

أثر الإعلام الرقمي على تعزيز الهوية الوطنية: الدور
الوسيط للتفاعل الجماهيري في المملكة العربية السعودية



إعداد

محمد خالد الديباس

أولاً: تحديد المتغيرات

➤ المتغير المستقل: الإعلام الرقمي

الرقم	البُعد	الشرح المختصر
١	منصات التواصل الاجتماعي	استخدام منصات مثل تويتر وسناب شات وإنستغرام في نشر المحتوى الإعلامي الوطني
٢	المواقع الإخبارية الإلكترونية	المواقع والصحف الرقمية التي تنقل الأخبار والأحداث الوطنية
٣	المحتوى المرئي الرقمي	الفيديوهات والأفلام الوثائقية والبودكاست ذات المضمون الوطني
٤	التطبيقات الإعلامية الذكية	التطبيقات المخصصة لنشر المحتوى الإعلامي والوطني على الأجهزة الذكية

أولاً: تحديد المتغيرات

➤ المتغير الوسيط: التفاعل الجماهيري

الشرح المختصر	البُعد
تفاعل الجمهور بالإعجاب والتعليق والمشاركة على المحتوى الوطني الرقمي	١ المشاركة الإلكترونية
النقاشات والحوارات التي يخوضها أفراد المجتمع حول القضايا الوطنية عبر المنصات الرقمية	٢ الحوار المجتمعي الرقمي
إعادة نشر ومشاركة المحتوى ذي الطابع الوطني بين المستخدمين	٣ نشر المحتوى الوطني وتداوله
المشاركة في الحملات والهاشتاقات الوطنية والتفاعل مع المناسبات الوطنية رقمياً	٤ التضامن الرقمي مع القضايا الوطنية

أولاً: تحديد المتغيرات

➤ المتغير التابع: تعزيز الهوية الوطنية

الرقم	البُعد	الشرح المختصر
١	الانتماء الوطني	شعور الفرد بالارتباط بوطنه والفخر بالانتماء إليه
٢	الاعتزاز بالموروث الثقافي	تقدير الفرد للتراث والعادات والتقاليد الوطنية والحرص على إبرازها
٣	الوعي بالقيم الوطنية	إدراك الفرد للقيم والمبادئ التي يقوم عليها المجتمع السعودي
٤	المسؤولية الوطنية	شعور الفرد بواجبه تجاه وطنه والمساهمة في تحقيق أهدافه ورؤيته

فرضيات الدراسة

H1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

يتفرع منها الفرضيات التالية:

H1-1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لـ منصات التواصل الاجتماعي (كَبُعد من أبعاد الإعلام الرقمي) على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

H1-2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لـ المواقع الإخبارية الإلكترونية (كَبُعد من أبعاد الإعلام الرقمي) على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

H1-3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لـ المحتوى المرئي الرقمي (كَبُعد من أبعاد الإعلام الرقمي) على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

H1-4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لـ التطبيقات الإعلامية الذكية (كَبُعد من أبعاد الإعلام الرقمي) على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

فرضيات الدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على تحقيق التفاعل الجماهيري في المملكة العربية السعودية.

يتفرع منها الفرضيات التالية:

H2-1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على المشاركة الإلكترونية (كَبُعد من أبعاد التفاعل الجماهيري) في المملكة العربية السعودية.

H2-2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على الحوار المجتمعي الرقمي (كَبُعد من أبعاد التفاعل الجماهيري) في المملكة العربية السعودية.

H2-3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على نشر المحتوى الوطني وتداوله (كَبُعد من أبعاد التفاعل الجماهيري) في المملكة العربية السعودية.

H2-4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على التضامن الرقمي مع القضايا الوطنية (كَبُعد من أبعاد التفاعل الجماهيري) في المملكة العربية السعودية.

فرضيات الدراسة

H3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري على تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.

يتفرع منها الفرضيات التالية:

H3-1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري على الانتماء الوطني (كُبعد من أبعاد الهوية الوطنية) في المملكة العربية السعودية.

H3-2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري على الاعتزاز بالموروث الثقافي (كُبعد من أبعاد الهوية الوطنية) في المملكة العربية السعودية.

H3-3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري على الوعي بالقيم الوطنية (كُبعد من أبعاد الهوية الوطنية) في المملكة العربية السعودية.

H3-4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري على المسؤولية الوطنية (كُبعد من أبعاد الهوية الوطنية) في المملكة العربية السعودية.

فرضيات الدراسة

H4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل الجماهيري كمتغير وسيط في العلاقة بين الإعلام الرقمي وتعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

