

## دور الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي

عبدالعزيز عبد الله سليمان الصوينع

باحث دكتوراه، تخصص إعلام رقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين  
Alsawayni.tv@gmail.com

حورية عباس الديري

أستاذ مساعد في قسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين

### ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (300) مفردة من الذكور والإناث من المستخدمين للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي، وتم الاستعانة بأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أبرزها: يرى المبحوثين من الجمهور السعودي أن (حساب الهيئة على موقع إكس) جاء في مقدمة الوسائط الرقمية لهيئة التراث التي يفضلون استخدامها، وذلك بنسبة مئوية بلغت (34%).

وفي الترتيب الثاني جاء وسيط (موقع الهيئة الرسمي على شبكة الإنترنت) وذلك بنسبة مئوية بلغت (30.3%)، تله وسيط (حساب الهيئة على موقع انستجرام) في الترتيب الثالث بنسبة (28.7%).

جاء دافع (للتعرف على الأنشطة المتعلقة بالتراث) في مقدمة دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة الدراسة للوسائط الإعلامية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.60). وفي الترتيب الثاني جاء دافع (لمعرفة معلومات عن الثروة الثقافية والمواقع الأثرية بالمملكة)، وذلك بمتوسط (2.40)، يليه دافع (للتعرف على معلومات جديدة) في الترتيب الثالث بمتوسط (2.22).

جاءت عبارة (تمتلك المملكة العديد من الآثار داخل حدود المملكة) في مقدمة آراء الجمهور السعودي نحو جوانب الهوية الثقافية المقدمة في الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.64). وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (المملكة لديها تاريخ من التقاليد الشفهية والممارسات الاجتماعية والطقوس

والمناسبات الاحتفالية) بمتوسط (2.55)، تلتها عبارة (يوجد آثار تابعة للمملكة في المناطق البحرية الخاضعة لسيادتها) في الترتيب الثالث بمتوسط (2.54). ويرى الباحثين من الجمهور السعودي أن الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث (تسهم بشكل كبير) في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (86%).  
**الكلمات المفتاحية:** الأنشطة الإعلامية الرقمية، الهوية الثقافية، الجمهور السعودي.

## The role of the Heritage Commission's digital media activities in developing the cultural identity of the Saudi public

**Abdulaziz Abdullah Soliman Alsuwayni**

PhD Researcher, Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences,  
Ahlia University, Bahrain  
Alsuwayni.tv@gmail.com

**Houriya Abbas Aldairy**

Assistant Professor in the Department of Media and Public Relations, College of Arts and  
Sciences, Ahlia University, Bahrain

### Abstract

The study aims to identify the role of the Heritage Commission's digital media activities in developing cultural identity among the Saudi public. The study is a descriptive study, relying on a media survey approach. The study sample consisted of (300) male and female users of the Saudi Heritage Commission's digital media activities. A questionnaire was used as a data collection tool.

The study reached a number of results, the most prominent of which are: Saudi respondents believe that the Commission's account on X was the most preferred digital media outlet for the Heritage Commission, with a percentage of 34%. The Commission's official website came in second place, with a percentage of 30.3%, followed by the Commission's Instagram account, which came in third place, with a percentage of 28.7%.

The motive "to learn about heritage-related activities" topped the list of motivations for the Saudi audience in the study sample to use the Saudi Heritage Commission's online media, with an arithmetic mean of 2.60. In second place came the motive "to learn about the Kingdom's cultural wealth and archaeological sites," with an average of 2.40, followed by the motive "to learn new information," with an average of 2.22. The phrase "The Kingdom has many antiquities within its borders" topped the Saudi audience's views on aspects of cultural identity presented in the Heritage Commission's digital media activities, with an arithmetic mean of 2.64. In second place came the phrase "The Kingdom has a history of oral traditions, social practices, rituals, and festive occasions," with an average of 2.55, followed by the phrase "There are antiquities belonging to the Kingdom in maritime areas under its sovereignty," with an average of 2.54.

Saudi respondents believe that the digital media activities of the Heritage Commission contribute significantly to increasing their level of cultural identity, ranking first with a percentage of 86%.

**Keywords:** Digital Media Activities, Cultural Identity, Saudi Audience.

## المقدمة

أصبحت وسائل الإعلام الرقمية أحد أدوات وسائل الإعلام التي تحظى بانتشار واستخدام واسع بين الفئات المختلفة في الجمهور، في ضوء تنوع الاستخدامات الخاصة بها، واهتمام كافة الجهات والمؤسسات بتفعيل وسائط إعلامية رقمية عبر شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور المستهدف.

يأتي ذلك في ضوء عصر الانفتاح الذي نعيشه، خاصة وأنا نعيش في عصر الفضاء الإلكتروني، وبالتالي تكون المجتمعات عرضة للغزو الفكري والثقافي، للتأثير على هوية وثقافة الأجيال الناشئة.

ومن ثم تتعاظم أدوار المؤسسات والجهات المعنية في المملكة العربية السعودية بالحفاظ على الهوية الخاصة بها، ومن بينها هيئة التراث السعودية، التي تعني بالحفاظ على التراث السعودي، سواء عن طريق عمل أنشطة بشكل فعلي، علاوة على توعية الجمهور بجوانب وأبعاد الهوية الثقافية.

## مشكلة الدراسة

لاحظ الباحث تعدد الجهود التي تبذلها المملكة العربية السعودية من خلال رؤيتها في 2030 نحو تعزيز مكانة المملكة على المستوى الإقليمي والدولي، ومن أبرز مجالات تحقيق ذلك الحفاظ على الهوية الثقافية والتراثية للمملكة من خلال تعريف الأجيال الجديدة بمكونات الهوية الثقافية السعودية، والمساهمة في نشرها على المستوى الإقليمي والدولي، ولعل هيئة التراث من أبرز المؤسسات المعنية بتحقيق ذلك من خلال موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت، وحساباتها المختلفة عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل: إكس - يوتيوب - انستقرام.

يأتي ذلك في ضوء حالة الانفتاح على العالم من خلال أدوات الإعلام الرقمي، مما يزيد من احتمالية التأثير على الهوية الثقافية للمجتمع السعودي وخصوصاً أجيال النشء من المراهقين والشباب.

وفي ضوء ما سبق تستهدف الدراسة معرفة إلى أي مدى ساهمت تلك الجهود الإعلامية لهيئة التراث في تنمية أبعاد الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي، من خلال دراسة ميدانية يتم إجراؤها على عينة من الجمهور السعودي.

ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي: ما دور الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي؟

## تساؤلات الدراسة

1. ما درجة اهتمام الجمهور السعودي عينة الدراسة في متابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي.
2. ما دوافع استخدام الجمهور للوسائل الإعلامية لهيئة التراث في المملكة العربية السعودية؟
3. ما تفضيلات الجمهور السعودي للحسابات الرقمية التابعة لهيئة التراث على شبكة الإنترنت؟
4. ما مزايا الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث من وجهة نظر الجمهور السعودي؟
5. ما مستوى الهوية الثقافية المتشكل لدى الجمهور السعودي المتعرض للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث؟

### فروض الدراسة

- الفرض الأول: تسهم الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لديهم.

### أهداف الدراسة

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على: دور الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف:
- تحديد على درجة اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي.
  - الكشف عن دوافع استخدام الجمهور للوسائل الإعلامية لهيئة التراث في المملكة العربية السعودية.
  - رصد تفضيلات الجمهور للحسابات الرقمية التابعة لهيئة التراث على شبكة الإنترنت.
  - التعرف على مزايا الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث من وجهة نظر الجمهور السعودي.
  - معرفة مستوى الهوية الثقافية المتشكل لدى الجمهور السعودي المتعرض للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث.

### أهمية الدراسة

- الأهمية النظرية:
  - الربط بين مجال الإعلام الرقمي ممثلًا في الوسائط الرقمية مثل حسابات التواصل الاجتماعي ومفهوم الهوية الثقافية.
  - تناول مفهوم الهوية الثقافية من الجانب السياحي عن طريق إلقاء الضوء على هيئة التراث السعودية.
- الأهمية التطبيقية:
  - الخروج بنتائج من شأنها تفيد القائمين في هيئة التراث في استقطابها للجمهور وخاصة أجيال النشء والشباب.

- تقديم توصيات تفيد القائمين على تطوير الجانب السياحي والتراثي للمملكة.

### حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تتمثل في دور الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي.
- الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة الزمنية التي يقوم فيها الباحث بتطبيق أدوات الدراسة.
- الحدود المكانية للدراسة: تتمثل في مكان تطبيق أدوات الدراسة بالمملكة العربية السعودية.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة

#### الإعلام الرقمي:

تتمثل وظائف الشبكات الاجتماعية في أنها منبر حر لبعض الأفكار والتعبير الذاتي في العديد من القضايا والموضوعات التي تهم الفرد والجماعة، فضلاً على أنها تُعد أحد مصادر الأخبار والوقائع والأحداث، وتساعد القارئ والمتلقي المشارك على فهم العالم المحيط به في الداخل والخارج، من خلال القراءة والمشاركة بالرأي فيما يطرح من أخبار وأفكار حول ما يدور في الساحة المحلية والعالمية. (رمضان، إيمان، 2016)

#### الهوية الثقافية:

تعرف الهوية الثقافية على أنها "هي المميزات التي تميز وتخص حياة مجتمع بعينه وترتبط بالماضي والمستقبل، وهوية المجتمع ليست إستاتيكية ثابتة وليست ديناميكية بالمعنى التام بل هي تتطور بتطور حياة المجتمع بحيث يحافظ المجتمع على خصوصياته التي تكون دائماً مبعث للفخر والإيعاز بالانتماء". (الزواوي، عبير، 2012)

### الإطار النظري للدراسة

#### أولاً: نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر وسائل الإعلام أحد أهم الوسائل التي تترك أثراً مهماً على الفرد كوحدة بنائية أو على المجتمع ككل وما يمكن أن يرافقها من متغيرات ضمن الحركة التطورية لأي مجتمع، ولعل نظرية الغرس الثقافي واحدة من النظريات التي تتعرض لمثل هذا الموضوع حيث ظهرت هذه النظرية في السبعينات من القرن الماضي على

يد مؤسسها جربنر وقد تم تصنيفها ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من شأنها. (أبو زهرة، منال، 2012)

### 1. مفهوم النظرية:

تري النظرية "أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفي المشاهدة Heavy Viewers) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك اللذين يشاهدون كميات قليلة من برامج التلفزيون أو اللذين لا يشاهدون (قليلي المشاهدة Light Viewers) ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون". (عبد الحميد، محمد، 2000)

### 2. فروض النظرية:

أولاً: يعتبر التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلاً خاصاً لدراستها. فهو الوسيلة الوحيدة التي تدخل المنازل لساعات طويلة خلال اليوم، وتمد الأطفال بالرموز البيئية خلال التنشئة الاجتماعية لهم، وتلعب باقي الوسائل دورها بعد أن اكتسب الطفل القيم والعادات والاهتمامات في المنزل.

ثانياً: تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة. يرتبط الغرس كعملية ثقافية بإطار متماسك من المعلومات ومعاني المفاهيم العامة التي تتمثل في استجابات إلى أسئلة معينة أكثر من ارتباطه بحقائق أو معتقدات معزولة، فالتنوع في شكل البرامج أو أساليب تقديمها لا يتم التركيز عليه في تحليل الغرس، لأن التحليل يتم أساساً بالأفكار والصور العامة التي تقدمها البرامج ككل حيث يهتم التلفزيون ببناء الأفكار، ونماذج التفاعل الاجتماعي، وتقديم النماذج الاجتماعية ليعبر عن الثبات والاستقرار والتماسك في الحياة والعالم، وهذا هو أساس هدف عملية التحليل الثقافي. (مكاوي وليلى، 2010)

ثالثاً: تحليل نظم الرسالة العامة للتلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس. من خلال أسئلة المسح التي يجب أن تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتباره أفكاراً للغرس، لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة، مع التركيز على قياس المشاهدة الكلية بدلاً من الأسئلة الخاصة بالتفضيل التي قد تؤدي إلى نتائج مضللة.

رابعاً: يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع. تتأثر عملية الغرس بالرموز الشائعة في المجتمعات لمدة طويلة على الرغم من مشاركة أو تفاعل وسائل أخرى بجانب الظروف الحياتية في هذه العملية، ولا تغفل الدور المستقل للتلفزيون في غرس الأطر المعرفية، لذا فإنه يتم التركيز في عملية التحليل على أهمية القياس الكلي للوظائف الرمزية للرسائل التلفزيونية لأغراض اختبار عملية الغرس من خلال المقارنة بين الجماعات، والمقارنة مع الصور الرمزية الشائعة في التلفزيون (الاتجاه السائد).

خامساً: تساعد المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية. فهي تزيد من الأسواق والثروة والقوة، والاختيارات التي تدعم في مجموعها في النهاية عملية الغرس وأهدافها.

سادساً: يركز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة. حيث أن الثقافة هي العملية الرمزية التي يتم من خلالها غرس المفاهيم والأنماط السلوكية الضرورية في عملية التنشئة الاجتماعية للإنسان كما يساهم التلفزيون كوسيلة إعلامية بغرس هذه المفاهيم أو الأنماط السلوكية المتماسكة، وبذلك يساهم في تحقيق التجانس بين الأفراد والجماعات في هذه المجالات. (عبد الحميد، محمد، 2000).

#### ثانياً: الإطار المعرفي:

##### • مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها أحد أشكال التواصل الإلكتروني كمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، والتي يعمل المستخدمون من خلالها على إنشاء مجتمعات على الإنترنت لتبادل المعلومات، والأفكار، والرسائل الشخصية، وغير ذلك من المحتويات. (AMELIA C. STRICKL، 2014) مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن شبكات فعالة على شبكة الإنترنت في ظل عالم افتراضي يتخطى فيه الفاعلون حدود الزمان والمكان، ويسمح فيها ببناء علاقات وتقاسم التجارب وتبادل الأخبار والمعارف وتشارك المعلومات والأنشطة التي تستخدم لأغراض عديدة ذات تأثيرات مختلفة تتوقف على طبيعة الاستخدام من قبل المراهقين. (العمرى، عبد الرحمن، 2018)

##### • الهوية الثقافية:

تعرف الهوية الثقافية بأنها معطى إنساني عام، يختزل الذات أو ال "أنا" الشخصية للفرد أو الجماعة، بمقابل الآخر، القريب أو البعيد، في صراعها من أجل البقاء، سواء على مستوى تأمين الاحتياجات الروحية

والجسدية، أو على مستوى مواجهة الأخطار الطارئة التي تهدد وجود، بكل أشكالها الطبيعية والبشرية.  
(وردي، محمد، 2018)

وللثقافة أربعة عناصر مهمة، وهي:

أ. عناصر معرفية: وتشمل المعرفة والمعلومات التي جمعها أعضاء ثقافة معينة بهدف وصف واستخدام وفهم البيئة المحيطة.

ب. نسق المعتقدات: ويشتمل على كم من الأفكار والعلاقات التي يؤمن بها المنتسب إلى الثقافة إيماناً راسخاً.

ت. نسق للقيم والمعايير: وهي تشتمل على المفاهيم والتصورات المثالية.

ث. عناصر رمزية: وتشتمل على مختلف وسائل الاتصال وأهمها اللغة. (الحفناوي، 2014).

### الدراسات السابقة

1. دراسة (عمار مطشر شنته، 2024)، بعنوان: "دور الإعلام المرئي في تعزيز الهوية الثقافية برنامج فضاءات ثقافية قناة العراقية انموذجاً".

تهدف الدراسة إلى استكشاف دور برنامج "فضاءات ثقافية" على قناة العراقية في تعزيز الهوية الثقافية من خلال ثلاثة محاور رئيسية: الدور المعرفي، الدور السلوكي، والدور الوجداني.

تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لطرح التساؤل الرئيسي حول كيف يساهم الإعلام المرئي في تعزيز الهوية الثقافية، مع التركيز على برنامج "فضاءات ثقافية" كأنموذج. وذلك باستخدام المنهج المسحي الوصفي وأداة الاستبيان، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (100) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: تبين أن برنامج "فضاءات ثقافية" يلعب دوراً معرفياً فعالاً في زيادة الوعي الثقافي لدى الجمهور. كما أثبت البحث أن البرنامج يؤثر بشكل ملحوظ على سلوكيات الجمهور تجاه الثقافة والأنشطة الثقافية كمساهم رئيسي في تعزيز الهوية الثقافية. بالإضافة إلى ذلك، يساهم البرنامج بشكل فعال في تعزيز الوعي الثقافي الوجداني، مما يعزز الارتباط بالتراث الثقافي المحلي ويزيد من شعور الفخر والانتماء إلى الثقافة المحلية.

2. دراسة (أحمد علي الزهراني، 2024)، بعنوان: "استخدامات الصورة الصحفية في تعزيز الهوية الثقافية للمملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية لمحتوى الصور في حساب وزارة الثقافة على موقع إكس":

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الصورة الصحفية في تعزيز الهوية الثقافية السعودية من خلال تحليل الصور الصحفية المستخدمة في حساب وزارة الثقافة السعودية في منصة إكس. كذلك تقدم الدراسة فهماً أعمق لكيفية استخدام الصور كأداة لتعزيز الفخر الوطني والتوعية الثقافية.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على منهجي التحليل الكيفي، ومنهج المسح بالعينة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة من الصور الصحفية المنشورة في الحساب الرسمي لوزارة الثقافة السعودية على منصة إكس والتي تساهم في تعزيز الهوية الثقافية بالمملكة العربية السعودية، مع التركيز على كيفية توظيف الصور في وسائل الإعلام المختلفة لنقل التراث الثقافي والترويج للقيم الوطنية، وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: تبين أن الصور التي نشرتها وزارة الثقافة السعودية على منصة تويتر (إكس) قدمت نماذج مهمة لدراسة كيفية استخدام الصور لتعزيز الهوية الثقافية وإبراز الإنجازات الوطنية. سواء كانت الصور توثق معالم تاريخية مثل قصر الملك عبدالعزيز أو تبرز الأحداث الثقافية مثل حفل تكريم خريجي برنامج الابتعاث الثقافي، مما يعكس عمق الاستراتيجيات البصرية المستخدمة في التواصل مع الجمهور.

3. دراسة (نادية جمال الدين حسن محمد، 2024)، بعنوان: "تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب المصري The impact of digital communication technology on the cultural identity of Egyptian youth":

تهدف الدراسة إلى الكشف عن تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب، والتعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي في العادات والتقاليد الثقافية واللغة للشباب.

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، واستخدمت منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واعتمدت على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب المترددين على مقاهي الإنترنت بمحافظة القاهرة، وتمثلت عينة البحث في الاعتماد على أسلوب كرة الثلج، من الشباب في الفئة العمرية (18-29) من مرتادي مقاهي الإنترنت بلغ قوامها (179) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: جاء أكبر تأثير لاستخدام تكنولوجيا التواصل الرقمي على الهوية الثقافية للشباب على العادات والتقاليد، يليها في التأثير على الهوية العربية، وأقلهم في التأثير على اللغة العربية. كما أكدت نتائج البحث على وجود تأثير موجب مباشر دال إحصائياً عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا التواصل الرقمي على الهوية الثقافية للشباب. وأن هناك علاقة طردية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين استخدام الشباب لتكنولوجيا التواصل الرقمي وبعض المتغيرات الاجتماعية ك (للحالة لتعليمية - ومستوى الدخل). كما أكدت نتائج البحث على وجود فروق دالة إحصائياً في استخدام تكنولوجيا التواصل الرقمي عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الشباب الذكور والإناث، لصالح الذكور". بمعنى أن الشباب الذكور أكثر استخداماً لتكنولوجيا التواصل الرقمي عن الإناث.

4. دراسة (عبد الرحمن المالكي، سالم الحبابي، وعبد الوهاب السلمي، 2024)، بعنوان: "أثر استخدام التيك توك على الهوية الثقافية لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدينة مكة المكرمة":

تهدف الدراسة إلى رصد واقع استخدام برنامج التيك توك لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة وبيان أثره على الهوية الثقافية بجوانبها الدينية واللغوية والتاريخية لدى هؤلاء الطلاب، والتحقق من وجود فروق في متوسطات العينة البحثية حول مدى تأثير هوياتهم وفق طول مدة الاستخدام للبرنامج، ومعرفة طبيعة العلاقة التنبؤية بين استجابات الطلاب وأثره على مستوى الهوية الثقافية لديهم.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت عينة الدراسة من (280) طالباً وطالبة بالمرحلة الثانوية بمكة، تم توزيعهم بيانياً حسب متغيري العمر والنوع، وذلك باستخدام أداة الاستبيان كأداة جمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن استخدام أغلب العينة (كبير) نسبة (66,8%)، وجاءت أعلى الأسباب والدوافع لاستخدام طلبة المرحلة الثانوية لبرنامج التيك توك لرؤية العالم ثم لوجود وقت فراغ، جاء محور التعرف على أثر استخدام التيك توك على الهوية الثقافية في كل الأبعاد (مرتفع) كما وجد تأثير موجب (علاقية طردية) دال إحصائياً عند (0,01) بين استخدام برنامج التيك توك وتأثر الهوية الثقافية لدى طلبة المرحلة الثانوية بمكة المكرمة؛ حيث بلغت قيمة ت (44.007)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,01)؛ حيث إن قيمة الدلالة (0.000) أقل

من مستوى الدلالة (0,05)، أي أنه كلما تم استخدام التيك توك، كلما زاد تأثير الهوية الثقافية لطلبة المرحلة الثانوية بمكة.

5. دراسة (أشواق حامد السليهي، 2024)، بعنوان: "سيمائية الهوية الثقافية السعودية دراسة تطبيقية على برامج وزارة الثقافة برنامج (من وحي ثقافتنا أنموذجًا)":

تهدف الدراسة إلى دراسة سيميائية الهوية الثقافية السعودية عن طريق التعريف بالهوية الثقافية وأهميتها، وذكّر أبرز المصادر التي أدت إلى تشكّلها، والتحديات التي تُواجهها، بالإضافة إلى كيفية تعزيزها، ومن ثمّ عرّض بعض مظاهر الهوية الثقافية في المجتمع السعودي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأتخذت السيميائية الثقافية أداةً رئيسيةً لتحليل الرموز الثقافية التي تكشف عن هوية المجتمع السعودي، وتمثلت عينة الدراسة في برنامج (وحي ثقافتنا) على منصة اليوتيوب.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: استخلصت الدراسة عددًا من النتائج والتوصيات التي أكدت في معظمها أهمية دور السيميائية الثقافية في الكشف عن المعنى، ودراسة الظواهر الثقافية في المجتمع من منظور سيميائي، بالإضافة إلى اهتمام السيميائية الثقافية بثقافة المجتمع، وتحليل الرموز الثقافية فيه، وقدرتها على إنتاج نظامٍ دلالي يرمز لهوية المجتمع الثقافية.

6. دراسة (سعد عبود الحارثي، 2024)، بعنوان: "دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية":

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى الطلاب.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة من طلاب الجامعات السعودية قوامها (400) مفردة، وذلك باستخدام أداة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية بين الطلاب. جاءت عبارة "تقوم المنصات الرقمية للجامعات بدور هام في ترسيخ الثقافة المجتمعية." في مقدمة اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم

به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 82.3، يليها عبارة "تقدم المنصات الرقمية عدد من الأنشطة الثقافية والمسابقات والفنون" بوزن نسبي 81.3.

7. دراسة (محمد المحاسنة، 2023)، بعنوان: "حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي دراسة ميدانية على طلبة جامعة البلقاء":

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير العصر الرقمي على الهوية الثقافية لطلاب قسم الفنادق والدراسات السياحية في جامعة البلقاء بالأردن. مع ظهور التكنولوجيا الرقمية، أصبح لدى الطلاب الآن القدرة على الوصول إلى كميات ضخمة من المعلومات، ولكنهم يواجهون صعوبة في فرزها والتمييز بين الحقائق والخيال.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (109) مفردة من طلاب التدريب الفندقي والبيكالوريوس والدبلوم بقسم العلوم الفندقية والسياحية بكلية العقبة بالأردن، وذلك باستخدام أداة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أظهرت النتائج تحديات في التواصل مع السائحين بسبب عقبات اللغة، وتوجه العاملين بالقطاع السياحي لاعتناق ثقافات أخرى على تتعارض مع هويتهم الأصلية، وتكدس السياح في المناطق الأثرية فقط وتجاهل المناطق الأخرى، والحاجة لتقديم الدعم الأفضل لطمأنة السياح لممارسة طقوسهم الدينية. أوصت الدراسة بتوفير دورات تدريبية في اللغات للعاملين بالقطاع السياحي، وتعزيز المحافظة على هويتهم الأصلية من خلال وسائل الإعلام والتسويق الرقمي، وتشجيع السياحة الثقافية للحفاظ على هوية المناطق المختلفة. كما اقترحت تطوير تطبيقات محمولة تقدم للسياح معلومات عن الجغرافيا والهوية الثقافية والتاريخية للمواقع السياحية والأماكن الدينية المختلفة.

8. دراسة (مجانى باديس، ومرازقة باتنة، 2023)، بعنوان: "أثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري-دراسة ميدانية على طلبة جامعة الحاج لخضر-باتنة":

تهدف الدراسة إلى معرفة الأثر الذي أحدثته وسائل الإعلام المختلفة على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، ومعرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة، وكذا الوسيلة الإعلامية المفضلة لديه للوصول إلى مدى الأثر الذي تركته وسائل الإعلام على الهوية الثقافية.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قصدية قوامها (100) مفردة من الذكور والإناث من طلبة الإعلام والاتصال وطلبة الأدب العربي بجامعة الحاج لخضر باتنة، وذلك باستخدام استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: توصلت الدراسة إلى أن طلبة الآداب العربي الذين يرون أن المواضيع المطروحة في وسائل الإعلام تساعدهم على التمسك بقيمهم ومبادئهم (48%)، بينما جاءت النسبة لطلبة الإعلام والاتصال (56%)، كما توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يرون أن ما يعرض في وسائل الإعلام غيرت هويتنا الثقافية هي (48%)، ولدى طلبة الإعلام والاتصال بنسبة (52%).

#### 9. دراسة (السيد محمد أبو شعيشع، 2022)، بعنوان: "الاتجاهات البحثية العربية المعاصرة في دراسة تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية":

تهدف الدراسة إلى رصد الدراسات والأبحاث العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وتوصيفها وتحليلها تحليلاً نقدياً كفيلاً من المستوى الثاني. كما سعت الدراسة لتقديم توصيف وتفسير لمفهوم الهوية الثقافية في ضوء التغيرات التي حدثت في البيئة الإعلامية في الوقت الراهن.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات التحليلية الكيفية، واعتمدت على دراسات المستوى الثاني من حيث المنهج، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية متاحة من البحوث والدراسات العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية وقوامها (106) دراسة من مختلف الدول العربية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: خلصت الدراسة من خلال عملية التحليل الكيفي للبحوث عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية من 2011 إلى عام 2022 إلى أنها تندرج ضمن سبع فئات عريضة من الناحيتين المنهجية والإجرائية؛ والتي جاءت على النحو التالي: أنواع البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية -الموضوعات التي تمحورت حولها البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وكيفية صياغتها كمشكلة بحثية -الأطر المعرفية والمفاهيم التي عالجت تلك البحوث -تصنيفات المناهج التي برز استخدامها في هذه البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية -الأطر النظرية التي استخدمت في تلك البحوث -أبرز النتائج التي أظهرتها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات

الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية -التوصيات التي خرجت بها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.

**10. دراسة (علي الوحيشي، 2018)، بعنوان: "أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية":**

تهدف الدراسة إلى إبراز مفهوم الهوية الثقافية، وبيان أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والإدراك المعرفي، وكذلك الكشف عن أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الثقافية.

تعتمد الدراسة على منهج التحليل الوصفي في وصف وتحليل أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والمعرفية، وكيفية التقليل من مخاطره من ناحية، وتحليل أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية من ناحية أخرى.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أحدث الإعلام الجديد نقلة نوعية في مختلف ميادين المعرفة إلى جانب تعزيز الترابط، والتكامل بين الأفراد من ثقافات مختلفة، وهو ما عجزت عن توفيره وسائل الإعلام التقليدي، وأصبح الإعلام الجديد حقيقة واقعة يجب التعامل بإيجابياتها وسلبياتها، ويتطلب ذلك توجيه الشباب المسلم سواء من الأسرة أو المجتمع للاستخدام الأمثل لهذه التقنية.

### التعليق على الدراسات السابقة

- يظهر من خلال الدراسات السابقة ثمة وجود علاقة منطقية بين الإعلام الرقمي بأدواته المختلفة والهوية الثقافية، مما يعني قابلية الربط بين المتغيرين وهو ما ظهر في أكثر من دراسة.
- يتبين تنوع أوجه وأبعاد الهوية الثقافية، وذلك يشير إلى شمولية هذا المفهوم ليضم عدد من الجوانب والأبعاد المختلفة.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة الفكرة، واختيار الوسيط المناسب والملائم لدراسته ممثلًا في هيئة التراث السعودية.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحث على بلورة مشكلة الدراسة، واختيار المنهج والأداة المناسبة أيضًا.

## الإطار المنهجي للدراسة

### نوع الدراسة

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

### منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي.

### مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي المستخدم للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي. تتمثل عينة الدراسة في عينة قوامها (300) مفردة من الذكور والإناث المستخدم للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي.

### أداة البحث

تستخدم الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك بالتطبيق على عينة من الجمهور السعودي المستخدم للأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودي.

### اختبار الصدق والثبات

صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة في قياس نتائج الدراسة:

لتحديد درجة صلاحية ومدى الاعتماد على الأداة المستخدمة في قياس استجابات مفردات العينة، قام الباحث باستخدام كلاً من معاملي الصدق والثبات:

- تم حساب معامل الثبات (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج وكذلك تم حساب معامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

- قام الباحث بإجراء الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (30) مفردة من مجتمع الدراسة، لكي يتم التأكد من وضوح بنود الاستبيان لدى المستقضي منهم، ويوضح الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بحساب كل من درجة المصدقية ومعامل الثبات، وقد تبين الآتي:

- صلاحية صدق جميع أبعاد الاستبانة، حيث أكد على ذلك قيم معاملات الصدق التي تراوحت ما بين (0.849: 0.938) وهذا يدل على صلاحية جميع الأبعاد.
- أكدت قيم كرو نباخ ألفا على الاعتمادية على هذه الأبعاد بشكل كبير حيث تراوحت قيم معامل الثبات Cronbach's Alpha ما بين (0.722: 0.880) مما يعكس درجة عالية من ثبات أبعاد الاستبانة الدراسة.

### الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة

- **التوزيعات التكرارية:** لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليه كل إجابة، منسوبةً إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة ويعطي صورة أولية عن إجابة أفراد مجتمع الدراسة على العبارات المختلفة.
  - **الثبات:** للتأكد من أن الاختبار قادرٌ على أن يحقق دائماً النتائج نفسها في حالة تطبيقه مرتين على نفس المجموعة.
  - **المتوسط الحسابي:** يستعمل لتحديد درجة تمركز إجابات المبحوثين عن كل فقرة، حول درجات المقياس، وذلك لمعرفة مدى توفر متغيرات كل محور من محاور الدراسة.
  - **المتوسط الحسابي المرجح أو الموزون.**
  - **الانحراف المعياري:** يستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
  - **اختبار تي (Independent Sample T – Test):** لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموغرافية ثنائية الإجابة وبعض متغيرات الدراسة.
  - **اختبار التباين الأحادي:** لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموغرافية وبعض متغيرات الدراسة.
  - **الاختبارات البعدية Post Hoc Tests** بطريقة أقل فرق معنوي **Least Significance Difference** والمعروف بـ **L.S.D** لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
  - **معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

## الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للعوامل الديموغرافية

المتغيرات	ك	%
الفئة العمرية للمبحوثين	بين ١٨-٢٨ سنة	25.7%
	بين ٢٩-٣٩ سنة	43.3%
	بين ٤٠-٥٠ سنة	23.7%
	أكبر من ٥٠ سنة	7.3%
النوع	ذكر	50.3%
	أنثى	49.7%
المستوى التعليمي للمبحوثين	ثانوي وما دون	19.3%
	بكالوريوس	64.0%
	ماجستير	12.0%
	دكتوراه	4.7%
الإجمالي	300	

## نتائج الدراسة

أ. النتائج العامة للدراسة:

1. درجة اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودية:

جدول رقم (2): درجة اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودية

مدى المشاركة	ك	%
دائماً	183	61.0%
أحياناً	66	22.0%
نادراً	51	17.0%
الإجمالي	300	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

تبين أن الجمهور السعودي عينة الدراسة يهتم بمتابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودية بمعدل (دائماً)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (61%).

وفي الترتيب الثاني جاء الجمهور السعودي ممن يهتم بمتابعة الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودية بمعدل (أحياناً)، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (22%)، فيما جاء الجمهور السعودي ممن

يتابع الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث السعودية بمعدل (نادراً) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (17%).

## 2. معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث السعودية أسبوعياً:

جدول رقم (3): معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث السعودية أسبوعياً

الفقرات	ك	%
من مرتين إلى 4 مرات	146	48.7%
مرة واحدة	122	40.7%
أكثر من 4 مرات	32	10.7%
الإجمالي	300	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

يستخدم الجمهور السعودي عينة الدراسة الحسابات الرقمية لهيئة التراث السعودية (من مرتين إلى 4 مرات) أسبوعياً، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (48.7%).

وفي الترتيب الثاني جاء الجمهور السعودي ممن يستخدم الحسابات الرقمية لهيئة التراث السعودية (مرة واحدة) أسبوعياً، بنسبة (40.7%)، فيما جاء الجمهور السعودي ممن يستخدم الحسابات الرقمية لهيئة التراث السعودية (أكثر من 4 مرات) أسبوعياً بالترتيب الثالث والأخير، وذلك بنسبة مئوية بلغت (10.7%).

## 3. تفضيلات الجمهور السعودي للوسائط الرقمية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت:

جدول رقم (4): تفضيلات الجمهور السعودي للوسائط الرقمية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت

الوسائط الرقمية لهيئة التراث	ك	%
حساب الهيئة على موقع إكس	102	34.0%
موقع الهيئة الرسمي على شبكة الإنترنت	91	30.3%
حساب الهيئة على موقع إنستجرام	86	28.7%
حساب الهيئة على موقع اليوتيوب	21	7.0%
الإجمالي	300	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

يرى الباحثون من الجمهور السعودي أن (حساب الهيئة على موقع إكس) جاء في مقدمة الوسائط الرقمية لهيئة التراث التي يفضلون استخدامها، وذلك بنسبة مئوية بلغت (34%).

وفي الترتيب الثاني جاء وسيط (موقع الهيئة الرسمي على شبكة الإنترنت) وذلك بنسبة مئوية بلغت (30.3%)، تله وسيط (حساب الهيئة على موقع انستجرام) في الترتيب الثالث بنسبة (28.7%)، فيما جاء وسيط (حساب الهيئة على موقع اليوتيوب) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (7%).

4. دوافع استخدام الجمهور السعودي للوسائط الإعلامية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت:

جدول رقم (5): دوافع استخدام الجمهور السعودي للوسائط الإعلامية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت

الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا يحدث		أحياناً		دائمًا		الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	
دائمًا	.55345	2.6067	3.3%	10	32.7%	98	64.0%	192	1. للتعرف على الأنشطة المتعلقة بالتراث.
دائمًا	.65479	2.4033	9.3%	28	41.0%	123	49.7%	149	2. لمعرفة معلومات عن الثروة الثقافية والمواقع الأثرية بالمملكة.
أحياناً	.78336	2.2200	22.0%	66	34.0%	102	44.0%	132	3. للتعرف على معلومات جديدة.
أحياناً	.70722	2.1467	18.7%	56	48.0%	144	33.3%	100	4. لتتعرف على مشروعات وجهود المملكة في مجال التراث والآثار.
أحياناً	.63383	2.1400	14.0%	42	58.0%	174	28.0%	84	5. للترفيه والتسلية.
أحياناً	.69214	2.0767	20.3%	61	51.7%	155	28.0%	84	6. لأنني أحب مجال الآثار والتراث.
أحياناً	.69008	2.0733	20.3%	61	52.0%	156	27.7%	83	7. بحكم العادة والتعود.

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

جاء دافع (للتعرف على الأنشطة المتعلقة بالتراث) في مقدمة دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة الدراسة للوسائط الإعلامية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.60).

وفي الترتيب الثاني جاء دافع (لمعرفة معلومات عن الثروة الثقافية والمواقع الأثرية بالمملكة)، وذلك بمتوسط (2.40)، يليه دافع (للتعرف على معلومات جديدة) في الترتيب الثالث بمتوسط (2.22)، ثم دافع (للتعرف على مشروعات وجهود المملكة في مجال التراث والآثار) في الترتيب الرابع بمتوسط (2.146)، تلاه دافع (للترفيه والتسلية) في الترتيب الخامس بمتوسط (2.140).

وجاء دافع (لأنني أحب مجال الآثار والتراث) في الترتيب السادس، وذلك بمتوسط (2.076)، تلاه دافع (بحكم العادة والتعود) في الترتيب السابع بمتوسط (2.073).

#### 5. تفضيلات الجمهور السعودي لعناصر عرض المحتوى بالحسابات الرقمية التابعة لهيئة التراث:

جدول رقم (6): تفضيلات الجمهور السعودي لعناصر عرض المحتوى بالحسابات الرقمية التابعة لهيئة التراث

الأجهزة	ك	%
الفيديو.	197	65.7%
الصور.	167	55.7%
النصوص المكتوبة.	142	47.3%
الإجمالي	300	

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

جاءت (الفيديوهات) في مقدمة تفضيلات الجمهور السعودي عينة الدراسة لعناصر عرض المحتوى بالحسابات الرقمية التابعة لهيئة التراث، وذلك بنسبة مئوية بلغت (65.7%). وفي الترتيب الثاني جاءت (الصور) بنسبة (55.7%)، تلتها (النصوص المكتوبة) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (47.3%).

#### 6. وجهة نظر الجمهور السعودي في مزايا الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث:

جدول رقم (7): وجهة نظر الجمهور السعودي في مزايا الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث

مزايا الأنشطة الإعلامية	ك	%
العرض المميز للموضوعات	102	34.0%
الاستعانة بالنصوص والوسائط المتعددة.	91	30.3%
التحديث المستمر.	86	28.7%
التنوع في الموضوعات.	21	7.0%
الإجمالي	300	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين من الجمهور السعودي أن (العرض المميز للموضوعات) جاء في مقدمة مميزات الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث على شبكة الإنترنت، وذلك بنسبة مئوية بلغت (34%) وفي الترتيب الثاني جاءت ميزة (الاستعانة بالنصوص والوسائط المتعددة) وذلك بنسبة مئوية بلغت (30.3%)، تلتها ميزة (التحديث المستمر) في الترتيب الثالث بنسبة (28.7%)، فيما جاءت ميزة (التنوع في الموضوعات) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (7%).

## 7. وجهة نظر الجمهور السعودي نحو جوانب الهوية الثقافية المقدمة في الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث:

جدول رقم (8): وجهة نظر الجمهور السعودي نحو جوانب الهوية الثقافية المقدمة في الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث

الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		التأثير
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	.49452	2.6400	7.0%	2	34.7%	104	64.7%	194	1. تمتلك المملكة العديد من الآثار داخل حدود المملكة.
موافق	.57323	2.5500	4.0%	12	37.0%	111	59.0%	177	2. المملكة لديها تاريخ من التقاليد الشفهية والممارسات الاجتماعية والطقوس والمناسبات الاحتفالية.
موافق	.62913	2.5467	7.3%	22	30.7%	92	62.0%	186	3. يوجد آثار تابعة للمملكة في المناطق البحرية الخاضعة لسيادتها.
موافق	.70355	2.4000	12.7%	38	34.7%	104	52.7%	158	4. الحرف اليدوية هي جزء أصيل من تراث المملكة.
موافق	.60969	2.3867	6.7%	20	48.0%	144	45.3%	136	5. الديانة الإسلامية مكون رئيسي في الهوية الثقافية للمملكة.
موافق	.63043	2.3567	8.3%	25	47.7%	143	44.0%	132	6. هيئة التراث تقوم بعمل مشروعات لتدعيم الهوية الثقافية.

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

جاءت عبارة (تمتلك المملكة العديد من الآثار داخل حدود المملكة) في مقدمة آراء الجمهور السعودي نحو جوانب الهوية الثقافية المقدمة في الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.64).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (المملكة لديها تاريخ من التقاليد الشفهية والممارسات الاجتماعية والطقوس والمناسبات الاحتفالية) بمتوسط (2.55)، تلتها عبارة (يوجد آثار تابعة للمملكة في المناطق البحرية الخاضعة لسيادتها). في الترتيب الثالث بمتوسط (2.54).

وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (الحرف اليدوية هي جزء أصيل من تراث المملكة) بمتوسط (2.40)، تلتها عبارة (الديانة الإسلامية مكون رئيسي في الهوية الثقافية للمملكة) في الترتيب الخامس بمتوسط

(2.38)، فيما جاءت عبارة (هيئة التراث تقوم بعمل مشروعات لتدعيم الهوية الثقافية) في الترتيب السادس بمتوسط (2.35).

8. وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة إسهام الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم.

جدول رقم (9): وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة إسهام الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم

وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة إسهام الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم	ك	%
تسهم بشكل كبير	258	86.0%
تسهم إلى حد ما	40	13.3%
لا تسهم مطلقاً	2	.7%
الإجمالي	300	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين من الجمهور السعودي أن الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث (تسهم بشكل كبير) في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (86%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث (تسهم إلى حد ما) في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (13.3%)، تلاهم المبحوثين ممن يرون أن الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث (لا تسهم مطلقاً) في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم، وذلك في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (7%).

ب. نتائج اختبار فروض الدراسة:

• الفرض الأول: تسهم الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي:

جدول (10): نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين إسهام الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي

تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي	إسهام حساب الأمن العام		الاتجاه العلاقة	الدلالة
	العدد	معامل الارتباط R		
	300	0,174	موجبة	دالة عند 0,01

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:  
تشير نتائج اختبار "سبيرمان" إلى أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين إسهام الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي، حيث بلغت قيمة "R" (0,174) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01.  
وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل: تسهم الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث في تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي.

• الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لديهم:

جدول (11): نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لديهم

الدلالة	اتجاه العلاقة	معدل استخدام الجمهور للحسابات الرقمية لهيئة التراث		تنمية الهوية الثقافية لدى الجمهور السعودي
		معامل الارتباط R	العدد	
دالة عند 0,01	موجبة	0,375	300	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:  
تشير نتائج اختبار "سبيرمان" إلى أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لديهم، حيث بلغت قيمة "R" (0,375) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01. مما يدل على صحة الفرض.

وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي للحسابات الرقمية لهيئة التراث وتنمية الهوية الثقافية لديهم.

## النتائج

تتلخص النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- يرى المبحوثين من الجمهور السعودي أن (حساب الهيئة على موقع إكس) جاء في مقدمة الوسائط الرقمية لهيئة التراث التي يفضلون استخدامها، وذلك بنسبة مئوية بلغت (34%)

- وفي الترتيب الثاني جاء وسيط (موقع الهيئة الرسمي على شبكة الإنترنت) وذلك بنسبة مئوية بلغت (30.3%)، تله وسيط (حساب الهيئة على موقع انستجرام) في الترتيب الثالث بنسبة (28.7%).
- جاء دافع (للتعرف على الأنشطة المتعلقة بالتراث) في مقدمة دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة الدراسة للوسائط الإعلامية لهيئة التراث السعودية على شبكة الإنترنت، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.60). وفي الترتيب الثاني جاء دافع (لمعرفة معلومات عن الثروة الثقافية والمواقع الأثرية بالمملكة)، وذلك بمتوسط (2.40)، يليه دافع (للتعرف على معلومات جديدة) في الترتيب الثالث بمتوسط (2.22).
- جاءت عبارة (تمتلك المملكة العديد من الآثار داخل حدود المملكة) في مقدمة آراء الجمهور السعودي نحو جوانب الهوية الثقافية المقدمة في الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.64). وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (المملكة لديها تاريخ من التقاليد الشفهية والممارسات الاجتماعية والطقوس والمناسبات الاحتفالية) بمتوسط (2.55)، تلتها عبارة (يوجد آثار تابعة للمملكة في المناطق البحرية الخاضعة لسيادتها). في الترتيب الثالث بمتوسط (2.54).
- ويرى المبحوثين من الجمهور السعودي أن الأنشطة الإعلامية الرقمية لهيئة التراث (تسهم بشكل كبير) في زيادة مستوى الهوية الثقافية لديهم، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (86%).

## المراجع

- رمضان، إيمان السيد جمعة. دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2016).
- الزواوي، عيبر (2012 م)، التدخل المهني بطريقة خدمة الجماعة وتنمية الهوية الثقافية للمراهقين مستخدمي الإنترنت: "دراسة شبه تجريبية مطبقة على نادي تكنولوجيا المعلومات بمركز شباب كفر الشيخ". (المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرون للخدمة الاجتماعية -الخدمة الاجتماعية في ظل الدولة المدنية الحديثة)؛ القاهرة: 357-358.
- شنته، عمار مطشر. دور الإعلام المرئي في تعزيز الهوية الثقافية برنامج فضاءات ثقافية قناة العراقية أنموذجاً، 2024.

- 
- الزهراني، أحمد علي. دور الإعلام المرئي في تعزيز الهوية الثقافية برنامج فضاءات ثقافية قناة العراقية أنموذجاً، 2024.
  - محمد، نادية جمال الدين حسن. "تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب المصري The impact of digital communication technology on the cultural identity of Egyptian youth، 2024.
  - المالكي، عبد الرحمن المالكي، الحبابي، سالم، والسلمي، عبد الوهاب. أثر استخدام التيك توك على الهوية الثقافية لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدينة مكة المكرمة، 2024.
  - السليهي، أشواق حامد. سيميائية الهوية الثقافية السعودية دراسة تطبيقية على برامج وزارة الثقافة برنامج (من وحي ثقافتنا أنموذجاً)"، 2024.
  - الحارثي، سعد عبود. دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية، 2024.
  - المحاسنة، محمد. حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي دراسة ميدانية على طلبة جامعة البلقاء، 2023.
  - باديس، مجاني، وباتنة، مرازقة. أثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية على طلبة جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2023.
  - أبو شعيشع، السيد محمد. "الاتجاهات البحثية العربية المعاصرة في دراسة تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، 2022.
  - الوحيشي، علي. أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية"، 2018.
  - أبوزهرة، منال، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012 م)، 339.
  - عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط 2، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2000 م)، 267-268.
  - مكاي، حسن عماد، وحسين السيد، ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 9، (بيروت: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، 2010 م)، 305-306.
-

- 
- العمري، عبد الرحمن بن عبدالله عبد الرحمن. الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الإنسانية، 2018. ص 143.
- AMELIA C. STRICKL, EXPLORING the EFFECTS of SOCIAL MEDIA USE on the MENTAL HEALTH of YOUNG ADULTS, Advertising and Public Relations in the College of at the University of Central Florida, 2014, p. 2.