ٢٣٪
٦	نص+ فيديو	٦٩	١٦، ١٪	٨٠	٩، ١٥٪	١٤٩، ١٦٪
٧	نص+ إنفوجرافيك	٩٦	٢٢، ٤٪	١١٣	٤، ٢٢٪	٢٠٩، ٢٢٪
٨	نص + رابط	٢٩	٦، ٨٪	٣١	٢، ٦٪	٦٠، ٦٪

\* يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل

• الأسباب التي تدفع الجمهور السعودي لمتابعة حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية :

للتعرُّف على الأسباب التي تدفع عينة الدراسة من الجمهور السعودي لمتابعة حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية، قامت الباحثة ببناء مقياس ثلاثي في إطار نموذج المعتقد الصحي، وبناءً

على ذلك كشفت استجابات المبحوثين عن درجة «موافقة» مرتفعة على جميع الأسباب المُدرجة، حيث بلغ المتوسط المُرجح (٢,٤٣) من (٣) درجات؛ كما يُبين الجدول التالي أن هناك مُستويين للموافقة على عبارات المقياس، وهي:

• الموافقة بدرجة مُتوسطة «محايد»، وتشمل عبارات؛

«أعتقد بوجود احتمال بأني قد أصاب بمرض معين»، و«خوفي من الإصابة بمرض معين».

• الموافقة بدرجة كبيرة «موافق»، وتشمل عبارات؛

«رغبتي في معرفة الفوائد المتوقعة التي ستتحقق عند ممارسة، أو عدم ممارسة سلوك معين»، «رغبتي في معرفة المخاطر المتوقعة التي ستتحقق عند ممارسة، أو عدم ممارسة سلوك معين»، «رغبتي في المشاركة بأنشطة تعزيز الصحة، مثل توعية من حولي بمواضيع معينة»، و«رغبتي بمعرفة المستجدات الصحية».

جدول (٤-١٦): الأسباب التي تدفع الجمهور السعودي لمتابعة حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٤٢٨)

م	الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
١	أعتقد بوجود احتمال بأني قد أصاب بمرض معين	١,٨٦	٠,٧٧١	١,٨٦	٠,٧٩٦	٠,٧٨٤
٢	خوفي من الإصابة بمرض معين	٢,٠١	٠,٨٢٠	٢,٠٩	٠,٨٠٧	٠,٨١٣
٣	رغبتي في معرفة الفوائد المتوقعة التي ستتحقق عند ممارسة، أو عدم ممارسة سلوك معين	٢,٦٦	٠,٦٠٠	٢,٦٩	٠,٥٥٧	٠,٥٧٦
٤	رغبتي في معرفة المخاطر المتوقعة التي ستتحقق ممارسة، أو عدم ممارسة سلوك معين	٢,٦٦	٠,٥٧٣	٢,٦٦	٠,٥٤٣	٠,٥٥٦



م	الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	مستخدمو حساب			
		عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
٥	رغبتي في المشاركة بأنشطة تعزيز الصحة، مثل توعية من حولي بمواضيع معينة	٢,٦٣	٠,٦٠٦	٢,٦٥	٠,٥٩٢
٦	رغبتي بمعرفة المستجدات الصحية	٢,٧٤	٠,٥٤٢	٢,٧٢	٠,٥٢٨
	إجمالي الإحصاءات الوصفية	٢,٤٢	٠,٦٥٢	٢,٤٤	٠,٦٢٧

• سهولة فهم الرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور السعودي:

كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن مدى فهم «مرتفع» للرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، حيث يُبين جدول (٤-١٧) التالي أن مُجمل سهولة الفهم جاء بمتوسط مُرجح قدره (٤,٣٩) من (٥) درجات، وهي في مدى «دائمًا» ما كانت الرسائل التوعوية سهلة الفهم.

جدول (٤-١٧): مدى فهم الرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور السعودي (ن=٤٢٨)

المتوسط	%	ك	مستخدمو حساب						مدى سهولة الفهم
			الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)			عش بصحة (ن=١٩٦)			
			المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	
٤,٣٩	%	ك	المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	دائمًا
									غالبًا
									أحيانًا
									نادرًا
									لا أبدًا
									الإجمالي

• مستوى وضوح الرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور السعودي:

كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن وضوح «مرتفع» للرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، حيث يُبين جدول (٤-١٨) التالي أن مُجمل الوضوح جاء بمتوسط مُرجح قدره (٤,٤٢) من (٥) درجات، وهي في مدى «دائمًا» ما كانت الرسائل التوعوية واضحة.

جدول (٤-١٨): مدى وضوح الرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور السعودي (ن=٤٢٨)

الإجمالي (ن=٤٢٨)			مستخدمو حساب						مدى الوضوح
			الهيئة العامة للغذاء والدواء (ن=٢٣٢)			عش بصحة (ن=١٩٦)			
المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	المتوسط	%	ك	
٤,٤٢	٪٦٠,٧	٢٦٠	٤,٤٦	٪٦٢,٥	١٤٥	٤,٣٨	٪٥٨,٧	١١٥	دائمًا
	٪٢٤,١	١٠٣		٪٢٣,٣	٥٤		٪٢٥	٤٩	غالبًا
	٪١٢,٦	٥٤		٪١٢,١	٢٨		٪١٣,٣	٢٦	أحيانًا
	٪١,٩	٨		٪١,٧	٤		٪٢	٤	نادرًا
	٪٠,٧	٣		٪٠,٤	١		٪١	٢	لا أبدًا
	٪١٠٠	٤٢٨		٪١٠٠	٢٣٢		٪١٠٠	١٩٦	الإجمالي

• تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر الجمهور السعودي:

كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن تأثيرات «مرتفعة» للرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، حيث يُبين جدول (٤-١٩) التالي أن مُجمل التأثيرات جاءت بمتوسط مُرجح قدره (٤,٣٠) من (٥) درجات، وهي في مدى «دائمًا» ما تؤثر الرسائل التوعوية على الجمهور السعودي عينة الدراسة، وهو ذات التأثير في الأنواع الثلاثة، حيث جاء المتوسط المرجح للتأثيرات المعرفية (٤,٢٩)، وللتأثيرات الوجدانية (٤,٣٠)، وللتأثيرات السلوكية (٤,٣١). كما يُبين الجدول التالي أن هُنالك مُستوى واحدًا فقط لشدة التأثيرات، وهو التأثير المُرتفع بشدة وهو في مدى «دائمًا» ما تؤثر الرسائل التوعوية على الجمهور السعودي عينة الدراسة.

جدول (٤-١٩): تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية من وجهة نظر الجمهور السعودي (ن=٤٢٨)

م	تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
<b>التأثيرات المعرفية</b>						
١	أستطيع شرح المعلومات الموجودة في الرسائل التوعوية للآخرين	٤,١٧	٠,٩١٧	٤,٢٨	٠,٨٣٣	٤,٢٣
٢	يزداد رصيدي المعرفي بعد قراءة الرسائل التوعوية	٤,٣٧	٠,٨٦٥	٤,٤٠	٠,٧٩٤	٤,٣٩
٣	تحتوي الرسائل التوعوية على جميع المعلومات التي أحتاجها في الموضوع قيد التوعية	٤,٢٦	٠,٨٧٠	٤,٢٤	٠,٩٠٨	٤,٢٥
	إجمالي التأثيرات المعرفية	٤,٢٦	٠,٨٨٤	٤,٣٠	٠,٨٤٥	٤,٢٩
<b>التأثيرات الوجدانية</b>						
٤	أثق في الرسائل التوعوية المنشورة	٤,٣٨	٠,٨٨٣	٤,٤١	٠,٨٤٢	٤,٣٩
٥	تولّد لديّ الرسائل التوعوية الرغبة في البحث أكثر عن الموضوع قيد التوعية	٤,٢٤	٠,٩٦٠	٤,٣١	٠,٨٥٦	٤,٢٨
٦	ساهمت الرسائل التوعوية في تغيير طريقة تفكيري نحو موضوع معين.	٤,٢٧	٠,٩٢٣	٤,٢٩	٠,٨٦٣	٤,٢٨

الإجمالي (ن=٤٢٨)	مستخدمو حساب				تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية	م
	عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)			
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٩١٢	٤,٢٦	٠,٩٠٨	٤,٢٤	٠,٩١٨	٤,٢٩	٧
						ساهمت الرسائل التوعوية في أن أتبنى رأي جديد حول موضوع معين.
٠,٨٩١	٤,٣٠	٠,٨٦٧	٤,٣١	٠,٩٢١	٤,٢٩	إجمالي التأثيرات الوجدانية
<b>التأثيرات السلوكية</b>						
٠,٨٧١	٤,٣٢	٠,٨٧٤	٤,٣٢	٠,٨٧٠	٤,٣٢	٨
						عزّزت الرسائل التوعوية من السلوك الصحي لديّ
٠,٨٦٣	٤,٣٢	٠,٨٥٤	٤,٣٠	٠,٨٧٤	٤,٣٦	٩
						شجعتني الرسائل التوعوية في تشكيل سلوك صحي جديد لديّ
٠,٨٨٦	٤,٣٠	٠,٨٨٦	٤,٢٥	٠,٨٨٥	٤,٣٥	١٠
						ساعدتني الرسائل التوعوية على تحسين السلوكيات غير الصحية لديّ
٠,٨٧٤	٤,٣٣	٠,٨٤٧	٤,٣٧	٠,٩٠٥	٤,٢٨	١١
						تزيد الرسائل التوعوية من قدرتي على اتباع أساليب الحياة الصحية
٠,٨٨٤	٤,٣٠	٠,٨٨٤	٤,٣٠	٠,٨٨٥	٤,٣٠	١٢
						أتبع النصائح والتعليمات المقدمة في الرسائل التوعوية
٠,٨٧٦	٤,٣١	٠,٨٦٩	٤,٣٠	٠,٨٨٣	٤,٣٢	إجمالي التأثيرات السلوكية
٠,٨٧٨	٤,٣٠	٠,٨٦٢	٤,٣٠	٠,٨٩٦	٤,٣٠	إجمالي الإحصاءات الوصفية للمقياس ككل

• أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية :

كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن تفاعل «مرتفع» نسبياً مع الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة؛ حيث يُبين جدول (٤-٢٠) التالي أن مُجمل التفاعل جاء بمتوسط مُرجح قدره (٣,٤٣) من (٥) درجات، وهي في مدى «غالباً» ما يقوم الجمهور بالتفاعل مع الرسائل التوعوية. كما يُبين الجدول التالي أن هناك مُستويين لشدة التفاعل، وهي:

• التفاعل بدرجة مُتوسطة «أحياناً»، وتشمل عبارات:

«أقوم بالرد»، «أقوم بإعادة النشر مع كتابة تعليق»، «أقوم بالاستفسار»، و«أقوم بكتابة تغريدات على حسابي الخاص بعد قراءة ما ينشر».

• التفاعل بدرجة كبيرة «غالباً»، وتشمل عبارات:

«أقوم بالقراءة فقط لما ينشر على الحساب في منصة (X)»، «أقوم بالترفضيل»، «أقوم بإعادة النشر»، و«أقوم بوضع علامة مرجعية».

جدول (٤-٢٠): أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (ن=٤٢٨)

م	أشكال تفاعل الجمهور السعودي	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
١	أقوم بالقراءة فقط لما ينشر على الحساب في منصة (X)	٤,٢١	٠,٨٦١	٤,١٦	٠,٩٧٢	٤,١٨
٢	أقوم بالرد	٣,١٩	١,٣٠١	٣,٠٤	١,٤٠٩	٣,١١
٣	أقوم بالترفضيل	٣,٦٦	١,١٠٩	٣,٥٠	١,٢٦٦	٣,٥٧
٤	أقوم بإعادة النشر	٣,٥٤	١,١٢٩	٣,٤١	١,٢٧٩	٣,٤٦
٥	أقوم بإعادة النشر مع كتابة تعليق	٣,١٩	١,٣١٧	٣,٠٨	١,٤٢٦	٣,١٣
٦	أقوم بالاستفسار	٣,٤٠	١,٢٤٢	٣,٣٠	١,٢٨٤	٣,٣٤

م	أشكال تفاعل الجمهور السعودي	مستخدمو حساب				الإجمالي (ن=٤٢٨)
		عش بصحة (ن=١٩٦)		عش بصحة (ن=١٩٦)		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
٧	أقوم بكتابة تغريدات على حسابي الخاص بعد قراءة ما ينشر	٣,٢٧	١,٣٦٣	٣,٠٩	١,٤٧٣	١,٤٢٥
٨	أقوم بوضع علامة مرجعية	٣,٦٢	١,١٩٤	٣,٣٩	١,٣٤٠	١,٢٧٩
	إجمالي الإحصاءات الوصفية	٣,٥١	١,١٨٩	٣,٣٧	١,٣١٨	١,٢٦١

كما يُبين جدول (٤-٢٠) السابق عدم التجانس في أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X)، حيثُ بلغ المُتوسط المُرجح لتفاعل الجمهور مع حساب عش بصحة (٣,٥١) لحساب عش بصحة وهو في مدى «غالبًا» ما يتفاعل الجمهور مع الرسائل التوعوية، مُقابل (٣,٣٧) لحساب الهيئة العامة للغذاء والدواء وهو في مدى «أحيانًا» ما يتفاعل الجمهور مع الرسائل التوعوية.

## نتائج فرضيات الدراسة

### الفرض الأول:

«توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى مُتابعة الجمهور السعودي لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على الجمهور السعودي».

جدول (١): العلاقة بين مدى مُتابعة الجمهور السعودي لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بتلك الحسابات

تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات			المتغيرات	
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل ارتباط Pearson	مدى مُتابعة الجمهور السعودي لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية
٠,٠٠١	متوسط	طردي	٠,٤٣٣*	عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية
٠,٠٣٧	ضعيف	طردي	٠,١٣٧*	هيئة الغذاء والدواء

يوضح جدول (١) السابق وجود علاقة طردية دالة إحصائياً متوسطة بين مدى متابعة الجمهور السعودي لحساب (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط Pearson (٤٣٣, ٠٠٠)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠, ٠٠١)، وهي تعني أن كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب على الجمهور السعودي. كذلك يوضح جدول (٥) وجود علاقة طردية دالة إحصائياً متوسطة بين مدى متابعة الجمهور السعودي لحساب (هيئة الغذاء والدواء) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط Pearson (١٢٧, ٠)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠, ٠٣٧)، وهي تعني أن كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب على الجمهور السعودي.

### الفرض الثاني:

«توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بتلك الحسابات عليهم».

جدول (٢): العلاقة بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بتلك الحسابات عليهم

تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات			المتغيرات	
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل ارتباط Pearson	أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية
٠, ٠٠١	متوسط	طردي	٤١٧, ٠٠٠	عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية
٠, ٠٠١	متوسط	طردي	٣٨٨, ٠٠٠	هيئة الغذاء والدواء

يوضح جدول (٢) السابق وجود علاقة طردية دالة إحصائياً متوسطة بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حساب (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بهذا الحساب، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط Pearson (٤١٧, ٠٠٠)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠, ٠٠١)، وهي تعني أن كلما زادت أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على الحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب عليهم. كذلك يوضح جدول (٢) وجود علاقة طردية دالة إحصائياً متوسطة بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حساب (هيئة الغذاء والدواء) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بهذا الحساب؛ حيث

بلغت قيمة معامل ارتباط Pearson (٢٨٨, \*٠\*)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٠١)، وهي تعني أن كلما زادت أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على الحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب عليهم.

## مناقشة نتائج الدراسة

أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية دالة إحصائية متوسطة بين مدى متابعة الجمهور السعودي لحساب (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب، وهي تعني أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب على الجمهور السعودي. كذلك توجد علاقة طردية دالة إحصائية متوسطة بين مدى متابعة الجمهور السعودي لحساب (هيئة الغذاء والدواء) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب، وهي تعني أنه كلما زادت متابعة الجمهور السعودي للحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب على الجمهور السعودي.

كما توجد علاقة طردية دالة إحصائية متوسطة بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حساب (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بهذا الحساب، وهي تعني أنه كلما زادت أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على الحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب عليهم. كذلك توجد علاقة طردية دالة إحصائية متوسطة بين أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على التغريدات المنشورة في حساب (هيئة الغذاء والدواء) وتأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بهذا الحساب، وهي تعني أنه كلما زادت أشكال تفاعلية الجمهور السعودي على الحساب زادت تأثيرات الرسائل التوعوية المنشورة بالحساب عليهم.

كما كشفت الدراسة أن استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة كانت في مدى متابعة «مرتفع» نسبياً لحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة لأسباب تتعلق برغبة عينة الدراسة في معرفة الفوائد المتوقعة التي ستتحقق عند ممارسة/ أو عدم ممارسة سلوك معين، ومعرفة المخاطر المتوقعة التي ستتحقق عند ممارسة/ أو عدم ممارسة سلوك معين، والمشاركة بأنشطة تعزيز الصحة، إضافة إلى معرفة المستجدات الصحية، وقد كان هناك مستوى واحد فقط لشدة التأثيرات، وهو التأثير المرتفع بشدة وهو في مدى «دائماً» ما تؤثر الرسائل التوعوية على الجمهور السعودي عينة الدراسة، حيث جاء المتوسط المرجح للتأثيرات المعرفية (٢٩, ٤)، وللتأثيرات الوجدانية (٣٠, ٤)، وللتأثيرات السلوكية (٣١, ٤).



بطبيعة الحال، جاء هذا التأثير من وجهة نظر الباحثة لعدة أسباب، من أهمها: درجة وضوح المعلومات المقدمة، وسهولة فهمها، وشموليتها، حيث كشفت استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة عن مدى فهم «مرتفع» للرسائل التوعوية المنشورة في حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، كما كان وضوح الرسائل التوعوية في مدى «مرتفع».

خاصة أنّ حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) تُفضل استخدام قالب «نص + إنفوجرافيك» الفني في محتويات تغريداتها؛ ومن وجهة نظر الباحثة فإن النص المقرون بالإنفوجراف هو الأكثر فائدة للجمهور، وهو بالفعل ما قامت به المؤسسات -عينة الدراسة-، وبالذات في وزارة الصحة السعودية كان أكثر من نصف التغريدات خلال فترة الدراسة على هذا النمط، ويرجع أهمية هذا القالب الاتصالي إلى عدة أسباب، منها: سهولة تقديم المعلومات وتبسيطها، وتقديمها بشكل مشوّق وواضح في قالب واحد، وسهولة تداولها بين الجمهور.

إضافة إلى تأثير استراتيجية «الإقناع» التي جاءت في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية الرئيسة التي استخدمتها الحسابات عينة الدراسة في تغريداتها على منصة (X) بنسبة (٩، ٦٩٪)، أضيف إلى ذلك فإن استراتيجية «تعديل السلوك» جاءت في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية الفرعية التي استخدمتها هذه الحسابات عينة الدراسة في تغريداتها على منصة (X) بنسبة (٨، ٢٩٪)، تلا ذلك استراتيجية «تدعيم السلوك» بنسبة (٦، ٢٤٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت استراتيجية «إمداد الجمهور بالمعلومات» بنسبة (٣، ١٥٪)، وقد أيدت دراسة (عيساني، ٢٠٢١) التي كانت بعنوان: «جهود رسمية عربية في التوعية بكوفيد-١٩: نموذج اتصال الأزمات والمخاطر في الإمارات العربية المتحدة»، نتائج الدراسة أعلاه وهو أنّ الاتصال عندما يكون متنوعاً، وصادقاً، وصريحاً، ودقيقاً ومكتملاً لشرح الأزمة، وبيان أبعادها، وكيفية مواجهتها، والتوعية بمخاطر الوباء والحد من انتشاره. إضافة إلى تقديم معلومات متنوعة وشاملة وغنية عن فيروس كورونا المستجد، فإن ذلك يساعد على التعامل مع الأزمة بكفاءة وفعالية، ويسهم في تعزيز الوعي المجتمعي، وتُرجع الباحثة ذلك إلى ضرورة إقناع المتابعين للحسابات بأهمية الموضوعات الصحية التي تقوم بنشرها التي من شأنها المحافظة على الصحة، فضلاً عن أن الاستراتيجيات الفرعية التابعة لاستراتيجية الإقناع هي: تدعيم المعرفة، تعديل المعرفة، تغيير المعرفة، تدعيم الاتجاه، تعديل الاتجاه، تغيير الاتجاه، تدعيم السلوك، تعديل السلوك، تغيير السلوك، وهي ما تتمحور حوله أغلب موضوعات الرسائل التوعوية.

بالنسبة لتفاعلية الجمهور مع الرسائل التوعوية المنشورة على حسابات المؤسسات الصحية عينة الدراسة، فقد بيّنت نتائج الدراسة أن هناك تنوعاً في خصائص التفاعلية للتغريدات التي قامت بنشرها

الحسابات عينة الدراسة على منصة (X)، حيثُ جاء في مُقدمتها خاصية «التفضيل» بمتوسط حسابي قيمته (٥٢، ٥٠) لكلِ تَغريدة، تلاها خاصية «إعادة التَغريد» بمتوسط حسابي قيمته (٢٨، ٧) لكلِ تَغريدة، وفي الترتيب الثالث جاءت خاصية «الردود» بمتوسط حسابي قيمته (٩) لكلِ تَغريدة، تلاها خاصية «إضافة علامة مرجعية» بمتوسط حسابي (٨، ٨٨) لكلِ تَغريدة، وفي الأخير جاءت خاصية «إعادة التَغريد والتعليق» بمتوسط حسابي قيمته (٢، ١٧) لكلِ تَغريدة، الأمر الذي تؤيده استجابات الجمهور السعودي عينة الدراسة التي أسفرت عن تفاعل «مرتفع» نسبياً مع الرسائل التوعوية المنشورة بحسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية على منصة (X) عامة، وكان التفاعل بدرجة كبيرة «غالباً»، وتشمل عبارات: «أقوم بالقراءة فقط لما ينشر على الحساب في منصة (X)»، «أقوم بالتفضيل»، «أقوم بإعادة النشر»، و«أقوم بوضع علامة مرجعية».

هذا التفاعل من وجهة نظر الباحثة يؤكد فاعلية هذه المنصات ويعطي مؤشراً لوجود تأثير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الرسائل التوعوية على الجماهير، ما يعزز من وعي الجمهور، كما أُيدت ذلك دراسة (فياض، ٢٠١٥)، (ابن لبد، ٢٠١٧)، (القرشي وآخرون، ٢٠٢٤)، (الصحفي، ٢٠٢٢)، (بلابل وسام، ٢٠٢٢)، (الجميلي، ٢٠٢١)، (توفيق، ٢٠٢٠)، (هامل، ٢٠١٨)، (حامد، ٢٠١٧). أما بالنسبة لتعزيز الوعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن مُعظم التَغريدات التي قامت بنشرها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة في تَغريداتها على منصة (X) كان الهدف الاتصالي منها التأثير السلوكي بنسبة (٧٨٪)، مُقابل (٣، ١٥٪) للهدف الاتصالي المعرفي، و(٦، ٧٪) للوجداني، وقد جاء موضوع (مجال) التَغريدة «الصحة الموسمية والأعياد» في مُقدمة موضوعات التَغريدات التي استخدمتها الحسابات عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٨، ٣٥٪)، تلا ذلك موضوع «نمط الحياة الصحية» بنسبة (٤، ٣٢٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت الموضوعات المُختلفة الأخرى بنسبة (٧، ٨٪)، تلاه موضوع «الغذاء» بنسبة (٨، ٥٪)، وفي الترتيب الخامس جاء موضوع «الأمراض المُزمنة» بنسبة (٩، ٤٪)، تلاها موضوع «الدواء» بنسبة (٧، ٣٪).

وتلجأ المؤسسات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي لدى جماهيرها، لأهمية هذه المنصات وأثرها، كما أظهرت دراسة كارسنيه وآخرون (Karasneh, et al., 2020) أن ٤٠٪ من عينة الدراسة أظهروا معرفة بالمعلومات الأساسية للمرض، وأن أكثر من نصفهم قادرين على تحديد وسائل انتشار المرض، وذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وأسهمت في زيادة المعارف وزيادة درجة الوعي بأضرار التواصل خلال جائحة كورونا، وفي المقابل كانت من أهم نتائج دراسة ريان ونيشهاتا (Ruan, 2020) أن عدم الشفافية وتقييم المناقشات العامة والمعلومات الواقعية له تأثير

سلبى على تفشي فيروس كورونا، ويقلل من الوعي العام والاستجابة للمعلومات المقدمة، وذلك كان نتيجة تحكم الحكومة الصينية في المعلومات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي عن فيروس كورونا (كوفيد - ١٩).

وقد جاءت فئات الجماهير «العامة» في مقدمة فئات الجماهير المستهدفة من محتوى التغريدات التي قامت بنشرها حسابات المؤسسات الصحية الحكومية السعودية (عش بصحة التابع لوزارة الصحة السعودية/ هيئة الغذاء والدواء) عينة الدراسة على منصة (X) بنسبة (٧, ٦١٪)، هذا وقد بلغت نسبة التي تراوح أعمارهم «من ١٥ إلى أقل من ٢٥ عامًا» (٥, ٣٩٪)، بينما بلغت نسبة التي تراوح أعمارهم «من ٢٦ إلى أقل من ٣٥ عامًا» (٩, ٢٦٪)، وهم الأعلى من بين بقية الفئات العمرية، وقد بيّنت دراسات سابقة أنّ فئة الشباب هم الأكثر متابعة وتأثرًا، كما أيدت ذلك دراسة (ابن لبد، ٢٠١٧)، (فياض، ٢٠١٥).

## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

- العتيبي، كاظم محمد (٢٠١٩). دور العلاقات العامة في تشكيل وتنمية الوعي الصحي: دراسة وصفية تحليلية لأنشطة أمانة بغداد في الفترة من ٢٠١٧/١/١ إلى ٢٠١٧/١٢/٣١. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٦٧)، ٧٢٣-٦٩١.
- الصحفي، وسيم. (٢٠٢٢). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي طلاب الجامعات السعودية بمفهوم اقتصاد المعرفة. مجلة البحوث الإعلامية، ٦٠ (٣)، ١١٩٣-١٢٤٦.
- أيمن منصور ندا، (٢٠١٠)، تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أليغرين، مات (٢٠٢٢). إحصائيات وحقائق واتجاهات لوسائل التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٢، مسترجع من: <https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts/#sources> استرجعت بتاريخ ٢٥ يناير ٢٠٢٣.
- بلابل، وسام محمد أحمد. (٢٠٢٢). وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز وعي المرأة بحقوقها في المجتمع المصري: دراسة ميدانية. مجلة بحوث كلية الآداب، ١٢١ (٣)، ٤٠٣-٤٥١.
- حسن، زينب (٢٠١٨). فتاوي الفضائيات، وتأثيرها على الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- حسين، إيمان فتحى عبد المحسن، والحازمي، نجود مسلم. (٢٠٢٢). الأنشطة الاتصالية المقدمة من وزارة

الصحة ودورها في التوعية بالسلامة الوقائية للحجاج والمعتمرين بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية  
٢٠٢٠. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (٢٤) ، ٣-٢٤٧

- شيلي تايلور. (٢٠٠٨). علم النفس الصحي. عمان. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع. ط١.
- طنطاوي، ميرهان محسن (٢٠١٥). الإستراتيجيات الاتصالية للمنظمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة سمعتها: دراسة تطبيقية على شرطة دبي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (٦) ، ٩١-١٢٨.
- عبد الرحمن، فاتن (٢٠١٧) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام ٢٠١٥: دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. المجلة العربية للإعلام والاتصال، مج. ٢٠١٧، ع. ١٧
- عبد اللطيف، مي محمود (٢٠١٧). كفاءة الإستراتيجيات الاتصالية للاستجابة للأزمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة: دراسة حالة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (١٦) ، ٢٦٣-٣١٠.
- عبد اللطيف، مي محمود (٢٠٢١). استخدام المنصات الإلكترونية بالجامعات المصرية في إدارة الحوار مع جماهيرها، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (٢٢) ، ٢٢٧-٢٨٨.
- علي، علي أحمد، وجمّاع، جمّاع أحمد. (٢٠٢٢). فاعلية البرامج الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز الوعي السياحي لدى المواطن اليمني. مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، ٢(١٢). <https://doi.org/10.53796/hnsj31227>
- مكاوي، حسن، والسيد، ليلي (٢٠١٦)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية، ط١٢، القاهرة.
- هناء أحمد محمد شويخ. (٢٠١٢). علم النفس الصحي. مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، ط١.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Alqurashi, D. R., Alghizzawi, M., & Al-Hadrami, A. (2024). The role of social media in raising awareness of cybersecurity risks. In Opportunities and risks in AI for business development (pp. 365-376). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-65203-5\\_33](https://doi.org/10.1007/978-3-031-65203-5_33)
- Danie Wigans (2019). "The representation of Muslims in media". Study lab, Germany.p.45
- Marina Krcmar, D. (2016) , Communication science Theory and Research: An Advanced Introduction, New York Routledge.
- Piña-Garcia, C. A., & GU, D. (2013). Spiraling Facebook: an alternative Metropolis-Hastings random walk using a spiral proposal distribution. Social Network Analysis and Mining, 3(4), 1403-1415.
- Prakash, A., & Sanju, R. (2024). The effectiveness of using social media to raise cyber safety awareness among the public. Journal of the Asiatic Society of Mumbai, XCvII (2).
- Watson, James, 1998, Media Communication an Introduction to Theory and Process, MacMillan Press, London. P. 65

- Rezvanian, A., & Meybodi, M. R. (2015). Sampling social networks using shortest paths. Physica A: Statistical Mechanics and its Applications, 424, 254-268.

### ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- الموقع الرسمي لرؤية المملكة ٢٠٢٠م: برنامج تحول القطاع الصحي (gov.sa.vision2030)
- الموقع الرسمي لليونسكو: الهدف ٣ - الصحة الجيدة والرفاه - التنمية المستدامة (un.org)
- الموقع الرسمي للمجلس الصحي السعودي: المجلس الصحي السعودي يناقش تطوير آليات التواصل مع المرضى (shc.gov.sa)
- الموقع الرسمي للمنصة الحكومية الموحدة: <https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/agencies>
- الموقع الرسمي لوزارة الصحة السعودية <https://www.moh.gov.sa/Pages/Default.aspx>
- صحيفة السعودي اليوم. [40778/https://alsaudialyaum.com/news](https://alsaudialyaum.com/news)
- الموقع الرسمي للهيئة العامة للغذاء والدواء: الهيئة العامة للغذاء والدواء (sfda.gov.sa)
- موقع Statista الإلكتروني: [number-of-twitter-users-in-558404/https://www.statista.com/statistics](https://www.statista.com/statistics/number-of-twitter-users-in-558404/)  
= [saudi-arabia/?utm\\_source](https://www.statista.com/statistics/number-of-twitter-users-in-558404/)

# السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية

## دراسة مسحية على العاملين في محطتي تلفزيون جازان وأبها

إعداد: أ. عفاف محسن موسى دقدقي

إشراف: إشراف؛ أ.د عوض إبراهيم عوض

### ملخص الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى إبراز السمات الفنية المتعلقة بالمونتاج والإخراج؛ للتعرف على مدى قدرتها في استقطاب وزيادة نسبة المشاهدة للتلفزيون السعودي؛ نظراً لما يقدمه من إبراز لشكل ومضمون الرسالة عن طريق توظيف العناصر الفنية المتاحة لإخراج رسالة إعلامية جيدة ومؤثرة لها وقعها على المشاهد، والتتويه على أحدث تقنيات الإنتاج والإخراج المستخدمة في البث البرامجي كبرامج نشرات الأخبار، وذلك عن طريق تبيان الأساليب الحديثة المتطورة للإسهام في تحسين مضمون الرسالة الإعلامية بالتطبيق على العاملين بالتلفزيون السعودي. وتأتي هذه الدراسة للإجابة عن تساؤل مهم في المشهد الإعلامي البصري والسمعي، مفاده: ما السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني؟ وما مدى انعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية؟

وهذا البحث من الأبحاث الوصفية التطبيقية القائمة على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداتين لجمع البيانات، وهما: الاستبيان والمقابلة البحثية؛ حيث ضمت عينة عشوائية منتظمة تمثل عينة من

مجتمع أكبر تشمل العاملين من مخرجين وفنيين في هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودي بالتطبيق على فروع الهيئة في كل من: منطقة جازان ومدينة أبها بواقع (٧٥) مفردة بحثية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها:

١. أن الرسائل المقدمة في التلفزيون السعودي عبر النشرات الإخبارية تسهم في تكوين صورة ذهنية للجمهور السعودي عن أبرز القضايا المحلية والعالمية.

٢. تتوافق مفاهيم السياسات والخطط الجديدة للتلفزيون السعودي مع ركب التطور في مجال الثورة الرقمية الحديثة تماشياً مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ الذي يعد من أبرز الآثار والانعكاسات لاستخدام التقنيات الحديثة.

ومن توصيات الدراسة:

١. تسليط الضوء على ندرة توافر الدورات المختصة في مجال إنتاج وإخراج الرسالة الإعلامية، وذلك يكون بتوفير برامج تدريبية لتأهيل وتدريب عناصر العمل التلفزيوني على استخدام أحدث تقنيات البث التلفزيوني.

٢. إعادة النظر في هيكلية التوظيف في القطاع الإعلامي لما تعانيه من خلل واضح، وبالأخص في المجال التلفزيوني والإذاعي عن طريق إتاحة فرص وظيفية بصورة عملية لخريجات وخريجي كليات الإعلام بالجامعات السعودية.

## Technical and directorial features of television production and their impact on the content of the media message

### A survey study of employees at Jazan and Abha TV stations

#### ABSTRACT

The present study aims to highlight the artistic features related to montage and direction. It also aims to identify the extent of its ability to attract and increase the viewership of Saudi Arabia television due to the highlighting of the form and content of the message by employing the available artistic elements to produce a good and influential media message that has an influence on the viewer. To highlight the latest technologies pertaining to production and direction used in broadcast programs, such as news bulletins, by demonstrating modern, advanced methods to contribute to improving the content of the media message by applying it to Saudi Arabia television employees. This study tries

---

to answer an important question in the audio-visual media scene: What are the artistic and directorial features of television production? What is the extent of its influence on the content of the media message? This research is an applied descriptive one based on the media survey approach using two data collection tools: the questionnaire and the research interview. It included a regular random sample representing a sample of a larger community that includes directors and technicians working in the Saudi Broadcasting Authority (SBA), by applying it to the Authority's branches in each of the city of Jazan and Abha, with (75) research items.

**The study concluded to a number of prominent conclusions as follows:**

1. Messages presented on Saudi Arabia Television through news bulletins contribute to forming a mental image for the Saudi public about the most prominent local and global issues.
2. The concepts of the new policies and plans for Saudi Arabia Television are consistent with the pace of development in the field of the modern digital revolution in line with the Kingdom's Vision 2030, which is considered one of the most prominent effects and repercussions of the use of modern technologies.

**Recommendations of the Study:**

1. To highlight the scarcity of specialized courses in the field of media message production and direction, by providing training programs to qualify and train members of television work to use the latest television broadcasting technologies.
2. To reconsider the employment structure in the media sector due to its clear deficiency, especially in the television and radio field, by providing practical job opportunities for male and female graduates of media colleges in Saudi universities.

## المقدمة

في ظل التغييرات السريعة في مجال الإعلام، وما يشهده العالم في السنوات الأخيرة من تطوير للمنظومة الإعلامية المرئية، وذلك عن طريق الاهتمام بالتقارب بين التلفزيون والتقنية التي تمثل الأداة الجوهرية في ازدهار الممارسة الإعلامية بما أحدثته بها من تحولات كبيرة بمختلف أشكالها وأنواعها، ولا سيما في إنتاج الرسالة التلفزيونية التي تعد شكلاً يتركز على المضمون بصفته ركيزة أساسية، إلا أنه لا يمكن إغفال وجود وحدة مترابطة بين الشكل والمضمون تحول بذلك الاتصال إلى فن يجب علينا الاهتمام به.

فالإنتاج يعدُّ حجر الأساس لأي مشروع تلفزيوني فهو يعنى بإعادة تشكيل وترتيب مجموعة من اللقطات التي صُوِّرت من قبل والمفاضلة فيما بينها باختيار المشاهد المناسبة والاستغناء عن غير المهم منها التي لا تشكل تأثيراً لدى المتلقي، وذلك لا يتحقق إلا عن طريق المونتاج الذي يقوم بدوره بخلق التشويق



والإثارة في المشاهد من خلال طريقة وأسلوب تقديمه لبعض اللقطات وتأخير البعض الآخر منها؛ حيث يتحكم المونتير في اختيار وتنظيم أحجام اللقطات داخل المشهد، وفهم مدى تأثيرها تبعاً لنحوها الدرامي.

ويعد إنتاج البرامج التلفزيونية عملية إبداعية تهدف إلى تحويل الأفكار من فكرة إلى مجموعة من الصور والأصوات، ووضعها في قالب فني شائق تُكوّن في مجموعها مادة تتمثل في صنع برنامج تلفزيوني كامل بهدف توصيله إلى جمهور المشاهدين والتأثير فيهم، فالإعداد والتخطيط هما العمودان الفقريان في إنتاج أي برنامج تلفزيوني باختلاف توجهاته ومضمونه والبحث في الأساليب العلمية لإخراج رسالة إعلامية ذات تأثير واسع.

ولكون الإنتاج نقطة رئيسة في ظهور البرامج التي يبثها التلفزيون إلى المشاهدين بصوره تجعله يقبل على مضمون البرنامج الذي يشاهده نجد أن الإعلام التلفزيوني يسعى إلى التناقص مع هذه المعطيات؛ حيث أصبح قطاع التلفزيون سوقاً مفتوحة على كل سبل التطوير. كالتطور الذي تشهده التقنيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال، وبروز التلفزيون كوسيلة إعلامية واسعة الانتشار بالمجتمعات. فما تقوم به تقنية المونتاج بالاعتماد على الأساليب الحديثة المتطورة يؤدي دوراً مهماً في عمل القنوات وإبراز شكل ومضمون الرسالة للمشاهد وتوظيف العناصر الفنية المتاحة من نصوص وسيناريو ومؤثرات بصرية إلى جانب العناصر الأخرى من كاميرا وإضاءة وغيرها لإخراج الرسالة الإعلامية.

فمع ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة التي يشهدها العالم اليوم، نجد أنها قد أثرت في الرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً، وعملت على إزالة الحواجز بين الدول وصار العالم قرية صغيرة تلاشت فيها الحدود القومية، وتلاشت ثقافات وتشكلت آراء بفضل البث الفضائي وشبكة الإنترنت وغيرهما من الوسائل الحديثة التي أدت بدورها إلى ظهور تغيرات في العملية الإنتاجية لمضمون الرسائل المقدمة عن طريقها، وتطلب ذلك توظيف التقنيات في عدة مستويات: كعملية البث، وإعداد البرامج؛ من أجل تحسين النواحي الفنية والإخراجية للرسالة الإعلامية المقدمة، وزيادة متابعتها من قِبَل الجمهور.

ويتمحور دور المُخرج التلفزيوني في إدارة العمل الفني كاملاً، فهو يعد المسؤول عن العمل التلفزيوني مسؤولية كاملة بكل تفاصيله من بدايته إلى نهايته. وقد جاءت هذه الدراسة لبيان ومعرفة السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية التي تقدم عن طريق التلفزيون السعودي، والعمل على اجتذاب الجماهير عن طريق تسخير جميع الوسائل والإمكانات الفنية المسموعة والمرئية في إنتاج البرامج الهادفة من خلال الكوادر الإعلامية المدربة والمقتدرة من إعلاميين ومنتجين ومخرجين ومصورين وفنيين فهم الأساس في نجاح العمل الإعلامي داخل المؤسسة.

## مشكلة الدراسة :

قد أحدثت التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام انعكاسات على حقل الإعلام التلفزيوني، ولاسيما في مجال إنتاج مضامين الرسائل الإعلامية التي نجد أنها قد أثرت فيها شكلاً ومضموناً. وأسهم ذلك في ظهور تغيرات في العملية الإنتاجية لمضمون الرسائل المقدمة في قنوات التلفزيون، وذلك عن طريق توظيف التقنيات الحديثة، من أجل تحسين النواحي الفنية والإخراجية للرسالة الإعلامية المقدمة وزيادة متابعتها من الجمهور. فعملية الإنتاج التلفزيوني تهدف إلى تحويل الأفكار من فكرة إلى مجموعة من الصور والأصوات، ووضعها في قالب فني شائق تكون في مجموعها مادة تتمثل في صنع برنامج تلفزيوني كامل، في حين أن المخرج التلفزيوني هو القائد في عملية صناعة العمل التلفزيوني والمسؤول عن تكامل العناصر الفنية للعمل الفني التلفزيوني. فرغم اختلاف الأدوار التي يقوم بها المخرج إلا أن مهمته دائماً هي القيادة وتلك القاعدة تُطبق على كل أنماط الإنتاج، فهو المشرف على جميع الجوانب الفنية المتعلقة بالعمل التلفزيوني. ولكون الإنتاج محوراً رئيساً في ظهور البرامج التي تبث عبر التلفزيون إلى المشاهدين بصورة تجعل المشاهد يقبل على مضمون البرنامج الذي يشاهده أو قد يتحول إلى مادة أخرى. وبناء على ذلك جاء اختيار هذا الموضوع لدراسة أبرز السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية بالبحث في الأساليب العلمية الحديثة لإخراج رسالة إعلامية قادرة على إقناع المشاهد والتأثير فيه بأسلوب جذاب وشائق، وذلك بالنظر إلى ما يقدم عن طريق الإنتاج التلفزيوني بالوقوف على الأداء البرامجي من حيث الشكل والمضمون لقنوات التلفزيون السعودي. والنظر إلى العناصر البيوغرافية المستخدمة في البرامج التي تبث عبر التلفزيون السعودي، والتركيـز على أبرز الخصائص الديموغرافية الواجب توافرها في العاملين في قطاع التلفزيون من منتجين ومخرجين بتسليط الضوء على المشكلات التي تعوق تطوير وتحسين الرسالة الإعلامية، وفي ضوء ذلك يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

ما السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني؟ وما مدى انعكاسها على مضمون الرسالة الإعلامية؟

## أهمية الدراسة :

تتركز أهمية الدراسة في الأهمية النظرية والتطبيقية، وذلك على النحو الآتي:

### الأهمية النظرية

1. الحاجة الماسة في مجال التلفزيون إلى دراسات من هذا النوع المختص في الجوانب الفنية المتعلقة بإنتاج وإخراج الرسالة الإعلامية.

٢. إضافة علمية للمكتبة الإعلامية في مجال التلفزيون تفتح المجال لعدة دراسات مستقبلية مختصة في هذا الجانب.

٣. أهمية التلفزيون كونه وسيلة اتصال جماهيرية في مجال الإعلام.

### الأهمية التطبيقية :

١. إبراز السمات الفنية المتعلقة بالمونتاج والإخراج، ومدى قدرتها على جذب المشاهد وزيادة المتابعين للقنوات السعودية المحلية.

٢. استقطاب وزيادة نسبة المشاهدة للتلفزيون السعودي نظرًا لما يقدمه من إبراز لشكل ومضمون الرسالة عن طريق توظيف العناصر الفنية المتاحة لإخراج رسالة إعلامية جيدة ومؤثرة.

٣. تسليط الضوء على تقنيات الإنتاج والإخراج بالأساليب الحديثة المتطورة للإسهام في تحسين مضمون الرسالة الإعلامية بالتطبيق على العاملين بالتلفزيون السعودي كونه مؤسسة حكومية.

٤. تطوير وتحسين شكل الرسالة الإعلامية المقدمة من خلال قنوات التلفزيون السعودي.

### أهداف الدراسة :

١. تحديد الخصائص الديموغرافية والمهنية والتعلمية الواجب توافرها في العاملين في القطاع التلفزيوني: التعليم، العمر، الخبرة، وغيرها.

٢. الاطلاع على أحدث التقنيات والمؤثرات والتطبيقات المستخدمة في تقديم النشرات الإخبارية بالتلفزيون السعودي.

٣. التعرف على الإنتاج والتخطيط البرامجي للتلفزيون السعودي.

٤. كيفية تأثير المشهد التلفزيوني في الجمهور المشاهد للرسالة الإعلامية المقدمة.

٥. معرفة الآثار وأبرز الانعكاسات نتيجة استخدام أحدث التقنيات في إخراج وإنتاج الرسالة الإعلامية.

٦. تقييم العاملين في التلفزيون السعودي للأداء البرامجي المقدم، ومدى رضاهم عنه.

٧. تحديد معايير الجودة المتبعة في الإنتاج التلفزيوني.

٨. التعرف على أبرز المعوقات والمشكلات التي تعوق عملية إخراج ومونتاج الرسالة الإعلامية.

٩. تقديم الحلول والمعالجات لإنتاج برامج ونشرات تقنية متطورة بالتلفزيون السعودي.

١٠. تقديم التوصيات والمقترحات التي تسهم في تحسين جودة الأداء للعاملين في قطاع التلفزيون من مخرجين ومنتجين للرسالة الإعلامية.

## تساؤلات الدراسة :

١. ما أبرز الخصائص الديموغرافية والمهنية والتعليمية الواجب توافرها في العاملين في القطاع التلفزيوني: التعليم، العمر، الخبرة، وغيرها؟
٢. ما أحدث التقنيات والمؤثرات والتطبيقات المستخدمة في تقديم النشرات الإخبارية بالتلفزيون السعودي؟
٣. ما الإنتاج التلفزيوني؟ وما الأثر الذي يحدثه في شكل ومضمون الرسالة الإعلامية المقدمة في التلفزيون السعودي؟
٤. ما أبرز الانعكاسات والآثار نتيجة استخدام أحدث التقنيات في مجال إخراج وإنتاج الرسالة الإعلامية؟
٥. ما معايير الجودة والابتكار المتبعة في إنتاج وإخراج الرسالة الإعلامية؟
٦. ما طبيعة العناصر الفنية والبيوغرافية المستخدمة في البرامج؟ وما مدى فاعليتها في جذب المشاهد؟
٧. ما اتجاهات العاملين في التلفزيون السعودي نحو الأداء البرامجي؟
٨. ما مدى تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في محطتي تلفزيون أبها وجازان؟
٩. ما أبرز المشكلات التي تعوق عملية إخراج ومونتاج الرسالة الإعلامية؟
١٠. ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين جودة أداء العاملين في قطاع التلفزيون من مخرجين ومنتجين للرسالة الإعلامية؟

## الفصل الأول : مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

### الإخراج التلفزيوني لغة واصطلاحاً :

الإخراج من أخرج، وإخراج الشيء هو إظهاره للوجود، والاستخراج هو كالأستنباط، فمعنى الإخراج التلفزيوني: هو استنباط وإظهار أشكال وعناصر تلفزيونية مجتمعة إلى حيز الوجود؛ حيث تُنسَق وتُصنّف مع الربط بين عناصر أجزائها المختلفة. (حجاب، ١٩٩٨).

فالإخراج التلفزيوني: عملية صياغة وصناعة فنية معينة لتنفيذ العمل التلفزيوني وإخراجه إلى حيز الوجود، ومن ثمّ فإنها عملية تقنية Technique تشتمل على الجانب الفني الجمالي في علاقة الإنسان بعالمه الطبيعي والاجتماعي؛ ولهذا فإن شكل الصراع في التلفزيون مواكب لذلك التطور. فالتطور حركة صاعدة، والصراع أساس هذه الحركة، ولأن التطور نتاج أحداث متناقضة متصارعة، أوضحت البنية الدرامية عند المخرج أنها تمثل أفكارًا متناقضة أوجدت الصراع الدرامي. (أنور سمر، ٢٠٠١).

**إجرائياً:** ترى الباحثة أن للصورة دوراً مهماً في إبراز المشهد في الشكل والبنية والنوع، فهي التي تعطي الأثر لمفهوم الرسالة الإعلامية المقدمة للمتلقى، وعن طريق رؤية المخرج الإبداعية يصبح العمل المقدم عملاً إخراجياً مبدعاً يقوم على أساس الصورة في المشهد وإبرازها بالوجه الأمثل.

## المخرج:

**لغة:** هو المدير؛ لأن المخرج هو الذي يتحمل مسؤولية إدارة العمل، وتنظيم أفراد من فنيين وتقنيين، إن للمخرج كلمة مهمة تبدأ مع نهاية دور الكاتب، وينتهي دور المخرج بتصوير آخر مشهد. (نجم الدين، ٢٠١٧).

**اصطلاحاً:** هو المحرك الأول والأخير لأي مسلسل أو أي عمل فني آخر، ومن هنا فإن السؤال الذي يطرح نفسه: هل جميع أساليب الفن متساوية بدرجة ما من حيث المعالجة الفنية؟ لماذا نجد أعمال بعض الفنانين قد عولجت فنياً بكيفية ناجحة أكثر من أعمال فنانين آخرين؟ عن هذين التساؤلين نجد إجابة في حديث لـ «هنري ليمير» يقول فيه: «هنالك بعض الأساليب الفنية قريبة في تكوينها ضمن بنية العمل الفني ولا تحتاج إلا إلى بث الحركة فيها من واقع الفيلم لتنشأ صورة مثيرة للاهتمام على الشاشة». (غاتز، ٢٠٠٥)

## الإنتاج (Production) :

**لغة:** صناعة الشيء من شيء آخر، ويتركز على استعمال الوسائل والأدوات والآلات اللازمة لتحقيق الهدف الرئيس. (نجم الدين، ٢٠١٧)

**اصطلاحاً:** هو عملية تنظيم العمل في الفيلم أو البرامج، وتنسيق العمل بين العناصر الفنية الممكنة للمشاركة في التنفيذ من حجز المعدات وإقامة المناظر، واختيار الموقع والحصول على التصاريح ومراقبة عمليات التحضير للتصوير، وتحقيق مطالب المخرج سواء داخل الاستديو أو خارجه، وتذليل كل المعوقات والصعوبات في حدود الميزانية المقررة. (شليبي، ١٩٩٤، ص٧٧)

## المنتج (المونتير Editor) إجرائياً :

هو المسؤول عن بناء الشكل النهائي للمادة التلفزيونية في التلفزيون السعودي، ويتوقف ذلك على مدى توافر اللقطات الكافية والاحتياطية التي قام المخرج بتصويرها؛ حيث يقوم بالتعامل مع المادة المصورة بإشراف المخرج لوضعها في صورتها النهائية من حيث إضافة الموسيقى والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية وترتيب اللقطات وضبط إيقاع المادة المصورة. فالمونتير هو المسؤول عن بناء الشكل النهائي للعمل الفني التلفزيوني، ويتوقف ذلك على مدى توافر اللقطات الكافية، واللقطات الاحتياطية التي قام المخرج بتصويرها.

## التلفزيون (Television) :

**لغة :** كلمة تلفزيون لغوياً تعني الصورة القادمة من بعيد، أي: مشاهدة الصورة المنقولة لاسلكياً، والتلفزيون هو اليوم من أكثر أجهزة الاتصال الجماهيري تأثيراً، فهو يخاطب العين والأذن معاً بالصوت والصورة، فالإنسان يحصل على ٩٠٪ من معلوماته عن طريق العين، و٨٪ عن طريق السمع، و٢٪ عن طريق الحواس الأخرى. (الشيخ زيادة، ٢٠١٣)

**اصطلاحاً :** التلفزيون هو وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد؛ لذا فقد جمع التلفزيون بين خصائص الإذاعة المسموعة، وخواص الوسائل المرئية، وكلمة Television مكونة من شقين Tele ومعناها من مكان بعيد، والثاني Vision وتعني: الرؤية، أي: نقل الصورة والمرئيات من بعيد. (شليبي، ١٩٨٩، ص٧)

**إجرائياً :** المقصود بالتلفزيون في هذه الدراسة هو هيئة التلفزيون السعودي بمحطتي جازان وأبها.

## الرسالة الإعلامية :

**لغة :** في المعجم الوجيز عرفت الرسالة بأنها ما يرسل أو الخطاب المرسل إلى فرد أو جماعة. (الوجيز، ١٩٨٩)

**اصطلاحاً :** الرسالة الإعلامية تعني وضع الأفكار في رسائل وأشكال مناسبة للموقف «كود»، ويذكر دينيس ماكويل «أن الكود أو الرسالة تشتمل على الإشارات والعلامات اللغوية، والحديث والكتابة والعلامات المرئية، مثل: إشارات المرور أو صور وعلامات الطرق، ويطبق هذا الفعل على رسائل الحملات الإعلامية التي يجب أن تتميز بالشمول والاتساع والتنوع؛ حيث تخاطب الجماهير المستهدفة؛ إذ هي المضمون المعد إعداداً جيداً من حيث المنطلق الاتصالي والحجج الإعلامية والشواهد التي تهدف إلى

إقناع الجمهور المستهدف بقضايا الحملة والأفكار القائمة بالاتصال وتقديم الأدلة والبراهين التي تقنع الجمهور، وتثير اهتمامه وتدفعه للبحث عن المعلومات والحوار، والنقاش مع الآخرين، وعلى أية حال لا تكفي رسالة واحدة للقيام بكل متطلبات الحملة، فأى حملة جيدة يجب أن تحتوي على عديد من الرسائل المختلفة المضمون مع ثبات الأساسيات والعناصر الرئيسية المشتركة التي تقوم عليها الحملة، وهي الهدف الرئيس للحملة، ضمن رسائل الاتصال المختلفة؛ حيث تعطي فعالية أقوى. إن معني الرسالة يكمن في التغير الذي تحدثه على الفكر؛ حيث يمكن القول: إن الهدف من إعداد الرسالة الإعلامية هو التأثير، والطريقة التي يكون بمقتضاها الملتقي صورة عن العالم المحيط به وضع الرسالة الإعلامية يحتاج المخطط الإعلامي إلى تحديد عديد من الجوانب عند إعداد الرسالة، ومن أهمها: تحديد الأفكار الرئيسية التي تتضمنها الرسالة وتحديد الأسلوب الإغرائي المناسب. تحديد الشعار الرئيس، والرسالة بصفتها عنصراً رئيساً تعد من أهم الموضوعات؛ لحملة الأفكار والرؤى المراد توصيلها إلى الجمهور؛ لذا من الضروري تحديد أسلوب عرض وتقديم الاستمالات التي تستخدم، فحتى يقدم القائم بالاتصال رسالة إقناعية لا بد أن تكون نتاجاً لعديد من القرارات، سواء في شكلها ومضمونها، وأهم هذه القرارات: تحديد الأدلة التي ستستخدمها وستستعبدتها، تحديد الحجج التي سوف يستخدمها ومدى قوتها، الرموز التي تشكل الرسالة التي يجب أن تخضع لقواعد كاملة ونفسية دقيقة لتصبح أكثر فاعلية، ومن ثمّ تعمل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف على تحقيق غايات الهدف الرئيس في العمل الإعلامي إلا أن الرسالة وفي أثناء انتقالها قد تتعرض إلى تحريفات، وهو ما يسمى بالتشويش، ويمكن التغلب عليه بتكرار عرض الرسالة ووضوح المعنى وسهولة العبارات. (عبد المنعم، ٢٠٠٧، ص ٨٨)

**إجرائياً:** هي المعلومات والأخبار والآراء التي تسيّر في اتجاه واحد من الوسيلة الإعلامية إلى المتلقي؛ حيث تكون النتيجة النهائية والمخطط لها مسبقاً أن تعلم الجماهير جميع الحقائق من كل جوانبها. والمراد بها هنا: الرسالة التي يقدمها التلفزيون السعودي عن طريق ما يبثه من البرامج والأخبار التي يقدمها.

## الأستديو Studio :

**لغة:** جمعها أستوديوهات، وهي غرفة كبيرة تعني مكان التصوير وصناعة الأفلام، أو مكان إخراج البرامج المذاعة والمتلفزة، أو مكان إخراج الأفلام السينمائية. (الوسيط، ٢٠٠٤)

**اصطلاحاً:** هو المكان الذي يكون فيه تصوير أغلب الأعمال التلفزيونية إضافة إلى التصوير الخارجي بالكاميرا المحمولة، أو باستخدام وحدة تلفزيونية متنقلة وينقسم الأستديو التلفزيوني إلى مسرح الأستديو أو البلاطو وغرفة المراقبة، أو التحكم، وهو المكان المخصص لإنتاج البرامج التلفزيونية

المختلفة، وبثها إلى جمهور المشاهدين، ويُصمم بمواصفات معينة؛ حيث يكون محكم العزل الصوتي، ويشتمل على كل الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لإنتاج البرامج التلفزيونية. (إبراهيم عوض، ٢٠١٩)

## الربورتاج التلفزيوني TV. Reportage :

**لغة :** كلمة ربورتاج مشتقة من الفعل الإنجليزي Reporte الذي اشتق منها اسم Repoter، أي: المخبر الصحفي وتعني: نقل الشيء من مكان إلى آخر، أو بالأحرى إرجاع الشيء إلى مكانه أو أصله. (لعياضي، ١٩٩٩)

**اصطلاحًا :** عرفه هيزون بأنه الحياة المباشرة بما تشمله من تطورات وعمليات للواقع كما هو؛ حيث تقوم الكاميرا بنقل صور الحاضر للمشاهد وتكوّن وتخلق قوة تأثير ناتجة عن المشاركة، وهذا التأثير لا تستطيع أي وسيلة إعلامية تكوينه غير وسيلة التلفزيون؛ لذا يُصنف الربورتاج كنوع تلفزيوني. (رتيكسي، ١٩٩٠)

## مساعد المخرج Assistant director :

**لغة :** المراقب لغرفة التصوير.

**اصطلاحًا :** هو الشخص المسؤول عن معاونة المخرج داخل غرفة المراقبة، فهو ضابط الاتصال بين الإخراج والإنتاج والمسؤول الفعلي عن كل ما يحدث، وفوق كل هذا فهو يساعد المخرج على أعمال التحضير والإخراج، فهو كما يقال اليد اليمنى للمخرج، أو الرجل الثاني. ويقوم بالإشراف على جهاز اختيار اللقطات والتقطيع التي تعد أحد أهم عناصر الإخراج من الناحية الفنية. (نجم الدين، ٢٠١٧)

## المصور Camera Operator :

**لغة :** اسم فاعل من صَوَّر، وهو الذي حرفته التصوير. (الوسيط، ٢٠٠٤)

**اصطلاحًا :** هو الشخص الذي يقوم بالتقاط الصور، وهو يستخدم التصوير الفوتوغرافي لكسب المال أو كما يفعل المصورون الهواة؛ حيث يلتقطون الصور الفوتوغرافية للمتعة، وتسجيل الحدث، والعاطفة، والمكان، أو أي شخص. (ويكيبيديا، ٢٠٢١)

**إجرائيًا :** هو من يقوم بعملية التصوير باستخدام الكاميرا، والمتحكم في ضبط بؤرة العدسة واللقطات وأحجامها، ويعمل على ترجمة العمل الموكول إليه إلى واقع وحقيقة تشاهد. وهو كذلك المسؤول أمام المخرج ومدير التصوير عن التصوير بالكاميرا، وضبط بؤرة العدسة، وأي أمر يتعلق بما هو موجود



داخل الكادر الذي تراه الكاميرا في أثناء التصوير. وكذلك ترجمة ما جاء في السيناريو من أحداث، وما أضافه المخرج من ملاحظات خاصة، وبأحجام اللقطات وزوايا التصوير، وحركات الكاميرات إلى حقيقة واقعة في شكل صور متحركة في تتابعها عن مضمون التمثيلية، فهو عين المخرج التي ترى الأحداث فنيًا، ومن زاوية تعبيرية حسب توجيهات المخرج.

## البرامج التلفزيونية لغة واصطلاحًا :

البرنامج هو فكره تُعالج تلفزيونيًا، وذلك باستخدام وسيلة التلفزيون؛ نظرًا لتوافر كل الإمكانيات الموجودة في الوسائل الأخرى في جهاز التلفزيون، وتعتمد على الصورة المرئية سواء أكانت مسجلة على أفلام أم أشرطة بتكوين وتشكيل قالب واضح يقوم على معالجة جميع الجوانب في مدة زمنية محددة (حجاب، ١٩٩٨)، والمقصود من البرامج التلفزيونية في هذه الدراسة هي البرامج المقدمة في التلفزيون السعودي في كل من محطتي تلفزيون أبها وجازان.

## فني المونتاج Technical Editor :

**لغة :** الفني تعني: الحاذق في مهنته وحرفته، وهو المستشار الفني والمونتاج هو اختيار وترتيب مشاهد شريط سينمائي. (الوجيز، ١٩٨٩)

**اصطلاحًا :** وهو الشخص المسؤول عن عمل المونتاج، ويكون عادة خاضعًا لأوامر المخرج؛ حيث إن المخرج يجلس بجانبه، ويطلب منه تكوين الأحداث وضبطها، بينما يقوم فني المونتاج بتشغيل الأجهزة وضبط المفاتيح، وتلبية طلبات المخرج.

## معد البرامج Preparation Programmer :

**لغة :** هو المعالج الفني لنص من النصوص من أجل تقديرهما بطريقة تتلاءم مع طبيعة التلفزيون كونه سيلاً إعلامية.

**اصطلاحًا :** هو العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون كالتقديم والتصوير والديكور، والإخراج والمونتاج، وأساس عملها، كما أن هذه العناصر تحول ما كتب في الورق إلى واقع مرئي. (عطا الله ويكيديا، ٢٠٢١).

**إجرائيًا :** هو الذي يقوم بعملية إعداد وتجهيز وتحضير البرامج باختلاف توجهاتها، ويقع على عاتقه مسؤولية كل ما يعرض عبر شاشة التلفاز.

## فني الصيانة Maintenance Technician :

**لغة :** الحاذق في مهنته وحرفته، وهو المستشار الفني، والصيانة تعني الحماية والحفظ والوقاية. (الوجيز، ١٩٨٩)

**اصطلاحًا :** هو الشخص المسؤول عن إصلاح أي عطل يحدث في الأجهزة، ويكون مكانه ورشة خاصة داخل مبنى التلفزيون، وتحت إشراف المهندس الخاص بالصيانة وتوجيه منه؛ حيث يقوم بإصلاح الأعطال المفاجئة التي تحدث في أجهزة الكاميرات أو الفيديو أو المونتير، وغيرها. (إبراهيم عوض، ٢٠١٩)

## فني الإضاءة Lighting technician Gaffer :

**لغة :** الحاذق في مهنته وحرفته، وهو المستشار الفني، والإضاءة تعني الإنارة. (الوسيط، ٢٠٠٤)

**اصطلاحًا :** هو الشخص المسؤول أمام مدير التصوير عن توزيع الإضاءة داخل الاستديو، وضبط مستواها في أثناء التصوير حسب العمل المراد تصويره، ويكون صاحب خبرة عالية في فن توزيع الإضاءة على المذيع أو الشخصيات المراد تصويرها، وإعطاء الشخصية أحسن صورة عن طريق الإضاءة الساقطة عليها. (نجم الدين، ٢٠١٧)

## آلة التصوير التلفزيوني - كاميرا الفيديو :

**لغة :** هي آلة إلكترونية تستخدم لالتقاط المشاهد وتخزينها على هيئة صور متحركة مبدئيًا، هذا وقد تم تطوير عمل كاميرات الفيديو للاستخدام التلفزيوني (الصناعة التلفزيونية). (ويكيبيديا، ٢٠٢١)

**اصطلاحًا :** تعد الكاميرا من أهم عناصر الإنتاج التلفزيوني باختلاف أشكالها وأحجامها، فالبعض منها يمتاز بسهولة حملة واستخدامه، وتشغيله من قبل شخص واحد، والبعض آخر على العكس تمامًا تحتاج إلى استناد لحملها فهي ثقيلة، ومن ثم لا يستطيع شخص واحد حملها، وإنما أكثر من شخص. (هربرت، ٢٠٠٤)

**إجرائيًا :** جسم معدني يحتوي على لوح حساس للضوء داخل صمام الكاميرا؛ حيث تقوم العدسة الموجودة في مقدمة الكاميرا بإرسال صورة معكوسة للأجسام المصورة، ومن ثم يقوم الشعاع الإلكتروني الموجود داخل صمام الكاميرا بتحويل المشهد الضوئي إلى ذبذبات كهربائية عن طريق مسح الصورة بهذا الشعاع الراسم (يرسم ٦٢٥ خطًا للصورة، ويتكرر ٢٥ مرة بالثانية)، وعن طريق هذه العملية تتكون الذبذبات التي تمثل الصورة الضوئية، وبذلك تقوم الكاميرا بتحويل الصورة الضوئية إلى صورة كهربية، تمامًا مثل ما يقوم الميكروفون بتحويل الذبذبات الصوتية إلى ذبذبات كهربية.

## الفصل الثاني: المراجعات الأدبية للدراسة

### المبحث الأول: النظرية المستخدمة في الدراسة: نظرية الحتمية التكنولوجية

#### نظرية مارشال ماكلوهان (الحتمية التكنولوجية Technological Determinism)

تستمد نظرية ماكلوهان فكرها من التراث الفكري الثقافي الديني للبيئة الإسلامية العربية، وتعد نظرية الحتمية التكنولوجية هي المنطلق لكل العاملين في علم الاتصال والإعلام للشرق والغرب؛ حيث إن أفكار ماكلوهان ما زالت تتداول على أوسع نطاق في الحقول الأكاديمية، وهذه الدراسة تركز على تأثير تقنيات الإنتاج التلفزيوني على الرسالة الإعلامية المقدمة، وهو ما تركز عليه نظرية الحتمية التكنولوجية في موضوع التكنولوجيا، وتبحث خصوصاً في كيفية تمرير وتسويق رسائل ومفاهيم إيديولوجية عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، وتركز على تناول عملية تفاعل وتواصل الجماهير من منطلقات نظرية الحتمية التكنولوجية التي ترى أن كل تحول في التنظيم الاجتماعي مرتبط بصورة رئيسة بأحدث الإمكانيات التقنية، وأكثرها تطوراً لوسيلة الاتصال كعادل موضوعي للرسالة المتضمنة في الوسيلة نفسها.

وتأتي هذه الدراسة إسهاماً نظرياً من الباحثة لتقديم مقارنة معرفية علمية متواضعة لتأثير استخدام التقنيات والأساليب الحديثة في مجال الإنتاج والإخراج على مضمون الرسالة الإعلامية المقدمة عبر التلفزيون، وتدعو إلى تكاثف جهود الباحثين في كل من مجال الاتصال الجماهيري، والاتصال التفاعلي للاجتهاد بهدف التوصل إلى نموذج واقعي علمي يؤسس لمنظومة قيمية أخلاقية عالمية تحترم الإنسان؛ كونه العنصر الأساس في التطوير للبنية التلفزيونية، ويكمن ذلك في قدرة الكادر الإعلامي على إنتاج رسالة إعلامية بالاستعانة بالأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة عن طريق تسليط الضوء عامة على العلاقة بين المجتمع ووسائل الاتصال الجماهيرية، والمشاهدين الذين يتابعون مضمون البرامج المقدمة عبر القنوات. (قرناني، ٢٠١٤).

والتوجه الحالي في مجال تطوير الوسائل الاتصالية يقوم على بناء عدة صور للوضع الاتصالي، ويتكون من الآتي: (حمدي، ٢٠١٤).

١. تكريس اللامركزية في الإرسال والاستقبال: ويتشكل هذا التصور عن طريق ظهور خدمات اتصال جديدة تبث رسائل مختصة تلبي جميع الميول والنزاعات الفريدة المختلفة، وعلى سبيل المثال: تلقي بث الإذاعة التفاعلية المرئية عبر الكابلات، وكاسيت الفيديو، والفيديو ديسك. (الموسوي، ٢٠٠٢)

٢. تكريس الهيمنة والاندماج في وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية: ويقوم على توجه وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية للتركيز في ملكيات مشتركة ومتعددة الجنسيات والكيانات الضخمة، وتوجد مجموعة من المسببات لتزايد التوجه للهيمنة منها: الوقاية من مخاطر المستقبل واستقطاب، الخبرات للتطوير، وقوانين الضرائب، والقضاء على الشركات المنافسة. (حمدي، ٢٠١٤).

٣. التوافق بين التقنيات القديمة والحديثة: يعتمد هذا التصور على تقديم التقنيات الجديدة التي تسهم في تعويض النواقص الموجودة في التقنيات القديمة، وتلبي رغبات الفرد، وتتمي إحساس التفاعل والمشاركة لديه، وذلك من أجل تبادل المعلومات والخبرات؛ كي تسد جوانب النقص الحاصل في التقنيات القديمة، هذا ويلبي التوافق والحاجات الفردية، ويعمل على تفعيل حس المشاركة لتبادل الخبرات. (حمدي، ٢٠١٤).

وتتسم أفكار ماكلوهان بالعمق الواضح؛ نظراً لأهمية الدور الذي تقوم به التكنولوجيا في تلك الوسائل الإعلامية؛ حيث يسعى ماكلوهان إلى تكوين وبلورة فكرة عن العلاقة بين التغييرات الاجتماعية والعمليات الاتصالية الحديثة في المجتمع، والتطور التكنولوجي الذي طرأ على وسائل الإعلام لا يركز على استهداف التقنية، وإنما تركيزه ينصب على سلوك الإنسان ودفاعيته لاستخدام هذه التقنية، وكيفية تعامله معها من أجل تحقيق أهدافه. ومن منطلق الاستناد إلى أن التكنولوجيا تعدُّ هي المتغير الرئيس والأول في نظرية مارشال في توضيح وتفسير التطورات المجتمعية، وتنقسم عصور البشرية إلى أقسام ثلاثة، وهي: العصر القبلي، وعصر جوتنبرج، والعصر الكهربائي، وتسمى نظرية الحتمية التكنولوجية بالجيل الرقمي؛ حيث يحتم على الإنسان ضرورة جمع المعلومات من وسائل الإعلام، وذلك لمساعدته على إمكانية تشكيل التكنولوجيا للبيئة المحيطة بالإنسان من أجل الإسهام في السيطرة، والتغلب على قدرات النظرية الحتمية. (ميليوخين، ١٩٩٧).

## التلفزيون والتكنولوجيا

في القديم ومنذ ما يقرب من ١٠٠ عام كان هناك بطء في صناعة الأفلام، ولكن مع مطلع التسعينات حصلت هناك تغييرات جذرية على عديد من أدوار السينما والإنتاج والتصوير، إضافة إلى المؤثرات، ويعود السبب في هذه التغييرات إلى دخول التكنولوجيا في صناعة الأفلام، وقد فتحت التكنولوجيا الرقمية المجال الواسع لظهور الوسائل الحديثة في صناعة الأفلام بصفة أكثر فاعلية من الإصدار القديم، بهدف صناعة أفلام إبداعية مبتكرة تقوم على استخدام المؤثرات والأساليب الحديثة. (الدين، ص٢٠١٧، ١٠٩).

## الأمر الواجب معرفتها في التعامل مع التكنولوجيا الرقمية الحديثة في مجال إنتاج الأفلام:

١. هل ستقل تكلفة إنتاج الفيلم عند استخدام التكنولوجيا الرقمية في مرحلة التوزيع؟
  ٢. معرفة ما إذا كان هناك مزايا في استخدام هذه التكنولوجيا تخص الجوانب الإبداعية
  ٣. ما أبرز الأهداف التي تبرر الاستفادة من هذه التكنولوجيا؟ (نجم الدين، ص٢٠١٧، ١١١).
- في الجدول الآتي توضيح لرائدي النظريتين والمفاهيم المشتركة بينهما:

تفسيرات د. عزي عبد الرحمن	تفسيرات مارشال ماكلوهان
<b>من حيث وسائل الإعلام</b>	
المحتوى يكون ذا أثر إيجابي عندما يتصل اتصالاً وثيقاً بالقيم، ويكون سلبياً حينما لا يتقيد محتوى الوسائل بأي قيم وتتناقض معها.	تنقسم الوسائل إلى قسمين: الأول: كونها وسيلة لنشر التعليم والمعلومات والترفيه. الثاني: أن الوسائل تعدُّ جزءاً من التطور التكنولوجي.
<b>من حيث الرسالة والوسيلة</b>	
يتلخص في كون الإعلام رسالة ذات قيمة، وتتبع هذه القيمة من العقيدة الإسلامية.	تحدد طبيعة المجتمع والكيفية التي يعالج بها مشكلاته، والوسيلة امتداد للإنسان ولجهازه العصبي، والتلفزيون يمد أعيننا، والميكروفون يمد أذاننا.
<b>مصطلح الاتصال</b>	
يوجد الاتصال في عدة أشكال منها: الاتصال السمعي البصري والمكتوب والشفهي الشخصي، كما أن الاتصال المكتوب من أسس قيام الحضارات.	الاتصال الشفهي، ثم الاتصال السطري يليه الاتصال المطبوع، ثم الاتصال الإلكتروني التكنولوجي، كلها أسهمت في بناء الحضارة الإنسانية، وكلما تطورت التقنيات تطور معها المجتمع.
<b>القرية الكونية</b>	
لا وجود لهذه القرية، بل استبدالها بمفاهيم جديدة مثل: المخيال الاجتماعي والتعمقل.	هي حتمية لا بد أن تعيشها الإنسانية مع زيادة تطور تقنيات الاتصال الحديثة.

## العلاقة بين نظرية الحتمية التكنولوجية والدراسة الحاثية وأسباب اختيارها :

إن نظرية الحتمية التكنولوجية كانت ولا تزال المنطلق لجميع المشتغلين بعلوم الإعلام والاتصال في الشرق والغرب، إن أفكار ماكلوهان ما زالت تتداول على أوسع نطاق في الحقول الأكاديمية.

فهذه الدراسة تهدف إلى دراسة السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني، وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية، والبحث في الأساليب العلمية لإخراج رسالة إعلامية ذات تأثير واضح، والعمل على كيفية إقناع المشاهد عن طريق الإنتاج التلفزيوني، وذلك بالوقوف على الأداء البرامجي المقدم في قنوات التلفزيون السعودي من حيث الشكل والمضمون.

ونظرًا لأهمية التلفزيون في مجال الإعلام؛ كونه وسيلة اتصال جماهيرية، وعن طريق ما تؤديه، وتقوم به تقنية المونتاج والإخراج في الأساليب الحديثة المتطورة يؤدي دورًا مهمًا في عمل القنوات وإبراز شكل ومضمون الرسالة للمشاهد، وتوظيف العناصر الفنية المتاحة من نصوص وسيناريو ومؤثرات بصرية إلى جانب العناصر الأخرى من كاميرا وإضاءة وغيرها لإخراج رسالة إعلامية جيدة.

وهذا ما يركز عليه موضوع التكنولوجيا، ويبحث خصوصًا في كيفية تمرير وتسويق رسائل ومفاهيم إيديولوجية عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، كما تركز على تناول عملية تفاعل وتواصل الجماهير من منطلقات نظرية الحتمية التكنولوجية التي ترى أن كل تحول في التنظيم الاجتماعي مرتبط بصورة رئيسة بأحدث الإمكانيات التقنية، وأكثرها تطورًا لوسيلة الاتصال كمعادل موضوعي للرسالة المتضمنة في الوسيلة نفسها.

وتأتي هذه الدراسة إسهامًا نظريًا لتقديم مقارنة معرفية علمية متواضعة في تأثير استخدام التقنيات والأساليب الحديثة في مجال الإنتاج والإخراج على مضمون الرسالة الإعلامية المقدمة عبر التلفزيون السعودي، وتدعو إلى تكاتف جهود الباحثين في كل من: مجال الاتصال الجماهيري والاتصال التفاعلي للاجتهاد بهدف التوصل إلى نموذج واقعي علمي يؤسس لمنظومة قيمية أخلاقية عالمية تحترم الإنسان بصفته العنصر الأساس في التطوير للبيئية التلفزيونية، ويكمن ذلك في قدرة الكادر الإعلامي على إنتاج رسالة إعلامية بالاستعانة بالأساليب الحديثة، والتقنيات المتطورة عن طريق تسليط الضوء بصورة واسعة على العلاقة بين المجتمع ووسائل الاتصال الجماهيرية والمشاهدين الذين يتابعون مضمون البرامج المقدمة عبر القنوات، وهو ما تحاول الباحثة البحث عنه في هذه الدراسة.

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

### المحور الأول: السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني

في دراسة (مصطفى الطائي، ٢٠١٩) عن معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني التي طبقت في المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة العاملة بدولة الإمارات العربية المتحدة، وهدفت إلى إشاعة ثقافة الابتكار وتعميمها في الإنتاج عالي الجودة، وذلك لنشر الوعي بأهمية الجودة في الإنتاج وشروط نجاحها وبلورة معاييرها، وتتخلص الدراسة في أن عمليات إنتاج البرامج التلفزيونية ومعايير جودتها والاستراتيجيات التي تعمل بموجبها تنصدر اهتمامات الدول بمختلف مستويات تقدمها في العالم الحديث؛ كونها أضحت من المتغيرات المهمة في تماسك المجتمعات، وعناصر قوتها واستقرارها، وطُبق المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة الدراسة والظواهر المتعلقة بها.

واستُخدمت أدواته المسحية لمسح عينة من مجتمع الدراسة بهدف جمع البيانات والمعلومات التي تتيح إمكانية الاستنتاج المنطقي لمجاهيل المشكلة المبحوثة، إضافة إلى استخدام المنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ومن أبرز نتائج الدراسة التي أظهرتها: أن نسبة ٨٤٪ من الضمين والتقنيين والعاملين بوسائل الإعلام يرجحون عناصر المؤدي، والمقدم وأساليب الإخراج والمعالجات الفنية، والموضوع أنها العناصر الأساس في المشهد التلفزيوني المبتكر.

ويتبين من نتائج الدراسة أن هناك علاقة تكاملية بين المعايير الأخلاقية والجمالية في المشهد التلفزيوني المبتكر، ويتضح عند تحليل المعلومات النظرية أن مراعاة المعايير الأخلاقية في إنتاج البرامج التلفزيونية يعد مقياساً للجودة والنجاح من ناحية الحكم الجماهيري عن أهمية المشهد التلفزيوني المبتكر، وتوصي الدراسة بضرورة تبني المنتجين العرب معايير جودة علمية احترافية لقياس جمالية المشاهد التلفزيونية المبتكرة، كما توصي بالاهتمام بضرورة تكامل جمالية الشكل للمشهد التلفزيوني المبتكر مع المضمون والممارسات الأخلاقية التي تجسدها شخصيات البرنامج.

وتطرقت دراسة (عمر حسن، ٢٠١٧) إلى التعرف على مشكلات الإنتاج التلفزيوني وتأثيراتها السلبية في شكل ومضمون الرسالة الإعلامية التي يقدمها تلفزيون السودان، وأجريت هذه الدراسة في جانبها التطبيقي على عينة من العاملين بتلفزيون السودان؛ حيث هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية، خاصة في الدول النامية، ومعرفة أهم العوامل والأسباب التي تؤدي إلى إخراج الرسالة الإعلامية، وما أبرز العقبات التي تواجه تلفزيون السودان في الإنتاج البرامجي بالصورة المطلوبة، وتقديم الحلول لها، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي معتمداً على أداة الاستبيان والملاحظة والمقابلة، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها: أن تلفزيون السودان

يملك معظم أدوات ومعدات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ما يمكنه من أداء دوره بصورة مرضية وإخراج رسالة إعلامية متميزة. كما أنه لا توجد بالتلفزيون القومي سياسية برمجية واضحة ومحددة يقوم عليها الإنتاج البرمجي، ويرجع ذلك إلى عدم وجود تخطيط برمجي، وهناك عديد من الإشكالات والصعوبات التي تواجه تلفزيون السودان، وتحول دون أداء دوره بالصورة المطلوبة. ومن توصيات هذه الدراسة: يوصي الباحث بضرورة العمل على مواكبة التطورات في مجال الإنتاج البرمجي من أجل زيادة فاعلية البرامج المنتجة شكلاً ومضموناً، والتخطيط الجيد، وتوفير بيئة العمل المناسبة وتوفير التمويل اللازم، وكلها عوامل تساعد على نجاح وتطوير الإنتاج التلفزيوني.

وعن دراسة (أحمد، نهى، داليا، عمر، ٢٠١٦) حيث تناولت الأسس الفنية في إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية تطبيقاً على برامج المنوعات بقناة الشروق الفضائية، وحددت مشكلة الدراسة التي تكمن في التكرار المستمر لأوجه العرض، وعدم الإعداد الممنهج والواضح والخضوع لفكرة النمطية في البرامج. ويبقى السؤال الأساس كيف تخطط وتنتج برامج منوعات تلفزيونية جيدة؟ وهدفت الدراسة إلى معرفة أهمية عملية التخطيط السليم والإنتاج القويم ودورهما في إنجاح برامج المنوعات التلفزيونية مستحبة ما تأخذ نوعية هذه البرامج من مكانة في الخارطة البرمجية لدى قناة الشروق، واتبعت الدراسة المنهج المسحي التحليلي الذي يعتمد على استقصاء الموضوع بجميع جوانبه، بما في ذلك الاستبانة، وأخذ العينات والمقابلات الشخصية، وخلصت الدراسة إلى عديد من النتائج، أهمها: أن الإنتاج البرمجي السليم هو العمود الفقري لتحويل الفكرة إلى نص مرئي جاذب مكتمل العناصر الإنتاجية من إخراج صورة جاذبة، وكذلك كفاءة العاملين من مخرجين يجعل من برامج المنوعات برامج جاذبة للمشاهد، وأن عملية التخطيط من أهم مقومات نجاح أي عملية إدارية، وأن متابعة الخطة البرمجية التي وضعت ومتابعة تحقيق أهدافها التي وضعت من أجلها هي متابعة لنجاح برامج التلفزيون، خصوصاً برامج المنوعات، وبناءً على ما توصلت إليه الباحثة من نتائج دفعت بتوصيات مهمة من أبرزها: توصيتها بالتخطيط السليم لبرامج المنوعات والمتابعة الإدارية الدقيقة لتنفيذ الخطة الموضوعية.

كما توصلت دراسة (الزعبى فالح، ٢٠١٠) إلى التعرف على مستوى المهارات الاتصالية لدى المخرج الدرامي بأبعادها: (الأدوات، الإبداع، الموهبة، العبقرية، الدراسة، التأثير في الجمهور)، إلى جانب التعرف على الاختلاف في مستوى مهارات المخرجين الاتصالية باختلاف متغيرات العمر والجنس والمؤهل العلمي والخبرة والعمل الفني، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من العاملين في النشاط التلفزيوني والإخراجي الدرامي في مختلف المؤسسات الإعلامية والشركات ذات العلاقة بالإنتاج التلفزيوني، والمنتسبين إلى نقابة الفنانين، ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون في الفترة الواقعة بين ٢٠٠٩ و٢٠١٠، وعددهم (٥٠٠)؛ حيث وُزعت استبانات الدراسة عليهم. وقد أُجريَ حصر شامل لأفراد مجتمع الدراسة



ووزعت (٥٠٠) استبانة على العاملين في مجال العمل الفني الدرامي والإخراج التلفزيوني؛ حيث أُعيدت ٣٧٥ استمارة، أي: ما نسبته ٧٥٪ من إجمالي الاستبانات التي وزعت، وشملت ٧٣ فقرة غطت مجالات: (الأدوات، الموهبة والإبداع، العبقرية، الدراسة والتأثير في الجمهور). وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن هناك فروقاً ذات دلالة بين فئة العمر ٣٠ فأقل مقارنة بفئة العمر ٥٠ سنة فأكثر؛ حيث إن مستوى الإبداع في المهارات الاتصالية لدى المخرجين الدراميين من أفراد الفئة العمرية ٣٠ فأقل.

أما بقية الفئات فلم تظهر أي فروق، واعتماداً على مناقشة نتائج الدراسة المرتبطة في سؤال: هل القطاع الحكومي يدعم المخرج الاتصالي الدرامي المبدع، ويروج له عبر القنوات الإعلامية؟ أشارت النتائج إلى أن قيم الإحصائي (ف) لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية في الترويج للمخرج الاتصالي الدرامي عن طريق القنوات. ويوصي الباحث المخرج الاتصالي أن يقوم بتطوير نفسه دائماً حسب التطورات العلمية، وأن يركز على مضمون الرسالة عند عملة الفني، إضافة إلى إيلاء قطاع الإعلام أهمية كبرى، خاصة المؤسسات التي لها تماس مباشر مع الجمهور، وذلك بأن يتولى إدارتها مخرجون أكاديميون ومهنيون من ذوي الخبرة؛ لأنهم الأقدر على توصيل رسالة الدولة بطريقة سهلة ومشوقة، ولأنهم هم من يمهدون الطريق أمام الموظفين المبدعين باعتبار أن المخرج في أي عمل فني هو القائد المفكر المتمكن من جميع أدواته الاتصالية.

وأوضحت دراسة (محمد يوسف، ٢٠٠٩) فاعلية الرؤية الإخراجية في إنتاج البرامج التلفزيونية، وتعد هذه الدراسة دراسة في مسح أساليب الممارسة بالتطبيق على تلفزيون ولاية الخرطوم في الفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠٠٨ في محاولة لتقصي فاعلية الرؤية الإخراجية، وتأثيرها في تكوين البرنامج التلفزيوني من جوانبه المختلفة؛ حيث عمدت إلى التعريف العام لمفهوم الإنتاج ومميزات وخصائص البرامج التلفزيونية، وبحثت أيضاً في تحليل العوامل المؤثرة في إنتاج البرامج التلفزيونية والإخراجية، وفي المعوقات والسبل الكفيلة بوضع الحلول، وتأتي أهمية الدراسة من عدة جوانب أهمها: الحاجة الماسة في الوسط الإعلامي عامة، وتلفزيون ولاية الخرطوم خاصة إلى دراسات وبحوث مختصة في المجالات التقنية، خاصة في مجال فنون الإخراج التلفزيوني وإنتاج البرامج التلفزيونية، إضافة إلى أن التطوير والإبداع في إخراج وإنتاج البرامج يساعد المحطة التلفزيونية على الانتشار والقيام بدورها الإعلامي. وقد استخدم الباحث منهج المسح الميداني، إضافة إلى المنهج الوصفي، وأما في جانبها التطبيقي فقد ركزت الدراسة على جانب الإخراج التلفزيوني والبرامج المقدمة عن طريقه، وذلك بجمع المعلومات عن طريق صحيفتي استقراء وزعت لفئتين من الباحثين: (أكاديميين وإعلاميين مختصين، وعينة من مشاهدي تلفزيون ولاية الخرطوم)، ويمكن تخلص ما قدمته الدراسة في أنها محاولة علمية لبيان واقع تلفزيون الخرطوم بصفته وسيلة إعلامية مهمة يرجى منها أن تكون منبراً إعلامياً مؤثراً، مع الأخذ

بأراء عينة من المختصين في مجال الإعلام التلفزيوني، وعينة من مشاهدي هذا الجهاز فيما يقدمه من مواد وبرامج.

## المحور الثاني: مضمون الرسالة الإعلامية

اهتمت دراسة (عمر بو سعدة، ٢٠١٩) بإبراز دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك عن طريق تبيان الأساليب التقنية المستخدمة في إنتاج الصورة التلفزيونية الحاملة للمعلومة الخبرية، وتأتي هذه الدراسة في محاولة للإجابة عن التساؤل الذي بات يفرض نفسه على المشاهد الإعلامي البصري الحالي، ومفاده ما دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟ وهدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار وإبراز التغيرات التي تشهدها العملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية بفعل انعكاسات التقنيات الحديثة عليها، وأثرها في صناعة الخطاب الإعلامي التلفزيوني. ونظراً لطبيعة الدراسة النظرية، فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي للعملية الإنتاجية للأخبار التلفزيونية. ومن نتائج الدراسة: أن الأخبار التلفزيونية حظيت بتطورات هائلة في أساليب إنتاجها بفعل استخدام التقنيات الحديثة، خاصة بعد ظهور الأقمار الاصطناعية التي سمحت بال بث المباشر الفضائي للتغطيات الإخبارية. إضافة إلى أن دخول النظام الرقمي الحديث في صناعة أجهزة الكاميرا وظهور أجيال متطورة من الكاميرات الرقمية تتمتع بتقنيات متطورة كان له دور باز في تنفيذ عمليات دقيقة في إنتاج صور الأخبار التلفزيونية، وتتمثل هذه العمليات فيما يأتي: (التوزيع في زوايا التصوير، التعدد في حركات الكاميرا الرقمية، الاختيار المستهدف للقطات صور الأخبار التلفزيونية كاللقطة العامة واللقطة القريبة واللقطة المتوسطة، تغيير حجم الموضوع داخل اللقطة، التغيير في عناصر صور الأخبار التلفزيونية). وأحدثت التقنيات الحديثة مجموعة من الانعكاسات على عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية مثل اختصار المسافات والمتابعة الفورية للأحداث واستخدام أجهزة الكمبيوتر في التغطيات.

استعرضت دراسة (محمود عبد العظيم، ٢٠١٨) التطور التكنولوجي للصورة التلفزيونية ودوره الفني في الرسالة الإعلامية المقدمة، وتأتي أهمية الدراسة في ضرورة وجود دراسة باللغة العربية تجمع بين تطور أهم جوانب وأساليب التكنولوجيا الخاصة بإنتاج الصورة التلفزيونية الرقمية الحديثة عامة، والوقوف على آخر ما وصلت إليه هذه التكنولوجيا من طرق وأجهزة وكاميرات، ومدى إمكانية الاستفادة المشاهد منها، وكذا ربط الجوانب المختلفة لها بداية من عملية التصوير وحتى العرض على الشاشات التلفزيونية. وتهدف الدراسة إلى التعرف على أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة الخاصة بدرجات جودة الصورة التلفزيونية، ومدى إمكانية تطبيقها على الصعيدين: المحلي، والعالمية. وتتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي القائم على تعريف ووصف وتحليل الأنظمة التلفزيونية الرقمية

الحديثة المختلفة، والأجهزة والكاميرات المستخدمة فيها وكذلك آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا في هذا المجال. ومن نتائج الدراسة: أن زيادة درجة جودة الصورة التلفزيونية المعروضة هي أحد أهم متطلبات القائمين على تطوير الصورة الرقمية الحديثة. وأن هناك عديداً من الجوانب المختلفة الخاصة بتطوير تكنولوجيا الصورة التلفزيونية. ويوصي الباحث بضرورة التعرف على أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الصورة التلفزيونية الحديثة لمواكبة التطور الذي يحدث بها وبصفة دائمة وسريعة، ويحث أيضاً على ضرورة التعرف على الفروق بين المصطلحات الخاصة بالأنظمة التلفزيونية المختلفة لعدم الخلط بينها، ما يؤدي إلى عدم تحقيق الهدف المرجو منها.

وهدفت دراسة (مالك العزة، ٢٠١٧) إلى الكشف عن مستوى استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وأثرها في زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر العاملين والفنيين في البرامج الإخبارية في التلفزيون. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم المنهج الوصفي التحليلي وبناء مقياس لاستخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة للبرامج الإخبارية، وتم التحقق من دلالات صدقه وثباته. وتكونت عينة الدراسة من ١١٠ من العاملين والفنيين في البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني اختيروا بالطريقة القصدية الميسرة. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون؛ حيث جاء بدرجة مرتفعة على الأداة كلياً، وعلى جميع محاوره.

وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات التلفزيونية الحديثة بكامل محاوره وزيادة الإقبال على النشرات والبرامج الإخبارية. وأوصى الباحث بضرورة توفير البرامج التدريبية التي تمكن العاملين والموظفين من التدريب على استخدام أحدث التقنيات التلفزيونية، إضافة إلى الحث على تشكيل لجنة فنية مختصة لشراء وتحديث واقتناء الأجهزة الجديدة والمحدثة والعمل على ابتعاث الفنيين في مجال التصوير والصوت والإضاءة إلى الخارج لاكتساب الخبرة والمهارات وتبادل الخبرات في المجالات المرتبطة باستخدام التقنيات الحديثة.

واهتمت دراسة (آدم، مصطفى، ٢٠١١) بتناول قواعد إنتاج وإخراج نشرات الأخبار التلفزيونية التي تعد دراسة وصفية لنشرات الأخبار بتلفزيون السودان في الفترة من ١ يناير ٢٠٠٨ إلى ديسمبر ٢٠٠٩. وتهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية علمية يمكن عن طريقها تفادي السلبيات في مجال إنتاج وإخراج الأخبار التلفزيونية، والالتزام بالأسس والقواعد في هذا المجال؛ حيث تمثلت عينة الدراسة الميدانية في العاملين في إدارة الأخبار والشؤون السياسية بتلفزيون السودان؛ حيث اشتملت على فئات المحررين والمذيعين والفنيين عينة عشوائية منتظمة اختيروا بطريقة الأسبوع التجميعي الاصطناعي؛ حيث بلغ عددها ٩٢ نشرة إخبارية اشتملت على ٦٨٠ خبراً داخلياً. ومن أبرز نتائج الدراسة: استفادة تلفزيون

السودان من التقنية الحديثة في مجال الإنتاج والإخراج الاخباري، إضافة إلى اعتماد التلفزيون في حصوله على أخباره على أطقم التغطية الإخبارية وندرة التدريب الداخلي والخارجي في المجالات الفنية. أيضًا تركيزه الكبير على إبراز نشاط الدولة وقضية دارفور والوحدة الجاذبة. ومن أبرز توصيات الدراسة: أوضحت أنه لا بد من الاستعانة بالخبراء والالتزام بالأسس العلمية والمتعارف عليها عالميًا في مجال العمل الإخباري التلفزيوني، ولا بد من مواكبة المستجدات التقنية العالمية في مجال إنتاج وإخراج الأخبار؛ حيث توضع خطط استراتيجية قابلة للتنفيذ والاهتمام بالتخصص الأكاديمي والفني.

وتلخصت دراسة (العلاوين، ٢٠٠٩) إلى التعرف على علاقة تكنولوجيا الاتصالات بأداء المؤسسات الإعلامية؛ حيث قام الباحث بدراسة الفروق بين أفراد العينة في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث وأداء المؤسسات الإعلامية المتمثلة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقًا لعدد من الخصائص الديموغرافية التي منها: (النوع الاجتماعي، العمر، المهنة، الخبرة)، في حين تناولت قياس أثر تكنولوجيا الاتصال في كل من الأبعاد الآتية: (التخطيط، التنظيم، المتابعة والتقييم، اتخاذ القرارات، الإنتاجية، الموارد البشرية، كفاءة الأداء). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أبرزها وجود فروق دالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة تعزى لبعض الخصائص الديموغرافية، ووجود أثر دال إحصائيًا لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في بعض المجالات الإدارية.

وتوصلت دراسة (إبراهيم، ٢٠٠٠) إلى دراسة الإطار التطبيقي لقناة الجزيرة الإخبارية ومدى استفادتها من التطور التقني في مجال الإنتاج التلفزيوني في الفترة ما بين عامي ١٩٩٧-١٩٩٩، وتوصلت الدراسة إلى أن انتشار القنوات الفضائية قد زاد بنسبة ٦٢٪، ولم تكن هذه الزيادة وفق دراسة استراتيجية، وتوصلت أيضًا إلى أن مستقبل الفضائيات العربية سيكون في تحسين توظيف التقنية في ظل الاتصال المصاحب للبت المباشر، وأكدت الدراسة ضرورة تحديد منهج علمي ومعايير لتحليل وتقييم أداء القنوات والبرامج وفقًا للأسس العلمية والشرف المهني، وأكدت الدراسة نجاح قناة الجزيرة الإخبارية، وفرضها لأسلوب ونمط مميز، وأنها شكلت سياسات ونظم جديدة مقارنة ببقية القنوات العربية.

## التعليق على الدراسات السابقة :

١. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة مالك العزة (٢٠١٧) في أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة للتلفزيون؛ حيث جاءت متحققة بدرجة مرتفعة على صعيد الأداء وبصفة كلية، وعلى جميع المحاور. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات التلفزيونية الحديثة في جميع المحاور، وزيادة الإقبال على النشرات والبرامج الإخبارية.
٢. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة عمر أبو سعدة (٢٠١٩) في إحداث التقنيات الحديثة مجموعة

- من الانعكاسات على عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية، مثل: اختصار المسافات والمتابعة الفورية للأحداث، واستخدام أجهزة الكمبيوتر في التغطيات.
٢. اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة الرمحي (٢٠١٨) في أن الانعكاسات والآثار المترتبة على استخدام أحدث التقنيات الحديثة تساعد على تحسين مستوى الرسالة الإعلامية المقدمة.
٤. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة عمر حسن (٢٠١٧) في العمل على مواكبة التطورات في مجال الإنتاج البرامجي من أجل زيادة فاعلية البرامج المنتجة شكلاً ومضموناً، والتخطيط الجيد، وتوفير بيئة العمل المناسبة وتوفير التمويل اللازم، وكلها تعد عوامل لإنجاح وتطوير الإنتاج التلفزيوني.
٥. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة أحمد، نهى، داليا، عمر (٢٠١٦) في أن عملية التخطيط من أهم مقومات نجاح أي عملية إدارية، وأن متابعة الخطة البرامجية التي وضعت من أجلها ومتابعة تحقيق أهدافها من أبرز عوامل إنتاج الرسالة الإعلامية، وأن الإنتاج البرامجي السليم هو العمود الفقري لتحويل الفكرة إلى نص مرئي جاذب مكتمل العناصر الإنتاجية لإخراج صورة جاذبة، ولا يغفل أن كفاءة العاملين من مخرجين وفنيين يجعل البرامج أكثر جاذبة للمشاهد.
٦. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة مصطفى الطائي (٢٠١٩) على أن تطبيق معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني، وبيان أهمية الجودة في الإنتاج، وهي التي أظهرت أن نسبة من العاملين والفنيين والتقنيين بوسائل الإعلام قد أكدوا ضرورة توظيف عناصر: المؤدي والمقدم وأساليب الإخراج والإنتاج الحديثة والمعالجات الفنية والموضوع، وأنها هي المقومات الأساسية في المشهد التلفزيوني المبتكر.
٧. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة محمود عبد الغفار (٢٠١٤) في أن الدورات المقدمة للكادر الإعلامي لاقت إقبالاً كبيراً للانخراط بجدولها التدريبي، فهي تسهم بدرجة كبيرة في رفع وتطوير الأداء الإعلامي بهدف إكسابهم مهارات جديدة تجعلهم قادرين على التكيف مع بيئة العمل بدرجة احترافية عالية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية.

## الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها

### منهجية ونوع الدراسة :

هذه الدراسة وصفية تطبيقية تقوم على منهج المسح الإعلامي الذي يعدُّ من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويُعرَّف هذا المنهج بأنه: «مجموعة الظواهر موضوع الدراسة تضم عدداً من المفردات المكونة لمجتمع الدراسة،

ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها». (مشاقبة، ٢٠١٦، ص ٦٠-٦١)

## مجتمع الدراسة وعينته:

يقصد بمجتمع الدراسة: جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشراً أم مؤسسة، أم أنشطة تربوية، أو غير ذلك (المشهداني، ٢٠١٧، ص ٤٣). ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في العاملين في التلفزيون السعودي. أما عينة الدراسة فتعني: تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جميع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه. وتكون عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف الدراسة. (المشهداني، ٢٠١٧، ص ٤٣).

عينة الدراسة: هي عينة عشوائية منتظمة تمثل عينة من مجتمع أكبر تشمل العاملين من مخرجيين وفنيين في هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودي بالتطبيق على فروع الهيئة في كل من: منطقة جازان ومدينة أبها بواقع (٧٥) مفردة بحثية موزعة بين (٥٣) مفردة في محطة تلفزيون أبها (٢٢) مفردة في محطة تلفزيون جازان.

جدول (١): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغير

العدد	%		
٧١	٩٤,٧%	ذكر	الجنس
٤	٥,٣%	أنثى	
١٠	١٣,٣%	٢٤-٢٠	العمر
٦	٨,٠%	٢٩-٢٥	
٨	١٠,٧%	٣٤-٣٠	
١٣	١٧,٣%	٣٩-٣٥	
٢٨	٥٠,٧%	٤٠- فأكثر	
٦	٨,٠%	ثانوية عامة فأقل	المؤهل العلمي
١٤	١٨,٧%	دبلوم	
٤٦	٦١,٣%	بكالوريوس	
٦	٨,٠%	ماجستير	
٣	٤,٠%	دكتوراه	

العدد	%		
١١	١٤,٧%	مدير إدارة	طبيعة العمل
٣	٤,٠%	رئيس قسم	
١٠	١٣,٣%	مخرج فني	
٨	١٠,٧%	منتج فني	
٤	٥,٣%	منتج فيديو	
١٣	١٧,٣%	مصور	
٦	٨,٠%	محرر	
١	١,٣%	مذيع	
١	١,٣%	معد برامج	
١٨	٢٤,٠%	أخرى	
١٣	١٧,٣%	ثلاث فأقل	سنوات الخبرة
١١	١٤,٧%	٤ إلى ٧ سنوات	
٦	٨,٠%	٨ إلى ١١ سنة	
٤٥	٦٠,٠%	١١ سنة فأكثر	

## متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل: السمات الفنية والإخراجية للإنتاج.  
المتغير التابع: انعكاسها على مضمون الرسالة الإعلامية.

## حدود الدراسة :

تقتصر هذه الدراسة على:

١. الحدود المكانية:

يتناول مجتمع العاملين بالتلفزيون السعودي في كل من محطة تلفزيون أبها وجازان.

٢. الحدود الزمانية:

أجريت هذه الدراسة في الفترة ما بين عامي ٢٠٢٠ - ٢٠٢١م، تزامناً مع التحسينات والتطورات المقدمة لقطاع الإعلام ومواكبة لرؤية المملكة ٢٠٣٠.

### ٣. الحدود الموضوعية:

يشمل العاملين من مخرجين ومنتجين وفنيين بفروع هيئة الإذاعة والتلفزيون بمنطقة جازان ومنطقة أبها.

## أدوات جمع البيانات:

### ١. الاستبيان Questionnaire:

وهو أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع أفراد مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين، واتجاهاتهم إلى تصرفات سلوكية معينة، ويعدُّ الاستبيان من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية والدراسات الإعلامية (سمير حسين، ١٩٩٥، ص ٢٠٦-٢٠٧).

وتستخدم الباحثة استمارة موجهة للعاملين في مجال التلفزيون السعودي من مخرجين وفنيين بكل من فروع الهيئة بمدينة أبها، وجازان، وذلك لمعرفة السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني، وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية المقدمة عبر البرامج المذاعة في التلفزيون السعودي؛ حيث صمم الاستبيان من قبل الباحثة لهذا الغرض، وذلك بعد عرضه على مشرف الرسالة وإجازته له، هذا وقد حَكَمَ الاستبيان (٤) محكمين، انظر: (ملحق رقم ١)؛ حيث أخذ بتوجيهاتهم وآرائهم بما يتناسب مع رأي الباحثة.

والمصادر الثانوية كالدراسات والتقارير والأبحاث المنشورة وأوراق العمل والكتب العلمية، والمراجع المتعلقة بالإنتاج التلفزيوني العربية منها والأجنبية.

### ٢. المقابلة: Interview

وهي أداة من أدوات الحصول على البيانات وجمع المعلومات المطلوبة، وتفيد في حالة عدم توافر المعلومات الكافية لدى الباحث عن موضوع دراسته، فيضطر لإجراء عدد من المقابلات الشخصية مع ذوي الاختصاص والصلة بموضوع البحث، وطرح عدد من الأسئلة المحددة المدروسة والمعدة مسبقاً، وهي نمط أو أسلوب مختص للاتصال الشخصي والتفاعل اللفظي الذي يُجرى لتحقيق غرض خاص. ويتضمن ذلك إجراء مقابلات مع مديري ورؤساء أقسام المونتاج والإخراج والتحرير في كل من محطتي أبها، وجزان التلفزيونيتين في حال الحصول على معلومات أكثر عن موضوع الدراسة. (السمالك، ١٩٩٨، ص ٤٢).



## اختبارات الصدق والثبات:

اختبارات الصدق: لتأكيد صدق الأداة فقد عُرضت على (٤) من المحكمين المختصين ممن لهم اطلاع واهتمام بموضوع الدراسة من ذوي الخبرة والتخصص في البحث العلمي من أعضاء هيئة التدريس في كل من: قسم الصحافة والإعلام بجامعة جازان، وقسم الإعلام بجامعة الملك خالد في أبها، وحققت استمارة الاستبيان نسبة صدق مقدارها ٩٠٪، وهي نسبة يؤخذ بها لبيان صلاحية فقرات استمارة الاستبيان وإمكانية تطبيقها على عينة الدراسة بعد القيام بالتعديلات المطلوبة.

اختبارات الثبات: طُبِق أسلوب إعادة الاختبار مرة أخرى لبيان صلاحية التطبيق على عينة الدراسة؛ حيث وُزِعَت عينة من الاستبيانات أولاً على عينة محدودة وعددها عشرة مبحوثين، وبعد أسبوع من التوزيع أُعيد الاختبار على العينة نفسها، وجرى مطابقة النتيجة ومقارنة الاختبارين، ونتيجة لذلك حصلت استمارة الاستبيان على نسبة ثبات بلغت ٩٥٪؛ حيث كان الفرق بين التحليلين ٥٪، وهذه النسبة تسمح بتطبيق الاستمارة على العينة المختارة، والحصول على النتائج العلمية التي تصلح للتعميم على المجتمع الكلي للدراسة.

## الاختبارات الإحصائية:

سُتفْرغ البيانات، وتُحلل باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS (برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية).

## مناقشة وتفسير نتائج الدراسة الميدانية:

السمات الفنية والإخراجية للإنتاج التلفزيوني، وانعكاساتها على مضمون الرسالة الإعلامية في المملكة العربية السعودية مرتفعة؛ حيث بلغ المتوسط الوزني للدرجات الكلية ٣,٨٥ بانحراف معياري ٠,٥٩، وقد جاء عنصر «التقنيات الحديثة المستخدمة في التلفزيون السعودي» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحقق بدرجة مرتفعة جداً؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذا البعد ٤,٢٤ بانحراف معياري قدره ٠,٧١، وجاء «التدريب» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحقق بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذا البعد ٣,٥٦ بانحراف معياري قدره ١,٠٢.

وتدل هذه النتيجة على: الاهتمام الواسع بمواكبة التطورات التكنولوجية ضمن رؤية ٢٠٣٠؛ نظراً لطبيعة عمل التلفزيون السعودي وما يملكه من إمكانيات وقدرات غير محدودة تجعله قادراً على منافسة المحطات العالمية في السنوات القادمة نتيجة لاعتماده على أحدث التقنيات الموجودة في مجال التكنولوجيا، إضافة إلى الإمكانيات المادية المقدمة له والخبرات البشرية في سبيل التطوير، إلا أنه ما زال هناك

ضعف في تقديم برامج التدريب المكثفة داخل محطات التلفزيون للعاملين في القطاع التلفزيوني؛ نظراً لما يقدم من تقنيات وأجهزة تشغيل على أحدث طراز، ولا بد من السعي لتدعيم هذا الجانب من أجل تحسين مستوى العمل التلفزيوني عامة للتأثير في مدى الإقبال على متابعة وزيادة المشاهدة لمحطات التلفزيون السعودي، والتأثر بما تقدمه من محتوى يتمتع بجانب إخراجي وإنتاجي حديث.

### مناقشة النتائج المرتبطة بمحور النشرات الإخبارية من وجهة نظر العاملين في محطتي تلفزيون مدينتي أبها جازان أوضحت النتائج:

أ- التقنيات الحديثة مستخدمة في التلفزيون السعودي؛ حيث ظهر أن استخدام التقنيات الحديثة في التلفزيون السعودي متحقق بدرجة عالية جداً وبصفة كلية، وعلى جميع الفترات المتعلقة بالتساؤل؛ حيث جاء في المرتبة الأولى استخدام التلفزيون السعودي لتقنيات حديثة تدعم البث التلفزيوني عالي الوضوح HD، وبلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٣٢, ٤ بانحراف معياري قدره ٠, ٨١، في حين حل في المرتبة الأخيرة استخدام التقنيات الحديثة في التلفزيون له أثر ملحوظ في زيادة أعداد المشاهدين للنشرات الإخبارية والبرامج التلفزيونية المعروضة، وبلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٢٠, ٤ بانحراف معياري قدره ٠, ٩٠.

ب- النشرات الإخبارية والبرامج المقدمة في محطات التلفزيون السعودي جاءت في المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة، وتركز النشرات الإخبارية المقدمة في محطات التلفزيون السعودي على اختيار الوقت المناسب للعرض، بينما حل تلبية النشرات الإخبارية والبرامج المقدمة في محطات التلفزيون حاجات ومتطلبات الجمهور السعودي في المرتبة الأخيرة.

ج- المؤثرات البصرية والسمعية في محطات التلفزيون السعودي جاءت العبارة «استخدام المؤثرات السمعية له أثر بالغ في جذب انتباه الجمهور السعودي» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفع، وجاءت عبارة «يضيف التلفزيون السعودي تقنيات الأنفوجرافيك الحديثة لتدعيم النشرات الإخبارية والبرامج المقدمة في محطات التلفزيون» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر.

د- الانعكاسات والآثار المتحققة نتيجة استخدام أحدث التقنيات احتلت المرتبة الأولى عبارة «زيادة عدد المتابعين لمحطات التلفزيون السعودي» من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٩٦, ٣ بانحراف معياري قدره ٨٢, ٠، وجاءت العبارة «العوائد الربحية والمالية الجيدة» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٥٩, ٣ بانحراف معياري قدره ٠٧, ١.

ونستطيع تفسير هذه النتائج بأن ذلك حدث في ضوء التطور الملحوظ والسريع الذي طرأ على أجهزة الإعلام في المملكة العربية السعودية تزامناً مع رؤية ٢٠٣٠ التي رفعت من سقف الطموحات والتطلعات الجديدة إلى مدى غير محدد، وإلى مقارعة ومناغسة الأجهزة الإعلامية الخارجية المتطورة التي تستخدم تقنيات حديثة على أعلى مستوى، ونتيجة لاستخدام التلفزيون السعودي مختلف أشكال التقنيات والمؤثرات البصرية والسمعية تنوعت الأساليب وأشكال العرض للقالب المقدم في البرامج والنشرات الإخبارية من حيث طرق التقديم والتحرير والبت؛ نظراً للمزايا الهائلة التي يتيحها استخدام التقنيات الحديثة كإيصال الرسالة المقدمة دون تشويش وبصوت يمتاز بالنقاء والوضوح، واستخدام المؤثرات الصوتية كإضافة الموسيقى للصور ذات الدلالة للمضمون المقدم فإنها تعطي طابع التشويق وتسهم في عملية التفاعل والتأثير، فالتقرير التلفزيوني يمتاز باحتوائه على مؤثرات بصرية تستخدم بطرق ابتكارية لإثارة انتباه المشاهد له، فالبصر هو الحاسة الأولى استجابة لما يُعرض ويُشاهد إذ تقوم بتسجيل صورة المشهد بطريقة سريعة للغاية في عقل الإنسان قبل اكتساب وتقبل المعلومات، وذلك يسهم إسهاماً كبيراً في التأثير، ويُعدُّ عنصرًا مهمًا في تقبل مضمون الرسالة للمشاهد، وهو الهدف الرئيس للرسالة الإعلامية الأسمى، وعندما يزداد التطور التقني يزداد أثره في الأداء الإعلامي، وبالنظر إلى الانعكاسات والآثار المتحققة نتيجة استخدام أحدث التقنيات التلفزيونية فقد اتفق أغلب المبحوثين على أن زيادة نسبة المتابعين من أبرز الانعكاسات نتيجة لاستخدام التقنية الرقمية؛ حيث احتلت المرتبة الأولى، وهذا يمثل ارتداداً جيداً وإيجابياً من ناحية إنتاج البرامج، نتيجة لمواكبتها ثورة التطور التقني والرقمي، فالاعتماد على كل ما هو حديث ومبتكر في المجال الرقمي يسهم كثيراً في تحسين أداء العمل التلفزيوني، بينما حل في المرتبة الأخيرة العوائد الربحية والمالية الجيدة من وجهة نظر المبحوثين، ومن أوجه التطوير النظر إلى القصور والخلل الكامن لتحسينه وتلافي تكراره مرة أخرى، وذلك بدعم العاملين بمكافآت مجزية نظير الجهد الذي يقومون به داخل نطاق المحطة التلفزيونية، وذلك من أجل تكوين بيئة عمل صالحة تمتاز بالتنافسية.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة مالك العزة (٢٠١٧) في أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة للتلفزيون؛ حيث جاءت متحققة بدرجة مرتفعة على صعيد الأداء وبصفة كلية، وعلى جميع المحاور. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات التلفزيونية الحديثة في جميع المحاور وزيادة الإقبال على النشرات والبرامج الإخبارية.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة عمر أبو سعدة (٢٠١٩)، في إحداث التقنيات الحديثة مجموعة من الانعكاسات على عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية، مثل: اختصار المسافات والمتابعة الفورية للأحداث واستخدام أجهزة الكمبيوتر في التغطيات.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة الرمحي (٢٠١٨) في أن الانعكاسات والآثار المترتبة على استخدام أحدث التقنيات الحديثة تساعد على تحسين مستوى الرسالة الإعلامية المقدمة.

### مناقشة النتائج المرتبطة بمحور الإنتاج البرامجي للتلفزيون السعودي من وجهة نظر العاملين في محطتي تلفزيون مدينتي أبها وجازان، أوضحت النتائج:

أ- أن الإنتاج البرامجي في محطات التلفزيون السعودي يتضح في عبارة «نجاح الإدارة انعكس انعكاساً مباشراً على إنتاج الرسالة الإعلامية التلفزيونية للجمهور»؛ حيث حلت في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة عن بقية الفترات، بينما حلت عبارة «بيئة العمل في التلفزيون السعودي لا تساعد على إنتاج برامج بجودة عالية» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة متوسطة.

ب- يتضح في طبيعة عمل إدارة التلفزيون السعودي في محطات التلفزيون السعودي أن عبارة «يتم وضع الخطط الإعلامية البرامجية وفقاً لأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠» حصلت على أعلى رتبة بين العناصر الأخرى في هذا المحور من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة، بينما حصلت عبارة «تعمل إدارة التلفزيون على إيجاد موارد مالية تُسهم في حل المشكلات والمعوقات من أجل رفع المستوى الاقتصادي للعاملين» في المرتبة الأخيرة بين العناصر.

ج- مدى استخدام التطبيقات الرقمية في التلفزيون السعودي يتضح في حصول عبارة «يستخدم التلفزيون السعودي وسائل إعلامية رقمية مواكبة للعصر» على المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٤,٠١ بانحراف معياري قدره ٠,٨٦ وجاءت العبارة «تعمل إدارة التلفزيون على إيجاد موارد مالية تُسهم في حل المشكلات والمعوقات من أجل رفع المستوى الاقتصادي للعاملين» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٢,٦٧ بانحراف معياري قدره ١,١٢.

د- اتفقت نسبة ٦٠٪ من الآراء على تأكيد أن نوع التأثير الذي يحدثه المشهد التلفزيوني في المشاهد هو التأثير من حيث محتوى الرسالة الإعلامية المقدمة، بينما رأى نسبة ٢١٪ أن التأثير يتحدد وفقاً لجمال الشكل والمظهر، وتبعاً لجمال الأخلاقيات والسلوك المتبع في المشهد التلفزيوني.

وعند تفسير هذه النتائج من ناحية إيجابية للمحور وبصفة كلية ووفقاً لإجابات الباحثين، يمكن القول: إن السياسية التحريرية الواضحة من حيث التخطيط والإنتاج التلفزيوني تساعد على إخراج برامج تلفزيونية ناجحة تماشياً مع الاستراتيجية العامة للمملكة العربية السعودية وفق رؤية ٢٠٣٠؛

حيث تواكب الخارطة الإنتاجية داخل التلفزيون السعودي الأحداث المحلية والعالمية، وقد أبدى أغلب الباحثين اتفاقهم على أن إنتاج الرسالة الإعلامية التلفزيونية مرتبط ارتباطاً فعلياً بنجاح الإدارة المسؤولة عن العمل التلفزيوني، بينما أكدت النسبة الأدنى من الباحثين أن بيئة العمل في التلفزيون السعودي لا تساعد على إنتاج برامج ذات جودة عالية، فالمعرفة الشاملة لكل فرد من طاقم العمل التلفزيوني لعمله وتخصصه، والتمتع بالكفاءة العالية ينعكس إيجابياً على إنتاج الرسالة الإعلامية؛ إذ إن محتوى الرسالة المقدمة عبر التلفزيون السعودي مواكب للتطور مواكبة ملحوظة؛ نتيجة لوجود إدارة ناجحة تسهم في تحسين بيئة العمل وازدهار البرامج التلفزيونية. أما في جانب طبيعة عمل الإدارة فاتفق أغلب الباحثين على أن وضع الخطط البرمجية داخل محطات التلفزيون السعودي كان وفق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، وهذا يدل على قوة دور الإدارة في تنفيذ الأهداف البرمجية وقدرتها على إعطاء صورة حقيقية غير مضللة وصحيحة عن الواقع المجتمعي الذي تعيشه المملكة العربية السعودية؛ لما له من تأثير إيجابي في إنتاج الرسالة الإعلامية المؤثرة، فدور الإدارة الناجحة في محطتي التلفزيون السعودي يتركز في تحديد مواطن الضعف والقوة وإبراز المشكلات التي تواجه عملية الإنتاج، إلا أن عدم توافر الموارد المالية بصفة دائمة -في محور العمل التلفزيوني- أعاق عملية تنفيذ الخطط البرمجية، ما يستوجب السعي والإسهام في معالجتها دون تأخير، وقد اتضح ذلك جلياً في إجابات الباحثين. ومن ناحية استخدام التطبيقات الرقمية في التلفزيون السعودي جاء الأمر على نحو إيجابي للغاية باتفاق النسبة الأعلى من الباحثين على ضرورة استخدام الوسائل الإعلامية التقنية المتطورة المواكبة للعصر، وذلك يحقق الأهداف والخطط البرمجية المعدة مسبقاً وفق رؤية ٢٠٣٠، إلا أن هناك ضعفاً في تفعيل وتطوير الموقع الإلكتروني الخاص بالمحطة التلفزيونية حسب أغلب آراء الباحثين.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة عمر حسن (٢٠١٧) في العمل على مواكبة التطورات في مجال الإنتاج البرمجي من أجل زيادة فاعلية البرامج المنتجة شكلاً ومضموناً، والتخطيط الجيد وتوفير بيئة العمل المناسبة وتوفير التمويل اللازم، وكلها تعد عوامل لإنجاح وتطوير الإنتاج التلفزيوني.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة أحمد، نهى، داليا، عمر (٢٠١٦) في أن عملية التخطيط من أهم مقومات نجاح أي عملية إدارية، وأن متابعة الخطة البرمجية التي وضعت من أجلها ومتابعة تحقيق أهدافها من أبرز عوامل إنتاج الرسالة الإعلامية، وأن الإنتاج البرمجي السليم هو العمود الفقري لتحويل الفكرة إلى نص مرئي جذاب مكتمل العناصر الإنتاجية لإخراج صورة جاذبة، ولا نغفل أن كفاءة العاملين من مخرجين وفنيين يجعل البرامج أكثر جاذبة للمشاهد.

## مناقشة النتائج المرتبطة بمحور الجودة والابتكار في إنتاج البرامج التلفزيونية من وجهة نظر العاملين في محطتي تلفزيون مدينتي أبيها وجازان أوضحت النتائج الآتي:

جاء استخدام التقنيات الحديثة في عبارة «المؤثرات البصرية تحقق الهدف في جذب انتباه المشاهدين نحو ما يقدم عبر التلفزيون السعودي» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ١٢, ٤ بانحراف معياري قدره ٧٢, ٠، وجاءت العبارة «يوجد تطور مستمر في استخدام التقنيات الحديثة في التلفزيون السعودي» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٨٩, ٢ بانحراف معياري قدره ١٠٢, ١.

وعند تفسير هذه النتائج بربط التطور الذي أحدثه دخول التقنيات الحديثة في مجال الإنتاج التلفزيوني، ومدى إسهامه في تطوير المحتوى، وذلك يظهر جلياً في إجابات الباحثين الكلية في هذا المحور، وبناء على ذلك فالإنتاج القائم على الجودة والابتكار يعد ركناً أساساً في إنجاح مضمون البرامج المقدمة في التلفزيون، وما هو إلا انعكاس على الأثر الذي يحدثه استخدامها في تحسين الرسالة الإعلامية في ناحيتي الشكل والمضمون عن طريق إدخال أحدث الأساليب الفنية في جانب كتابة وإعداد العمل التلفزيوني المقدم للمشاهد.

وتحديد جودة التقنيات المستخدمة في الإنتاج التلفزيوني يعتمد اعتماداً كلياً على تحديد احتياجات المجتمع الموجهة إليه الرسالة بتسليط الضوء على مواطن الضعف والقوة، وذلك يساعد على تحسين جودة البرامج التلفزيونية المقدمة عبر محطة التلفزيون السعودي.

واتقت الدراسة الحالية مع دراسة مصطفى الطائي (٢٠١٩) على أن تطبيق معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني، وبيان أهمية الجودة في الإنتاج، وهي التي أظهرت أن نسبة من العاملين والفنيين والتقنيين بوسائل الإعلام قد أكدوا ضرورة توظيف عناصر: المؤدي والمقدم وأساليب الإخراج والإنتاج الحديثة والمعالجات الفنية والموضوع، وأنها هي المقومات الأساسية في المشهد التلفزيوني المبتكر.

## مناقشة النتائج المرتبطة بمحور التدريب من وجهة نظر العاملين في محطتي تلفزيون مدينتي أبيها وجازان أوضحت النتائج:

أ- جاءت العبارة «توجد وحدة فنية في محطات التلفزيون السعودي للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٧٧, ٣ بانحراف معياري قدره ٩٢, ٠، وجاءت العبارة: «تُعقد دورات تدريبية بصفة دورية عن مجال تكنولوجيا المعلومات من قبل مختصين في

هذا المجال» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة متوسطة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٣,٢٦ بانحراف معياري قدره ١,٢٧.

ويدل ذلك على الاهتمام بتطوير الجانب التطبيقي في مجال التدريب في المملكة العربية السعودية، من أجل تعزيز مهارات العاملين في المحطة التلفزيونية لتحقيق معايير الجودة داخل المؤسسة الإعلامية.

ولتلافي ضعف الإقبال على الالتحاق بهذه الدورات لا بد من تحديد آلية واضحة للتدريب وفق برنامج محدد مسبقاً يوضح فيه النتائج التي تعود على الموظف نتيجة التزامه وانتظامه في الدورات من أجل تحقيق أكبر استفادة ممكنة.

ب- عند سؤال الباحثين عن عدد الدورات التي التحقوا بها عند ممارستهم للعمل الإعلامي أسفرت الإجابات عن النحو الآتي: دورتان بنسبة ٦٤٪ وحصلت على أعلى مرتبة، ثم من ثلاث إلى خمس دورات بنسبة ١٢٪ وهي تعد النسبة الأقل في إجابات الباحثين، بينما حاز خيار أكثر من خمس دورات نسبة ٢٤٪، ويعد هذا جانباً سلبياً يحتاج إلى تسليط الضوء عليه بتشجيع العاملين على الالتحاق بالدورات، إضافة إلى تنظيم دورات داخلية تسهم في رفع مستوى العمل داخل المحطات التلفزيونية.

ج- عند سؤال العاملين عن مدى أثر الدورات المقدمة في تطوير الأداء الإعلامي كانت إجابات الباحثين على النحو الآتي: طورتهم بدرجة كبيرة بنسبة ٤٨٪، طورتهم بدرجة متوسطة بنسبة ٢٥٪، طورتهم بدرجة محدودة بنسبة ١٤٪، لم تسهم في تطويرهم بنسبة ١٢٪.

ونستطيع تفسير هذه النتائج بمنحى إيجابي للمحور بصفة كلية:

١. تعد نسبة الملحقين بالدورات التدريبية نسبة كبيرة وجيدة جداً.
٢. تقييم العاملين للدورات المقدمة لهم كان إيجابياً إذ رأى (٤٥٪) بأنها مفيدة جداً، بينما (٣٤٪) منهم رأوا أنها مفيدة، وهذا يحقق النسبة الإيجابية الأعلى، في حين رأى قلة منهم أن الدورات قدمت لهم فائدة قليلة (٩٪).
٣. جاء تقييم جانب تطوير الأداء الإعلامي للعاملين بالمحطة التلفزيونية نتيجة التحاقهم بالدورات متفاوتاً، فالنسبة الأعلى رأت أن الدورات طورت أداءهم بدرجة كبيرة ٤٨٪، في حين أكد نحو ٢٥٪ أن الدورات أسهمت بالتطوير بدرجة متوسطة، وجاءت النسبة الأقل، وهي ١٢٪ لمن رأوا أن الدورات لم تسهم في تطويرهم.

٤. أكدت نسبة ٢٦٪ أن الاحتراف المهني يعد من أبرز الأهداف التي استطاعوا تحقيقها نتيجة الانضمام لهذه الدورات، في حين رأت نسبة ٢٥٪ أن الدورات هدفت إلى تطوير وفهم محتوى المادة الإعلامية، وجاءت النسبة الأقل لمن رأوا أنها ساعدت على فهم وتعزيز القيم المهنية وهي: ٢٪.

وهذا النتائج تؤكد سعي وحرص العاملين في القطاع التلفزيوني على الالتحاق بالبرامج التدريبية المتاحة لهم داخل بيئة العمل من أجل تطوير خبراتهم واكتساب خبرات جديدة.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة محمود عبد الغفار (٢٠١٤) في أن الدورات المقدمة للكادر الإعلامي لاقت إقبالا كبيرا للانخراط بجدولها التدريبي، فهي تسهم بدرجة كبيرة في رفع وتطوير الأداء الإعلامي بهدف إكسابهم مهارات جديدة تجعلهم قادرين على التكيف مع بيئة العمل بدرجة احترافية عالية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية.

#### مناقشة النتائج المرتبطة بمحور المعوقات والحلول المقترحة من وجهة نظر العاملين في محطات تلفزيون مدينتي أبها وجازان، أوضحت النتائج أن:

أ- المعوقات والصعوبات التي تواجه محطات التلفزيون السعودي جاءت العبارة «عدم وجود فرص للتدريب العملي» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٦٤, ٣ بانحراف معياري قدره ١٦, ١، وجاءت العبارة «عدم توافر الكفاءات المهنية» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة متوسطة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ١٩, ٣ بانحراف معياري قدره ١٥, ١.

ب- الحلول والمعالجات لإنتاج برامج ونشرات تقنية متطورة في التلفزيون السعودي، جاءت العبارة «زيادة التنسيق بين أقسام المحطة التلفزيونية» في المرتبة الأولى من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة جداً؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٢١, ٤ بانحراف معياري قدره ٧٦, ٠، وجاءت العبارة «زيادة الحوافز المالية للعاملين في محطات التلفزيون السعودي» في المرتبة الأخيرة من حيث مدى التوافر، ومتحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لهذه العبارة ٨٩, ٣ بانحراف معياري قدره ١٠٧, ١.

تؤكد هذه النتائج حقيقة وجود معوقات تعوق سير العمل في التلفزيون السعودي كما ظهرت في هذا المحور بصفة كلية، ومن أبرز تلك المعوقات: قلة وجود الفرص التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين في ظل الاعتماد على أحدث التقنيات في مجال الإخراج والإنتاج، وهذا يعد خللاً يجب تلافيه عن طريق



التركيز على تسخير كل الإمكانيات المادية والمهنية؛ من أجل تحسين الأداء الوظيفي والعمل بروح الفريق الواحد والتعاون عن طريق التنسيق بين الأقسام داخل المحطة التلفزيونية، ووضع استراتيجيات خاصة بالتدريب بميزانيات مالية خاصة بها يكون هدفها الأسمى تأهيل العاملين في القطاع التلفزيوني ليتأقلموا مع التغيرات والتطورات، ومع كل ما هو جديد في مجال التقنيات الرقمية والإخراجية.

## مخلص لأهم نتائج الدراسة :

١. توصلت الدراسة إلى أن أبرز الآثار والانعكاسات نتيجة استخدام أحدث التقنيات والتطبيقات، هي:
  - أ- توافق مفاهيم السياسات الجديدة والخطط للتلفزيون السعودي مع ركب التطور في مجال الثورة الرقمية الحديثة تماشيًا مع رؤية المملكة ٢٠٣٠.
  - ب- زيادة الإنتاج للبرامج التلفزيونية، والنشرات الإخبارية.
  - ج- تطور محطات وأستوديوهات التلفزيون السعودي على أحدث طراز.
  - د- زيادة تفاعل الجمهور المتابع للبرامج.
  - هـ- استقطاب الإعلانات والعوائد الربحية المادية الجيدة.
٢. تؤكد الدراسة أن الرسائل المقدمة عبر برامج النشرات الإخبارية تسهم في تكوين صورة ذهنية للجمهور عن أبرز القضايا المحلية والعالمية، والموضوعات المعروضة لهم، فهي تلبي جميع احتياجات ومتطلبات الجمهور السعودي.
٣. تظهر الدراسة ارتفاع نسبة توظيف الرجال في القطاع التلفزيوني مقارنة بنسبة توظيف النساء فيه التي تعد ضئيلة للغاية.
٤. أثبتت الدراسة توافر التقنيات الحديثة في التلفزيون السعودي، كاستخدام تقنية الإنفوجرافيك الحديثة لتدعيم النشرات الإخبارية والبرامج المقدمة في محطات التلفزيون السعودي.
٥. أثبتت الدراسة نجاح إدارة محطتي التلفزيون السعودي بأبها وجزان في عكس إنتاج الرسالة الإعلامية للجمهور بصفة إيجابية.
٦. توصلت الدراسة إلى التزام الرسائل الإعلامية المقدمة عبر التلفزيون السعودي باستخدام القيم والمعايير المهنية المتمثلة في الصدق والموضوعية وعدم التحيز.
٧. أثبتت الدراسة جودة وكفاءة البرامج المقدمة عبر محطة التلفزيون السعودي نتيجة لاستخدامها

أحدث التقنيات في هذا المجال كالمؤثرات البصرية، والوسائط المتعددة التي أسهمت في تحسين جودة البث ورفعت نسبة المشاهدات باستمرار؛ حيث أدى توافر عامل الجودة في التلفزيون إلى زيادة جودة البرامج المقدمة.

٨. أثبتت الدراسة استخدام التلفزيون السعودي للتطبيقات الرقمية، والحاسوب والوسائط المتعددة، الألياف الضوئية، إضافة إلى تفعيل خاصية التفاعل الإلكتروني المباشر مع الجمهور، ويركز التلفزيون السعودي على التقنيات الحديثة المرتبطة بالأجهزة الخلوية لكثرة تداولها مع الجمهور.

٩. أكدت الدراسة أن توافر المؤثرات السمعية والبصرية لتدعيم الرسائل المقدمة عبر التلفزيون السعودي كان له الأثر البالغ في جذب انتباه الجمهور السعودي للمحتوى المقدم.

١٠. أثبتت الدراسة أن طبيعية عمل الإدارة في محطتي تلفزيون أبها وجازان تتماشى وفقاً لأهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠؛ حيث تسهم السياسة التحريرية لإدارة التلفزيون في إعداد التقارير الدورية بانتظام، وتقوم بجمع المعلومات والبيانات اللازمة لوضع الخطط المستقبلية، وذلك عن طريق تحديد المشكلات وإيجاد الطرق والحلول المناسبة للتغلب عليها.

١١. أكدت الدراسة تحقق الرضا الوظيفي للعاملين في محطتي تلفزيون أبها وجازان.

١٢. أكدت الدراسة سعي التلفزيون السعودي لتطوير أدوات البث الرقمي عن طريق استخدام أحدث تقنيات البث الحديثة في نقل الصوت والصورة في البرامج الإخبارية، مثل تقنية البث عالي الوضوح HD لما له من أثر ملحوظ في زيادة أعداد المشاهدين للنشرات الإخبارية والبرامج المقدمة عبر شاشة عرض التلفزيون السعودي.

١٣. أثبتت الدراسة وجود معوقات وصعوبات تواجه محطتي تلفزيون أبها وجازان، ولعل من أبرزها: أنه رغم توافر فرص التدريب العملي، إلا أن التدخلات غير المهنية، وعدم وجود تنسيق بين الأقسام الداخلية للمحطة حال دون مواكبة ركب التطور والرفع من مستوى كفاءة العاملين في المحطتين، إضافة إلى ضعف الإمكانيات المادية المخصصة للتدريب في محطتي تلفزيون أبها وجازان.

١٤. من الحلول والمعالجات التي توصلت إليها الدراسة من أجل إنتاج برامج ونشرات إخبارية ذات تقنية عالية ومتطورة الآتي:

أ- زيادة التنسيق بين أقسام المحطة التلفزيونية.

ب- إدخال التطبيقات الحديثة في الخدمات الرقمية، وتفعيل المواقع الإلكترونية باستمرار.

ج- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأخبار.

د- تأهيل العاملين في المحطتين وفقاً لخطط مدروسة مسبقاً، إضافة إلى عقد اتفاقيات ومذكرات تفاهم مع ذوي الاختصاص؛ من أجل رفع مستوى الخبرة والكفاءة في إنتاج الرسائل الإعلامية.

## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم. (٢٠٠٠). تكنولوجيا البث الفضائي وتطوير الإنتاج التلفزيوني دراسة تطبيقية عن قناة الجزيرة الإخبارية، عمان، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- أنور محمد، سمر. (٢٠٠١). الانقطاعات المعرفية في الفكر الفلسفي اليوناني حتى عصر أرسطو، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الدراسات الفلسفية، رسالة ماجستير غير منشورة.
- البخاري، د. محمد. (٢٠١٤). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، طشقند.
- البدري، محمد حيدر علي يوسف. (٢٠٠٩). فاعلية الرؤية الإخراجية في إنتاج البرامج التلفزيونية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية العلوم، السودان، رسالة دكتوراه.
- بوسعدة، عمر إبراهيم. (٢٠١٩). دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ط٢٣، مصر، رسالة منشورة.
- حجاب، محمد منير. (١٩٩٨). الموسوعة الإعلامية، مجلد ٢، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص٤٨٩.
- حسن، عمر هاني. (٢٠١٧). مشكلات الإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على مخرجات الرسالة الإعلامية، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية العلوم، أم درمان، رسالة ماجستير منشورة.
- حمدي، أم محمد عبد الفاتح. (٢٠١٤). قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية، الجمعية الأمريكية لأساتذة الصحافة والإعلام، مقال منشور.
- الزعبي، أشرف فالح يوسف. (٢٠١٠). الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، رسالة ماجستير.
- زيادة، جلال الدين الشيخ. (٢٠١٢). الاتجاهات النقدية لثقافة الصورة في التلفزيون التجاري، ع٢، مجلة علوم الاتصال، مجلة علمية تصدرها أكاديمية السودان لعلوم الاتصال، السودان، ص٢٠٩، ورقة عمل.
- شلبي، كرم. (١٩٨٩). معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، ص٧.
- شلبي، كرم. (١٩٩٤). معجم المصطلحات الإعلامية، ط٢، دار الجبل، بيروت، ص٧٧.
- الطائي، مصطفى حميد. (٢٠١٩). معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني، جامعة عجمان، مجلة الباحث

الإعلامي، الإمارات، رسالة منشورة.

- عبد العظيم، محمود أحمد. (٢٠١٨). التطور التكنولوجي للصورة التلفزيونية ودوره الفني في الرسالة الإعلامية المقدمة، ٩٤، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، مصر، رسالة منشورة.
- عبد المنعم، فؤاد. (٢٠٠٧). التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ص٨٨.
- العزة، مالك رحاب محمود. (٢٠١٧). استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن، رسالة ماجستير.
- عطا الله، مستخدم شعبان. (٢٠٢١). التصوير كاميرا الفيديو، ويكيبيديا الموسوعة الحرة، ١ مارس، ١٠:٠٠ PM.
- العلاوين، لبنى. (٢٠٠٩). تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة.
- عوض إبراهيم عوض. (٢٠١٩). الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، ط١، مكتبة الرشد للإنتاج والتوزيع، الرياض، ص٧٥.
- قرناني، د. ياسين. (٢٠١٤). قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والتحمية القيمة بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي، جامعة عار ثليجي، كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر، ص٢.
- ليعاضي، نصر الدين. (١٩٩٩). افتراضات النظرية من الأنواع الصحفية، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص٤٦.
- مالك، داليا كمال الدين عمر، نهى حسب الرسول أحمد. (٢٠١٦). الأسس الفنية وفعاليتها في إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية، ٢٤، مجلة العلوم الإنسانية، رسالة ماجستير.
- مجمع اللغة العربية لمجموعة من المؤلفين. (٢٠٠٤). المعجم الوسيط، مجلد٤، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة.
- مجمع اللغة العربية. (١٩٨٩). المعجم الوجيز، مجلد١، مجمع اللغة العربية.
- مشاقبة، بسام عبد الرحمن. (٢٠١٠). البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، ص٦٠-٦١.
- المشهداني، سعد سلمان. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، جامعة تكريت، كلية الآداب، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ص٤٣.
- مصطفى، آدم معاوية آدم. (٢٠١١). قواعد إنتاج وإخراج نشرات الأخبار التلفزيونية جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، أم درمان، رسالة ماجستير.
- الموسوي، د. محمد جاسم. (٢٠٠٢). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

- نجم الدين، فيصل كامل. (٢٠١٧). أساسيات ومهارات العمل التلفزيوني، ط١، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ص١٠٩-١١٠-١١١-١٤٨.
- يعقوب، د. عبد الحليم. (٢٠١٤). حتمية الإعلام الجديد التكنولوجية، جامعة الملك فيصل، كلية الآداب، قسم الإعلام والاتصال، المملكة العربيّة السعوديّة، ص٤-٩.

#### ثانياً: المراجع الأجنبيّة:

- Abu Retexi, Television Journalism (1990). Translated by Adib Hader, vol1 ,Damascus, Media Library, p. 132.
- Herbert Zeitel. (2004). reference in television production translated by Saadoun al-Janabi, Khalid al-Saffar, UAE, University Book House, Al Ain. .
- MilyukhinY.S. (1997). Information Technology and Self-Employment , Moscow, Garant-Park, in Russian.
- Stephen Gatz. (2005). Film Direction Shot by Shot, translated by Ahmed Nouri ,United Arab Emirates, Al Ain, University Book House.



# Contents

## Peer-reviewed scientific research:

**8 Representations of National Identity in Saudi Television Series and Their Role in Promoting Cultural Belonging**

A Field Study in Light of Cultural Cultivation Theory

Dr. Majid F. Al-Shaibani

---

**48 Beyond Western Paradigms: Media System Transformation in Post-Authoritarian Iraq**

A Comparative Analysis of Ba'athist and Consociational Media Landscapes Through Expert Perspectives

Dr. Haitham Hadi Numan

---

**79 Unveiling Orientalism in Disney's Aladdin (1992): Stereotypes, Power, and Representation**

Dr. Ezaddeen Sulaiman Almutairi

## Scientific dissertations:

**98 Communication Efforts of Saudi Government Health Institutions and Their Relationship to Enhancing Health Awareness Among the Saudi Public**

A Study of Ministry of Health and Saudi Food and Drug Authority Accounts on X Platform

Prepared by: . Budour Radi Taraheeb Al-Mutairi  
Supervised by: Prof. Yusra Hosni Abdel-Khaliq

---

**142 Technical and directorial features of television production and their impact on the content of the media message**

A survey study of employees at Jazan and Abha TV stations

Prepared by: Afaf Mohsen Musa Daqdaqi  
Supervised by: Prof. Awad Ibrahim Awad

الجمعية السعودية  
للإعلان والعلاقات العامة  
Saudi Association for  
Public Relations & Advertisement



# Public Relations & Advertising

## Periodical Magazine

Issue 9, May - August 2025