



The responsibility of partisan media in preserving the Arab national identities amidst the current challenges

Ahmed Algahdari ^{1*}, Jamal Nun ², Iman Alaywan ³

^{1,3} Department of Media, Faculty of Humanities, Beirut Arab University, Lebanon

² Department of Media and Communication Sciences, Faculty of Media, Lebanese University, Lebanon

مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهويات الوطنية العربية في ظل التحديات الراهنة

أحمد مسعد أحمد الجحدري ^{1*}، جمال نون ²، إيمان عليوان ³
^{3,1} قسم الإعلام، كلية العلوم الانسانية، جامعة بيروت العربية، لبنان
² قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، الجامعة اللبنانية، لبنان

*Corresponding author: ahmedmalgahdari@gmail.com

Received: August 22, 2025

Accepted: October 26, 2025

Published: November 09, 2025

Abstract:

The study aimed to identify the responsibility of partisan media in preserving Arabic national identity in light of current challenges. The study consisted of an introduction and two axes. The first axis dealt with a theoretical introduction of the national identity in terms of its concept, components, and influencing factors. The second axis dealt with the partisan media in terms of its concept, objectives, functions, and means. It also highlights the environmental challenges that media is faced. The study is included a conclusion and provided several proposals and recommendations. The study reached a number of findings, the most important of which are: Partisan Media races to promote specific political and ideological values, even if it contradicts the values, identities, customs, and traditions of society. Partisan Media selects news and information as negative propaganda against their domestic opponents. Partisan Media seeks to establish values and concepts that are favored by the political elite, with aims of strengthening support and belonging to political party loyalties rather than the nation's loyalties by emphasizing partisan identity. In light of the researcher's findings, it is recommended that: Partisan Media should be obligated to avoid factional, communal, or partisan mobilization that could lead to internal infighting.

Keywords: Partisan Media, National Identity, National Affiliation, Social Cohesion.

المخلص

هدفت الدراسة التعرف على مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية العربية في ظل التحديات الراهنة، وتكونت الدراسة من مقدمة، ومحورين: تناول المحور الأول مدخلاً نظرياً للهوية الوطنية من حيث: مفهوماتها، ومكوناتها، والعوامل المؤثرة فيها، وتناول المحور الثاني وسائل الإعلام الحزبية من حيث: مفهوماتها، وأهدافها، ووظائفها، ووسائلها، والتحديات البيئية التي تقف أمامها، بالإضافة إلى خاتمة وعدد من المقترحات، والتوصيات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها: تتسابق وسائل الإعلام الحزبية للترويج لقيم سياسية وفكرية معينة، حتى وإن خالفت قيم وهويات المجتمع وعاداته وتقاليده. تعمل وسائل الإعلام الحزبية على انتقاء الأخبار والمعلومات كدعاية سلبية ضد خصومها من أبناء الوطن الواحد. تسعى إلى ترسيخ قيم ومفاهيم تريدها النخب السياسية وتروج لها، بهدف تعزيز الدعم والانتماء للحزب لا للوطن عبر تأكيد الهوية الحزبية. وفي ضوء ما توصل اليه الباحثون من نتائج يوصي وسائل الإعلام الحزبية بعدم التحشيد الفئوي أو الطائفي أو الحزبي، الذي قد يؤدي إلى الاقتتال الداخلي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الحزبي، الهوية الوطنية، الانتماء الوطني، التماسك الاجتماعي.

المقدمة:

تواجه معظم شعوب المنطقة العربية تحديًا كبيرًا يستهدف هوياتها الوطنية الأساسية لصالح الهويات الطائفية والحزبية والمناطقية، فينتج عنها دول ذات توجهات مغايرة تمامًا، بحيث تسعى دول للتطبيع، وتتحول الدول المحافظة إلى دول منفتحة، والدول ذات الأغلبية الفكرية تحكمها الأقليات الفكرية، والدول المتوحدة تسعى إلى التقسيم، وناهيك عن أصوات للقوميات تريد الاستقلال، كل هذا ناتج عن ضعف الولاء الوطني وعدم الاعتزاز بالهوية الوطنية لدى أبناء المجتمع، وغياب التوعية المجتمعية عبر مؤسساتها المتعددة ابتداءً من الأسرة إلى المدرسة والمسجد، فالجامعة، فضلاً عن وسائل الإعلام التي اتجهت في منحى آخر؛ سعيًا للربح المادي، أو المكاسب المعنوية، فتخصصت الوسائل الإعلامية إلى تجارية تعمل بموجب الربح المادي، أو حكومية لا يهتمها غير الحفاظ على سلطة الحاكم وتنشيط دعائم حكمه، أو حزبية تعمل دعاية لسياسية معينة أو للحزب ما، أو لطائفة، أو لمن يمولها داخليًا كان أو خارجيًا، ولو على حساب القيم والثوابت الوطنية، ما سيدفع الشعوب العربية حتمًا إلى كوارث كبيرة؛ وانقسامات أفقية ورأسية حادة، وحروب أهلية، تؤثر على مستقبل الوطن سياسيًا واجتماعيًا.

ففي المجتمعات المتقدمة يقوم الإعلام الحزبي أو ما يسمى بـ (الإعلام السياسي) بدور الوسيط بين الجمهور والأحزاب السياسية، والسلطات الحاكمة، كما يلعب دوراً بارزاً في توعية المجتمعات بالقيم والثوابت الوطنية، وفي دول العالم العربي كان هناك أعاققة لإنشاء مثل هذه المؤسسات الإعلامية، نتيجة لنوع الأنظمة السياسية التي تحكمها، حتى تسعينيات القرن العشرين، حيث عملت بعض الدول على تغيير شكل نظام الحكم - ولو صوريًا - بإنشاء أحزاب معظم قياداتها كانت شريكة في الحكم، والعمل بموجب التعددية السياسية، لكنها كانت تعمد إلى محاربة الأحزاب المعارضة التي قد تشكل خطراً على الحزب الحاكم. سعت تلك الأحزاب إلى امتلاك وسائل إعلامية خاصة بها، بعضها تعمل من داخل الوطن وبعضها الآخر من خارجه، لتمكنها من تحسين صورتها، ونشر برامجها، وتسويق أفكارها بطريقة فعالة داخل المجتمع، لكي لا تبقى على ارتباط بوسائل الإعلام الحكومية، والتي كانت تمثل الإعلام الحزبي للحزب الحاكم. هذه الوظائف والمهام للإعلام الحزبي جعلته في صراع مع الأحزاب الحاكمة والحكومات المتشكلة عن هذا الحزب، ما جعل بعض الأحزاب تضع الكثير من مهام إعلامها الأساسية المتمثلة في التعليم، والتنشئة، والروح الوطنية، مهام ثانوية، فلم تعد الكثير من وسائل الإعلام الحزبية مهمة المحافظة على المكتسبات الوطنية والقيم الاجتماعية أولوية بالنسبة لها، على اعتبار أنها من مهام السلطات، وترى المنجزات الوطنية والمحافظة عليها، كوحدة الوطن أرضاً وإنساناً هي من اختصاصات الحزب الحاكم أو أنها من إنجازاته. وعليه سعت هذه الورقة البحثية إلى دراسة "مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية العربية في ظل التحديات الراهنة" التي تواجهها معظم دول المنطقة العربية بصفة خاصة. حيث تحمل هذه التحديات أوجه مختلفة سياسية واجتماعية مناقضة إلى حد كبير لثقافة الشعوب العربية وعاداتها وتقاليدها وعرافها، وأحكام الشريعة الإسلامية، بهدف تنميط كل الثقافات في قالب واحد، ما أحدث انعكاسات خطيرة على المجتمعات العربية نشهدها اليوم.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تواجه الكثير من الدول العربية تحديات حقيقية في تكوينها الأساسي والمشارك المتمثل في الهوية الوطنية. حيث تعددت الولاءات في المجتمع الواحد إلى فئات متناحرة، وتعددت معها توجهات وسائل الإعلام، نتاج ما استجد في بداية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين في بعض الدول العربية بما عرف "بثورات الربيع العربي" التي نتج عنها تغيرات هيكلية في أبنيتها السياسية، أدت إلى اضطرابات أمنية تهدد الاستقرار والتماسك الاجتماعي، كان أساس هذه التحديات هو ضعف الدور التوعوي والمسؤولية الوطنية في وسائل الإعلام ولاسيما الحزبية للجمهور تجاه هذه القضايا، رغم محوريتها وتعظيم جمهورها، وتفتهم فيها، وقوة تأثيرها عليهم في تلك المحطة الزمنية، وعلى ضوء ما سبق؛ تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية العربية في ظل التحديات الراهنة؟ وتنبتق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

- أ- ما الهوية الوطنية؟
- ب- ما مقومات الهوية الوطنية؟
- ج- ما تحديات البيئة الإعلامية الحزبية للمحافظة على الهوية الوطنية؟
- د- ما مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية؟

2- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في دراسة مسؤولية وسائل الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية العربية وتحليل واقعه في ظل التحديات الراهنة، ودعم الوصول إلى استراتيجية واضحة؛ لتحقيق توعية المجتمع، وبيان دور كل فرد منهم في المحافظة عليها، لأن فهم الهوية الوطنية وتحديد مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة عليها يدفع باقي المؤسسات الإعلامية، والمؤسسات المجتمعية الأخرى، إلى القيام بواجبها في دعم وتعزيز الولاء الوطني.

وتأتي أهمية الدراسة في حاجة المجتمعات العربية في وقتنا الحاضر وأمام ما تواجه من تحديات لمثل هذه الدراسات المتخصصة التي تتناول المحافظة على الهوية الوطنية، كما نرجو أن تكون هذه الدراسة منطلقاً لباحثين آخرين للتعمق بدراسة موضوع الإعلام الحزبي من اتجاهات متعددة.

3- أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- أ- إيضاح مفهوم الهوية الوطنية.
 - ب- معرفة مقومات الهوية الوطنية.
 - ج- كشف التحديات التي تواجه وسائل الإعلام الحزبي في دعم الهوية الوطنية العربية.
 - د- معرفة مسؤوليه الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية العربية.

4- مفاهيم الدراسة:

- هناك عدد من المفاهيم التي تستخدمها الدراسة وتحتاج إلى تعريف، منها:
- أ- **الإعلام الحزبي:** يعرف الإعلام الحزبي بأنه: "النشاط الذي يقوم على تقديم معلومات ونشر أفكار وأيديولوجيات ومواقف الحزب السياسي تجاه مختلف الأحداث لتشكيل الرأي العام المساند له والمدافع عنه والمرتبط بمصالحه (وهيئة، 2022). كما عرفه (ليفيندوسكي، Levendusky) على أنه: "المنافذ التي تغطي الأخبار السياسية بطريقة تخدم حزب سياسي أو أيديولوجية على حساب الآخرين، وتقدم تغطية عنيدة" (Weeks, 2021).
 - ب- **الهوية:** تُعرّف الهوية بأنها: "مزيجٌ من الخصائص الاجتماعية والثقافية التي يشترك فيها الأفراد، ويمكنُ على أساسها التمييز بين مجموعةٍ وأخرى" (عبد الباقي، 2023).
 - ت- **الهوية الوطنية:** وتعرف الهوية الوطنية بأنها: "مجموع السمات والخصائص المشتركة سواء أكانت تاريخية أو ثقافية أو أنثروبولوجية أو اجتماعية أو نفسية أو سياسية، وكذلك الشعور بالتضحيات لمجتمع يقطن وطناً معيناً عن غيره، وفي ظل حكومة تمثل كل أو معظم هذا المجتمع، ويعتز بها وتشكل جوهر وجوده وشخصيته المتميزة ويدين المجتمع بالولاء لها" (الشهيل، 2021).
 - ث- **القيم الوطنية:** تعرف القيم الوطنية بأنها: "ثوابت الإنسان التي تظهر من خلال ارتباط الفرد بالوطن والأمة واعتزازه بذلك، ويعبر عنها بالقول والفعل، وتشير إلى سلوكيات الاستقامة،

والعمل، والأمانة، والنظام، وتحمل المسؤولية، واحترام الآخرين، والمحافظة على البيئة وغيرها من القيم" (الأمير؛ العنزي، 2021).

ج- **الانتماء الوطني**: يعرف الانتماء الوطني بأنه: "السلوك المعبر عن امتثال الفرد للقيم الوطنية السائدة في مجتمعه، كالاعتزاز بالرموز الوطنية، والالتزام بالقوانين والأنظمة السائدة، والمحافظة على ثروات الوطن وممتلكاته، وتشجيع المنتجات الوطنية، والتمسك بالعبادات والتقاليد، والمشاركة في الأعمال التطوعية، والمناسبات الوطنية، والاستعداد للتضحية دفاعاً عن الوطن (العبد القادر، 2018).

ح- **التماسك الاجتماعي**: يعبر التماسك الاجتماعي عن: "مدى قوة الروابط بين أعضاء الجماعة ومدى جاذبية الجماعة لأفرادها" (بولوداني، 2018).

5- الدراسات السابقة:

تناول الباحثون عدداً من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم، نعرضها على النحو الآتي:

الميلادي، نور الدين، وآخرون (2023) **الإعلام الرقمي، الشباب والهوية الوطنية في دولة قطر**، هدفت إلى دراسة استخدامات الشباب القطري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الهوية الوطنية، وتقع الدراسة تحت البحوث الوصفية واستخدمت المنهج المسحي، واعتمدت على أدوات: الاستبيان، والمقابلة المقننة لجمع البيانات عن العينة البالغ حجمها (532) مشاركاً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للشباب القطري التعبير الحر عن الرأي في القضايا التي تعنيهم وترتبط بمجتمعهم وثقافتهم، أن الهوية الوطنية للشباب القطري تتشكل عن طريق تأثرهم بمحيطهم الاجتماعي ومؤسسات المجتمع المختلفة مع زيادة تأثير منصات التواصل الاجتماعي.

بروكممان، وكالا Broockman, Kalla (2022). **التأثيرات المتعددة لوسائل الإعلام الحزبية على معتقدات المشاهدين ومواقفهم: تجربة ميدانية مع مشاهدي فوكس نيوز**. هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الحزبي على سلوك التصويت، وكيف تُغيّر في مواقف ومعتقدات المشاهدين، وتقع الدراسة تحت البحوث الوصفية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة للدراسة، طبقت على عينة قوامها 763 فرداً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن وسائل الإعلام الحزبية تشارك في وضع الأجندة، تصنف التغطية بالحزبية وتؤثر على معتقدات المشاهدين وتصوراتهم لأهمية القضايا. إن وسائل الإعلام الحزبية لا تمثل تحدٍ على الحزب المعارض فحسب، بل قد تمثل تحدياً للديمقراطية.

الخضر عبد الباقي محمد (2022) **دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية والانتماء، سعت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية وذلك لما تملكه من قوة مؤثرة في عملية دعم الجهود الرامية لتشكيل الوعي، ولبناء الاتجاه الإيجابي عن الهوية الوطنية، والحرص على التمسك بقيم الانتماء لدى الأفراد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها: أن المتغيرات المتلاحقة في البيئة الاتصالية قد أثرت سلباً على وسائل الإعلام المحلية خاصة القنوات التلفزيونية في الاهتمام بما يخدم الهوية الوطنية، بسبب طغيان المبدأ التجاري وإنتاج ما يجلب الإعلانات.**

دراسة Weeks (2021). **الإعلام الحزبي، ومواقع إخبارية غير موثوقة، وتصورات سياسية خاطئة**. هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين التعرض للإعلام الحزبي، والمواقع الإخبارية على الانترنت غير الجديرة بالثقة والتصورات السياسية الخاطئة، والتي ترى أن الوسائل الإخبارية الحزبية غالباً تغطي القضايا بطريقة يفضلها حزب سياسي على الآخر، أو تنتقد المعارضين السياسيين، وتقع الدراسة تحت البحوث الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي، واستخدم الباحث أداة الاستبيان لجمع البيانات عن العينة البالغ حجمها (764) مشاركاً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: إن زيارة المواقع الحزبية أقل تأثيراً حول الادعاءات الكاذبة لصالح الحزب، مقارنة

بالأعلام غير الحزبي. تستخدم المواقع لتضليل الرأي العام الأمريكي. إن وسائل الإعلام الحزبية لديها القدرة على تعزيز المعتقدات الخاطئة.

الشهيل، عهود بنت سلطان (2021) دور الإعلام في تعزيز الهوية السعودية 2030، هدفت الدراسة إلى تحديد وفهم ضوابط العلاقة التي تحكم الإعلام بالهوية السعودية، فالهدف الرئيس هو التعرف على دور وسائل الإعلام السعودية (التقليدية والحديثة) في تعزيز الهوية الوطنية في ظل التغيرات التقنية التي لها آثار اجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها: لا بد أن يكون هناك تواصل فعال ومؤثر خاص بوسائل الإعلام الحديث التي تحتاج إلى مهارات إعلامية، نظرًا لدورها المعقد في عصرنا الحالي. أهمية إشراك جميع المؤسسات سواء الحكومية أو الخاصة في توظيف الإعلام لبلورة الهوية الوطنية.

دراسة لونج، جاكوب وإيفلاند، ويليام وسلاتر، مايكل (2019). الانتقائية الإعلامية الحزبية وتهديد الهوية الحزبية: دور السياق الاجتماعي والجغرافي. سعت الدراسة إلى فهم أفضل لسبب انتقائية وسائل الإعلام الحزبية وتهديدها للهوية الحزبية، وتقع الدراسة تحت البحوث الصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات عن العينة، طبقت على عينة قوامها (800) مشاركاً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة إيجابية بين تهديد الهوية الحزبية على مستوى المقاطعة وبين انتقائية وسائل الإعلام الحزبية. ضعف تهديد الهوية بشكل أكبر بين أولئك الذين لديهم انتماء حزبي أقوى.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يمكن تسجيل الفوائد الآتية:

أ) أفاد الباحثون من التراكم المعرفي والتراث العلمي الذي قدمته الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وأهدافها، واختيار المنهج المناسب للدراسة.

ب) أكدت الدراسات السابقة على أهمية وسائل الإعلام في المحافظة على القيم والهويات الوطنية.

ج) تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في تركيزها على الإعلام السياسي، والمتمثل في الإعلام الحزبي، وتقديم تعريف للإعلام الحزبي، وعرض وظائفه وسماته وخصائصه، ودور الإعلام في المحافظة على الهوية الوطنية، وتقديم مقترحات، وتوصيات قد تكون نقطة انطلاقاً للوسائل الإعلامية عامة، والحزبية خاصة في تحمل المسؤولية من أجل المحافظة على الهوية الوطنية.

6- نوع ومنهج الدراسة: تقع الدراسة تحت البحوث الوصفية التحليلية، واستخدمت المنهج المقارن بدأً بمقارنة مهام وأهداف ووظائف الإعلام الحزبي، مع وظائف وسائل الإعلام الأخلاقية تجاه المجتمع، وبيان مسؤوليتها في المحافظة على الهوية الوطنية.

ثانياً: الإطار النظري:

وفيه نتناول الهوية الوطنية: تعريفاتها، ومقوماتها، والعوامل المؤثرة عليها:

1- تعريف الهوية الوطنية:

تتوعد تعريف الهوية من ناحية المفهوم وذلك لتجاذب العديد من التخصصات العلمية التي تتناول الموضوع، وهنا سنتناول بعض التعريفات من عدة جوانب.

أ- تعريف الهوية:

تعددت تعريفات الهوية نظراً لتقاطع عدداً من الاختصاصات في دراستها، فعرف علماء النفس وعلماء التربية الهوية بأنها: "مجموعة الصفات والخصائص الجسمية والعقلية والخلقية والنفسانية والوجدانية والمزاجية التي يتصف بها الإنسان على المستوى الفردي، وكذلك على المستوى الجمعي وتميزه عن غيره من الناس" (تركي، 1971). ومن هذا التعريف نلاحظ أن الهوية تعني كل ما لدى الإنسان من الصفات الشكلية أو العقلية... سواء أكانت هذه الصفات موروثاً عن الآباء والأجداد، أو مكتسبة من المجتمع المحلي، كالمدرسة والأصدقاء، ورجال الدين في المساجد، والجامعة.

وتُعرّف الهوية أيضاً بأنها: "مجموعة الانتماءات التي ينتمي إليها الفرد، وتُحدّد سلوكه، أو إدراكه لنفسه" (Vignoles, 2017). فالهوية الوطنية تعد من الدراسات البينية التي تتقاطع في مناقشتها المجالات الاجتماعية، والسياسية، والدراسات الثقافية، وتتأثر الهوية بعوامل كثيرة خارجة عن سيطرة أصحابها؛ مثل: "الجوانب السكانية والجغرافية والخصائص الطبيعية والاجتماعية للإنسان؛ كالعرق، والطبقة الاجتماعية والاقتصادية، والآراء السياسية، والمواقف الأخلاقية، والمعتقدات الدينية" (Riedler, 2023). كما إن للمعرفة الشخصية أهمية في زيادة وعي الفرد بهويته واحترامه لذاته وفهمه لها (Fearon, 1999). كما تشهد الهوية تحولات دائمة، فهي تتغير وتتطور مع الزمن وتتغير مع تغير عمر الفرد ومكانه. وتعد الهوية الوطنية من أهم السمات التي تميز المجتمع، فمن خلالها تجسد الآمال والطموحات المستقبلية لدى الأفراد خاصة في الدول الفقيرة، حيث تترجم روح الانتماء لديهم وتبرز معالم التطور في سلوكهم (Grotenhuis, 2016)، وهي ذات أهمية بالغة في رفع مكانة المجتمع وازدهاره، وعلى ضوء ذلك تعددت تعريفات الهوية الوطنية حسب المجال والاختصاص الذي تدرس فيه.

ب- تعريف الهوية الوطنية:

تعرف الهوية الوطنية بأنها: "مجموعة من السمات التي تلازم شعباً ما والتي ينفرد ويتميز بها شعب عن باقي الشعوب الأخرى، وتتعلق بإبراز أحوال روحية وفكرية وسيكولوجية جماعية يتميز بها شعب من الشعوب، ترسخ له الوجود على قطعة من الأرض عُرف بها وعُرفت به" (عشراني، 2002).

ويعرفها "نيبورغ Nieburg" الهوية الوطنية بأنها: "وسيلة يتم من خلالها تعريف الثقافة من خلال هذه المفاهيم الأساسية المحدودة (الوجود). ويرتبط الوجود بـ (الانتماء) في مفاهيم المواطنة" (أبو ضهير، أردنية، 2023). ويعرف "تاجفل Tajfel" الهوية الوطنية بأنها "تشمل المعرفة الفردية للانتماء لمجموعة أو مجموعات اجتماعية مع القيم والأهمية العاطفية المرتبطة بهذه العضوية" (Tajfel, 1981).

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الهوية الوطنية هي: نتاج اجتماعي تاريخي ثقافي عام تعطي المجتمع شعوراً بأنهم مترابطون ببعضهم البعض متجاوزةً أحياناً كل الولاءات الطبقية والمذهبية، ويقود هذا الشعور إلى الانتماء وتدعيم فكرة الكيان السياسي والاجتماعي والجغرافي للوطن الواحد.

ومما يؤكد معنى أو مفهوم الهوية الوطنية أنها لا تشير فقط إلى الانتماء للأرض داخل الحدود السياسية بقدر ما تؤكد الالتزام الأخلاقي بمجموعة من القيم والأخلاق التي تعكس أفعالا تعزز الاستقرار في الوطن والدفاع عنه والتقيّد بنظامه واحترام قوانينه، وتعني كذلك الانتظام في المجتمع وفق مبدأ أخلاقي ضمن نسيج اجتماعي متماسك، قائم على التعاون والمحبة واحترام العادات والتقاليد والأسرة والبيئة، والتمسك بالقيم الدينية السائدة واحترام الرأي الآخر ووجهة نظره ما لم تمس القيم والنظام العام وسيادة الوطن.

2- مقومات الهوية الوطنية:

تقوم هوية أي مجتمع أو أمة من الأمم على مجموعة من العناصر والمحددات التي تميزها عن باقي الأمم الأخرى، وأكد العلماء أن للمجتمع القومي مقومات تختلف من أمة لأخرى، وفي ما يلي نتناول مقومات الهوية الوطنية:

أ- **الوطن:** في جانبه الأرض والإنسان، وما يرتبط به من زمان يعكس تاريخه، وما ينشأ عنه من أوضاع سياسية، واقتصادية واجتماعية، وسلوكية، وفيها تتم مجموعة من التفاعلات بين العوامل البشرية مع العوامل الطبيعية لتكون مجتمعاً قائماً بذاته له خصوصيته وثقافته (فنان، 1994).

ب- **الدين:** وصفه الآباء المؤسسون لعلم الاجتماع "ماركس Marx، فيبر Weber، ودوركايم Durkheim" "بأن الدين عنصر مهم في التنمية الاجتماعية الحديثة" (Lazić & Pešić, 2016)، وذلك لما له من تأثير على معتقديه بشرائعه المكيفة لكل النظم السياسية التي تتحكم في سير

الوطن، وما يترتب على ذلك من أفكار ومفاهيم ومبادئ، ترشد به المواطنين ويقيسون كل شؤون حياتهم عليها.

ج- **اللغة:** وتعتبر اللغة من السمات المهمة في تجسيد الهوية الوطنية، ومن أبرز ملامحها أمام الآخرين، فمثلاً "اللغة وقواعد اللباس" تمثل عنوان لهوية مجتمع ما (Triandafyllidou, 1998)، وأنها تمثل العامل الأساسي لتكوين الأمة (السيد؛ الانصاري؛ ترانج؛ آل ثاني، 2019). وقد زاد في مكانة اللغة العربية في البلدان العربية كونها لغة القرآن الكريم.

د- **التراث الثقافي والحضاري:** يتم بناء الهوية الوطنية بدءاً من التراث الذي تراكم عبر العصور والأجيال (Rocco & Plakhotnik, 2011)، إلى ما ينشئ أبناء الوطن في سائر المجالات العقلية والروحية والعاطفية وما إليها من مهارات تنم عن ذاتهم وشخصيتهم (الجراري؛ عباس، 2013). من خلال ما تقدم من مقومات الهوية الوطنية نجد أنها مقومات مشتركة في إطارها العام في الوطن العربي، فالوطن والدين واحد، واللغة بعراقتها واحدة، ووحدة التراث الفكري لهذه الثقافة بغناها وتنوعها والتي نهلت منها مختلف الحضارات، تبقى متميزة في آدابها وفنونها وآثارها التي طبعتها بطابعها الخاص، وإن كل هذه المقومات مشتركة في جميع الدول العربية، ما يعني وحدة الهوية العربية.

3- القوى والعوامل المؤثرة على الهويات الوطنية:

هناك العديد من الوسائل التي يسعى العالم الغربي من خلالها لاختراق هوياتنا العربية والإسلامية بهدف إبعادنا عن ديننا الإسلامي أولاً، وتغيير نمط الاستهلاك، وتفكيك الأسرة، ونشر الرذيلة والشذوذ، والتي هي في ثقافتنا محرمة شرعاً، وفيما يلي نعرض أهم هذه العوامل من الجانب الإعلامي:

أ- الإعلام المستورد:

تلعب وسائل الإعلام الأجنبية عبر مادتها المنشورة دوراً كبيراً في تشكيل ثقافة المجتمع، نتيجة جاذبيتها ومغازلتها للعواطف، وتأتي الأفلام السينمائية والكرتونية خاصة على رأس تلك القائمة، لأنها تستهدف الطفل في أعز أوقات التنشئة المجتمعية، ما تجعل المراهق فاقداً لذاته، وتنتج لديه اضطرابات تجاه الهوية الوطنية (الغفيلي، 2022). كما تعمل وسائل الإعلام الفضائية والإنترنت على تحطيم الشخصية للفرد بحيث تحطم القيم والاتجاهات والمبادئ والفضيلة الإنسانية عنده، وتسعى إلى تفكيك الأسرة وإفساد المرأة والمتاجرة بها بهدف تحريرها (القاعدو؛ القاعدو، 2017).

وفي دراسة للباحثة هلا الصاج، بعنوان تأثير الإعلام الغربي على المرأة الإماراتية، في جامعة الروح القدس الكسليك -لبنان، أكدت تأثير تلك الوسائل على الفكر الاجتماعي والثقافي لدى المرأة الإماراتية الموظفة وخاصة الصناعة الأمريكية.

وبدلاً من إغلاق تلك القنوات أو حجب مواقع التصفح على الإنترنت أو إلغاء دور السينما فالحل هو منافستها وفتح قنوات ودور سينما ومواقع على الشبكة العنكبوتية في كل مكان، ولكن قبلها يجب أن ننافس في إيجاد صناعة إعلامية وسينمائية وأفلام كرتونية تدار على أسس صحيحة قادرة على معالجة ما يدور في المجتمع المحلي، فتعمل على نشر الوعي وتعزيز الانتماء الوطني والديني، وبهذا نكون محافظين نوعاً ما على هويتنا الوطنية والدينية، مما يقدمه الإعلام المستورد لهدمها.

ب- الإعلام الإلكتروني والأجهزة الذكية:

تشير دراسة Eveland, Jacob, Slate (2019) في بحثهم حول "انتقائية وسائل الإعلام الحزبية وتهديد الهوية" بأن تعدد الشبكات الشخصية على الإنترنت من الأسباب الشائعة لتهديد الهوية. وإن كان يقصد فيها الهوية الحزبية إلا أنه بإمكانها تهديد هوية معينة أو تثبيت هوية ما. ومن أهم السلبيات التي تهدد الهوية الوطنية والتي لا يدركها الآباء هو أنتشار التقنية في المجتمعات البشرية مخترقة كافة الأعمار، حتى وصلت إلى مراحل مبكرة جداً، وتبرز خطورة هذا الأمر في عدم وعي الأسرة به، بل إن الأسرة هي من يدفع الطفل ويشجعه على استخدام هذه الأجهزة الذكية، وهي لا تدرك أن لهذه الأجهزة سلبيات كثيرة على رأسها التأخر في النطق أو تعلم اللغة التي تمثل العلامة الأولى

للهوية الوطنية، فضلاً عن أنها "تعزز القيم الغربية" (Psarrou, 2014)، والتي من خلالها يتعلم المجتمع سلوكيات منافية للفطرة السوية والدينية والتي تمثل هوية وطنية دينية يسعى المجتمع إلى الحفاظ عليها ويستमित في الدفاع عنها، كظاهرة مثلي الجنس والتي انتشرت في المجتمعات العربية خلال هذه الفترة نتيجة لمشاهدتها على الوسائل الإعلامية الإلكترونية.

وكما أن الإعلام الإلكتروني -المتنقل في شبكات التواصل الاجتماعي- يمكن المجتمعات العربية والإسلامية من الحفاظ على الهوية الوطنية والدينية من خلال المشاركة الفاعلة في هذه الشبكات بإقامة تكتلات عربية وإسلامية، وزيادة التدفقات المعلوماتية الدينية، والتنسيق بين مواقع الإنترنت والمؤسسات الدينية والإعلامية والفكرية والثقافية، وعمل برامج وإنشاء شبكات اجتماعية خاصة بالمجتمعات الإسلامية والعربية (كيشانه، 2017)، ونشرها على كل تطبيقات الاتصال على الأجهزة الحديثة، ليتم استبدالها بدلاً عن البرامج الثقافية الأجنبية، وأن تكون مناسبة لكل الفئات العمرية الصغار والشباب والكبار، وأن ترفع هذه البرامج الكوادر الثقافية الوطنية والإعلاميين والوسائل الإعلامية -الرسمية والخاصة والحزبية- وخاصة الفضائية منها، لا أن نمنع استخدام هذه الأجهزة والتي أصبحت وسيلة العصر لكل شيء.

ج- التلقي العشوائي (غير المتنزل):

يعمل التلقي سواء أكان بالقراءة أو السماع أو المشاهدة على بناء شخصية وثقافة الفرد، وعليه من المهم ضبط عملية التلقي وعدم التهاون بها، ومن الغريب أن نحتاط من ما قد يوسخ منازلنا أو ملابسينا أو ما يدخل إلى أبدننا من مأكولات ومشروبات، ولكن لا نترث ولو قليلاً لمصدر ونوع المادة الفكرية والمعلومة التي نتلقاها، وهذه من المسائل المهمة التي يجب أن ننتبه لها خاصة في زمن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي. فيجب التأكد من صحة كل خبر وكل معلومة ومن أين مصدرها وما ثقافتها وما ترمي إليه (الغفيلي، 2022). وقد صارت بعض وسائل الإعلام، وبعض صفحات الناشطين على وسائل التواصل الاجتماعي، تخوض بكل شيء، وتدخل على جميع الفئات العمرية "والعمر مهم عندما يتعلق الأمر بالهوية الوطنية وقد يؤثر ذلك في عملية التنشئة الاجتماعية" (Windari, 2021). وإن ما يهم تلك الوسائل هو تحقيق الأرباح المادية، والمكاسب السياسية، والمشاهدات، ولو كانت تبث ما يخالف الثوابت الدينية والأعراف الوطنية، بغرض توجيه المتلقي لما يخدم أهداف تلك الوسائل والمنصات، والمشكلة أن نصغي لتلك الوسائل بهدف معرفة ما تحمله من رسائل وما تريد الوصول إليه.

وأن ظاهرة الألحاد والتشكيك في الدين وغيرها من الأفكار الهدامة، فقد ظهرت لدى بعض الشباب العربي نتيجة للتساهل في مسألة التلقي، وما علينا في هذه الحالة إلا أن نربي النشء على تجنب المواد الإعلامية التي تطال كل ما له قداسة في نفسه، وأن تعمل وسائل الإعلام الوطنية بما فيها الفضائيات الحزبية- حيث إن لكل وسيلة إعلامية صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي- إلى الرد ومواجهة هذه الأفكار المنطرفة ببرامج دائمة ومتجددة وفق كل ظاهرة تنتشر على الساحة.

د- الصورة النمطية السلبية:

تستطيع وسائل الإعلام عبر الرسائل الإعلامية المكثفة خلق شعور لدى المتلقي بصحتها وإن لم تكن صحيحة، فتكرار الرسالة الإعلامية يخلق صورة نمطية إيجابية أو سلبية، بحسب توجه معد الرسالة، وعند ما يلاحظ أن هناك حملات إعلامية تدار بشكل احترافي ضد بلد أو مجتمع فتصوره الوسائل الإعلامية بطريقة سلبية، عن طريق دراسات علمية وهمية، أو شخصيات مشهورة، ظاهرها التسليية، وباطنها خلق صورة نمطية سلبية، وفي بعض الأحيان يشارك بعض أفراد المجتمع بدون وعي بتمريرها، وتمثل خطورة تلك الرسائل بتأثيرها السلبي على المدى البعيد، وعلى الجانب الآخر يسعى العدو لخلق صورة نمطية عن نفسه بطريقة غير مباشرة، تزعم تطورهم مقارنة بتخلف ذلك المجتمع، وهي جزء من الاستراتيجية الإسرائيلية في حروبها مع العرب (الهمص؛ وشلدان، 2009). وتأتي قولبة وتصنع الصورة النمطية السلبية بهدف عدائي ومتعمد ومخطط له، وتتم عن طريق إصاق مجموعة من السمات السلبية، والصور الكريهة في الحالات المنفردة على المجتمع المستهدف، فتعمل وسائل الإعلام على المبالغة فيها، وتكرارها، وترسيخها حتى تتلاشي الجوانب

الإيجابية عن ذلك المجتمع، والبحث عن أي شواهد أو أحداث أو ممارسات مهما كانت نادرة، لتأكيد الصورة النمطية السلبية وترسيخها، مستفيدين من التكرار والوقت والعمل الدؤوب في إبراز الصورة النمطية السلبية، وتنوع أساليب عرضها. ودلالات نجاح الصورة النمطية تتمثل في ردود الأفعال من الآخرين ومشاعرهم تجاه المستهدف سواء أكان شخصاً أو مجتمعاً، حيث تظهر مشاعر الكراهية والاشمئزاز أو السخرية أو الخوف وغيرها من المشاعر، والأسوأ من ذلك حين تخلق لذلك المجتمع صورة سلبية عن ذاته، وتفقد الثقة في نفسه وبهويته الوطنية.

4- التحديات التي تواجه الهويات الوطنية:

يمكن تقسيم التحديات التي تواجه الهوية الوطنية إلى الآتي:

أ- **التحديات الخارجية:** تعد العولمة التي ظهرت بقوة في أواخر القرن العشرين أبرز تحدٍ يواجه الهوية الوطنية الإسلامية والعربية بشكل خاص، وأصعب اختبار لمدى مقاومة هذه الهوية في الوطن العربي وقدرتها على الصمود أو الذوبان والاضمحلال، وقد ارتبطت مسألة الهوية بمفهوم العولمة (عبد الباسط، 2012). وكذلك التطور التكنولوجي لوسائل التواصل الاجتماعي التي سهلت انتشار مضامين غربية موجهة تهدد بنوع من الذوبان الثقافي، وغياب أهم ملامح الهوية الثقافية العربية (إبراهيم، 1998).

ب- **التحديات الداخلية:** تتمثل التحديات الداخلية في غياب دور الأسرة، والمدرسة، والجامعة، واختلاف فلسفتها، والبعد عن اللغة العربية الأم، واستبدالها في كثير من المجالات باللغات الأجنبية، بالإضافة إلى جانب شيوع اللهجات الدارجة وتشجيعها على حساب اللغة العربية، ونلمس ذلك جلياً على مواقع التواصل الاجتماعي، وبعض وسائل الإعلام الفضائية المحلية (صحراوي، غضبان، 2014). ومن الملاحظ أن الهوية العربية تواجه حالياً -أصعب فترة نتيجة لتوارد متغيرات عدة مرت عليها، ولأن بعض هذه المتغيرات لها جذور سابقة، زادت حداثتها في الآونة الأخيرة، نظراً لبروز معطيات عدة على الساحتين الإقليمية والدولية أوصلتها إلى مرحلة الانحسار.

ثالثاً: مسؤولية الإعلام الحزبي في المحافظة على الهوية الوطنية

تسعى المجتمعات المعاصرة إلى دعم ملامح هوياتها الوطنية في مؤسساتها المختلفة لترسيخ مجموعة من المفاهيم والمعاني والقيم لإعلاء شأن الوطن في وجدان أبنائها، ومن أبرز تلك المؤسسات وأهمها بعد الأسرة، والمؤسسات التعليمية، ودور العبادة؛ هي المؤسسات الإعلامية والتي تعتبر اليوم نظراً لتطورها التكنولوجي الهائل وتعدد منافذها أهم المؤسسات المنوط بها في تحمل مسؤولية تنشئة أفراد المجتمع، وتعليمهم بطرق مختلفة، مستهدفة البناء المعرفي والسلوكي للذات بترجمان الهوية الوطنية وتحفظها وتنقلها للأجيال، فأى تقصير أو خلل في دور هذه المؤسسات تجاه المحافظة على الهوية الوطنية يحدث خللاً في تركيب الهوية لدى أبناء المجتمع، وفي مستوى درجة الاعتزاز والشعور بالانتماء إلى أوطانهم.

1. الإعلام الحزبي:

إن من أبرز الوسائل العملية والفاعلة التي تعتمد عليها الأحزاب السياسية لعرض نفسها على الجمهور وفي تقديم برامجها، ومواقفها تجاه الأحداث، هي وسائل الإعلام وأهمها الفضائيات، وهنا سنتحدث عن الإعلام الحزبي من حيث المفهوم، والأهمية، والوظائف، والخصائص، والأساليب.

أ- تعريف الإعلام الحزبي

يلاحظ المتتبع للمشهد السياسي والحزبي في نهاية القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين تحولاً سياسياً ملحوظاً على مستوى العالم، ولا سيما المناطق التي تشهد نزاعات سياسية مختلفة ومنها العالم العربي، وقد أدى هذا التحرك إلى لجوء القوى والأحزاب السياسية إلى مختلف الوسائل والأساليب الإعلامية لتحقيق غاياتها والترويج لأيديولوجيتها، وهذا يعني تطور مفهوم الإعلام الحزبي بتطور الحياة السياسية للدولة، وعليه جاءت عدد من التعريفات للإعلام الحزبي، أبرزها

الآتي: يُعرف الإعلام الحزبي بأنه: "إعلام مرتبط بمصالح شريحة معينة (حزب) يعمل على ربطه بالجمهور وعلى التقديم أو الإعلان عن هذا الحزب، موضعاً سياساته وأهدافه وعرض خدماته، وكذلك نشر أفكاره وتعليم الجماهير روحه" (طوماس، 2010). ويعرف أيضاً على أنه: "إعلام يمثل رأي حزب سواء كان حزباً حاكماً أو معارضاً تجاه مختلف القضايا" (أبو بكر، 1998). ويعد الإعلام الحزبي أهم الوسائل لتوطيد نفوذ الحزب لدى الجمهور المحلي، ويعد من باب الدعاية السياسية إذا كان موجهاً نحو الخارج بهدف خلق صورة ذهنية إيجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وتطور الحزب وإنجازاته. وقد يستخدم الإعلام الحزبي كحرب نفسية على الأحزاب الأخرى المنافسة، بقصد التأثير في جمهورها، والنيل من معنوياتهم، بما يحقق الانهيار المعنوي في صفوفهم (عبد، 2004).

ويقدم الباحثون تعريفاً إجرائياً للإعلام الحزبي بأنه: كل عمل دعائي ينتج عنه تقديم معلومات وشرح أفكار ومعتقدات ومواقف وبرامج لحزب سياسي ما، ويمثل الناطق بلسان حاله، سواء استخدم في ذلك الوسائل الإعلامية التقليدية أو الوسائط الحديثة، تجاه مختلف القضايا والأحداث بما يخدم أهداف ذلك الحزب ويرسخ وجهة نظره في الرأي العام ويؤثر عليه.

ب- أهمية الإعلام الحزبي:

سعت الأحزاب والتنظيمات السياسية لتمتلك صوتاً إعلامياً نظراً لأهميته في عرض أيديولوجياتها وتوجهاتها السياسية، لما يشكل الإعلام الحزبي من عنصراً أساسياً في الأنظمة السياسية الحديثة، وتشير دراسة ليفندوسكي Levendusky إلى: "إن الإعلام الحزبي لا يعمل على نقل الأخبار فحسب بل يعمل على نقل الرؤى والمواقف السياسية المختلفة، وتقديم تحليلات للسياسات القائمة بصورة متميزة (Levendusky, 2013). كما أنها تعمل على تشكيل وجهات نظر الجمهور حول القضايا السياسية الداعمة لأيديولوجية الحزب، وتقديم الدعم، وتعزيز الولاءات السياسية له، وتأتي أهمية الإعلام الحزبي في الحالات الآتية:

- 1) الحالة الأولى: أهمية الإعلام الحزبي للحزب نفسه: تكمن أهمية الإعلام الحزبي للحزب نفسه في التأثير على مسار الرأي العام، وتوضيح البرامج السياسية للحزب وآلية تنفيذها، والترويج لقيم سياسية معينة (Stromback & Aelst, 2013)، التي قد تختلف أو تتفق مع القيم السائدة في المجتمع (عكاشة، 2007)، ويعمل على مهاجمة وتشويه الأحزاب الأخرى في الوطن الواحد، كما يعد أداة من أدوات الحرب النفسية مع الأحزاب المعارضة، وجسراً للتواصل بين الحزب وجمهوره سواء الناخبين أو الأعضاء بما يخدم أهداف الحزب.
- 2) الحالة الثانية: أهمية الإعلام الحزبي للنخب الحاكمة: تسعى النخب الحاكمة إلى تحقيق أهدافها من خلال وسائل إعلامها التي تنتهج سياسة تضخيم الأحداث بما يدعم سياساتهم وتحجيم من يعارضهم من أبناء الوطن الواحد (سلطان، 2011). والعمل كدعاية سلبية ضد خصومهم، لتوجيه الرأي العام لما يخدم مصالحهم، بالإضافة إلى الدفاع عن الشخصيات السياسية وسياساتهم في الحكم، والعمل على ترسيخ القيم والمفاهيم التي تريدها النخب الحاكمة، والترويج لها (البشر، 2008).

ج- وظائف الإعلام الحزبي:

يسهم الإعلام الحزبي في دعم حملات الحزب وتوجيه الرسائل التي تبرز المبادئ والأهداف التي يسعى لتحقيقها، ويقدم تحليلات عميقة للسياسات الحزبية، بهدف توضيح الرؤية السياسية، وتعزيز الدعم والانتماء للحزب عبر تأكيد الهوية، وتوضيح الأهداف والغايات التي يسعى الحزب لتحقيقها، ويمكن تحديد وظائف الإعلام الحزبي بالنقاط التالية (سلطان، مرجع سابق):

- 1) بيان أخبار وفعاليات الحزب لكسب ثقة الجمهور واستقطابهم.
- 2) تقويم أداء الحكومات، وتعميق الديمقراطية، وحرية الرأي والتعبير.
- 3) يعمل الإعلام الحزبي المعارض على مراقبة أنشطة الحكومة وكشف الفساد داخل نظامها.

د- سمات وسائل الإعلام الحزبية:

تتسم وسائل الإعلام الحزبية بجملة من السمات التي تنفرد بها عن الإعلام العام، إذ قد تظهر الانحياز الواضح، بعكس وجهة نظر معينة دون توفير أدنى مستوى من التوازن والموضوعية الإعلامية المطلوبة، والهدف منها إرسال رسائل إقناعية للجمهور بالأراء والسياسات التي ينتهجها الحزب، وتعزز الرؤى والقيم والمصالح الحزبية، كم تتسم تلك الوسائل بقوة تأثيرها على الرأي العام، ومن أبرز تلك السمات الآتي:

- (1) التأثير المباشر على أفكار الناس ومعالج الواقع السياسي (Ekstrom, 2008).
- (2) تشكل ساحة منافسة للأحزاب السياسية للسيطرة على السلطة أو الوصول إليها.
- (3) تتسم بالعمل على ديمومة السيطرة على السلطة السياسية للأحزاب الحاكمة بما يبعدها عن المنطق والمهنية والاستقلالية، من خلال نشر المعلومات والتلاعب بالأراء والأعمال السياسية.
- (4) حشد الأحداث وتطويرها لصالح مبادئها الحزبية، وتنقي ما ينسجم مع أهداف الحزب.
- (5) حرف مسار الأحداث والقضايا وتوجيهها لخدمة أيديولوجيته، خاصة الأحزاب الضعيفة.
- (6) التركيز على أهداف الحزب الخاصة، أكثر من الأهداف الوطنية (السويركي، 2002).

ه- أساليب الإعلام الحزبي:

تستخدم وسائل الإعلام الحزبية عدداً من أساليب العرض والتقديم للمعلومات بشكل يخدم مصلحة الحزب السياسية أو الفكرة الذي يمثلها، وعادةً ما تكون الأخبار والمعلومات التي تقدمها منحازة لخدمة الحزب فقط، دون أن تقدم رؤية متوازنة وموضوعية، وتنقل رسائل سياسية محددة، وتدعم وجهات نظر الحزب وسياساته وبرامجه دون تقديم وجهات النظر الأخرى. وهناك عدد من الأساليب التي تستخدمها، ومنها:

- (1) أسلوب التأكيد الإيجابي: وفيه تعرض نجاحات الحزب ونقاط قوته (خلف، 2008).
- (2) أسلوب نقدي تحليلي: وتعمل فيه على كشف عيوب الأحزاب الأخرى.
- (3) أسلوب تشوية الخصوم: ويتم فيه تشوية الأحزاب أو الشخصيات السياسية الذين يختلفون في الرؤى أو السياسات مع الحزب، في محاولة لإعطاء الجمهور معلومات كثيفة بأفكار مطروحة بطريقة ساخرة وغير ملة.

و- تصنيف وسائل الإعلام الحزبي:

وتصنف وسائل الإعلام الحزبية ضمن واحدة من الأصناف الثلاثة الآتية:

- (1) وسائل الدعاية الحزبية: وهي خاصة بأعضاء الحزب، تستخدم للوصول إلى الجمهور بشكل عام، وهي لا تخضع للضوابط الخاصة بالإعلام، ما يتيح للأحزاب الحرية التامة حول مضمونها، مادامت لا تمس بكرامة الآخرين أو التشهير بهم، وفي حال تعامل معها على أنها جزء من الحملة الانتخابية وهو نادراً ما يتم، وبالتالي فقد تخضع للضوابط الخاصة بالحملة الانتخابية.
- (2) وسائل الإعلام التقليدية الخاصة: هذه الوسائل يمتلكها أحياناً حزب سياسي أو أحد أعضائه البارزين أو قياداته، وعادةً لا تخضع هذه الوسائل لقوانين الإعلام وقوانين الانتخابات، بغض النظر عن من يمتلكها، ولا تلتزم بالمعايير والضوابط المعمول بها ولا تحترمها، فهي تعمل على نقل الرسائل السياسية التي تشكل الرأي العام وتوجه الجمهور نحو مصالح أحزابها.
- (3) وسائل الإعلام الرسمية: وذلك في الحالات التي يتم فيها الخلط بين الحزب الحاكم كتنظيم حزبي والحكومة، وفي هذه الحالة إذا لم تلتزم وسائل الإعلام الحكومية بالحياد والموضوعية -كونها تستخدم المال العام - وتتعامل بذات المعايير المفروضة بموجب قوانين وسائل الإعلام العامة، فهي تلحق بالإعلام الحزبي (قادري؛ حميد؛ أحمد؛ أحمد، 2015).

2. مسؤولية الإعلام في المحافظة على الهوية والقيم الوطنية

تأتي مسؤولية وسائل الإعلام ضمن العديد من المؤسسات الأخرى في التعاطي المجتمعي للحفاظ على أمن الدولة ووحدتها وهويتها من منطلق المسؤولية الاجتماعية، والسعي إلى تكريس دور مختلف المؤسسات الحكومية أو القطاع الخاص في طرح ومناقشة القضايا الوطنية، وإلقاء الضوء

على أهمية التوعية في المحافظة عليها، وأن يتحمل كل صاحب فكر أو رأي مسئوليته تجاه الوطن وأبنائه، للحفاظ على السياج الجامع له، والدور المأمول من كافة وسائل الإعلام في الحفاظ على الهوية الوطنية والقيم الثقافية في ظل التحديات التي تواجه منطقتنا العربية، وانتقاء مضموناً قادراً على أن يحتفظ بمشاهديه، لا أن يترك المجال أمامهم إلى الانتقال لمشاهدة مضمون الإعلام القادم من الغرب، فضلاً عن وضع هدف رئيسي وواضح يتمثل في المحافظة على الهوية الوطنية عن طريق المحافظة على الخصوصية الثقافية للمجتمع.

وينظر إلى مسؤولية الإعلام في المحافظة على الهوية الوطنية من ثلاثة أبعاد، هي: "الإعلام، والتعليم والثقافة، والترفيه". وتطرح أسئلة كثيرة عن كيفية تأثير وسائل الإعلام في انتشار الثقافة والعادات والتقاليد الوطنية الخاصة ببلد معين؟ ويمكن الإجابة عنها من خلال الآتي:

أ- الإعلام يعد مصدراً أساسياً للمعلومات، وإن رغبة المواطنين في الحصول على المعلومة متوقف على وظائف الإعلام الأساسية. حيث يحمل معلومات من مجتمعات مختلفة، فيعمل على نقل تلك المعلومات والأخبار والمستجدات المؤثرة إلى المجتمع (الشهيل، مصدر سابق)، فضلاً عن ما يتعلق بأسلوب الحياة وثقافة الأمة، ما لم فسيلجأ المواطنون إلى مصادر إعلامية مختلفة بحثاً عن المعلومة الدقيقة والحديثة.

ب- تعدى دور الإعلام نقل المعلومة، ليلعب دوراً تعليمياً وثقافياً وتنموياً، فقد أصبحت وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها تشغل حيزاً كبيراً في تفاصيل حياتنا اليومية، وتحظى بأهمية كبيرة ودور مؤثر على كافة المستويات (الصلال، 2012).

ج- تلعب وسائل الإعلام الدور الكبير في ترفيه المجتمع، ويمكن أن يكون هذا الدور سلبياً أو إيجابياً فيما يتعلق بالهوية الوطنية؛ عندما يكون المحتوى الإعلامي محلياً يعزز الهوية الوطنية، والعكس صحيح.

وللعلم فإن الترفيه هو الجانب الوحيد الذي يمارس في وسائل الإعلام بشكل واسع، محتوياً على الأفلام، والأغاني، والقصائد ومحتويات التسلية الأخرى، وهذه المواد تعبر عن ثقافة بلد معين فعندما تُنشر عبر وسائل الإعلام المختلفة فإنها تنتشر تلك الثقافة والممارسات للمشاهدين من بلدان أخرى، وتعمل على بناء هوية ذلك الشعب وفقاً لهويتها وممارساتها.

3. تحديات وسائل الإعلامية الحزبية في المحافظة على الهوية الوطنية:

تشير العديد من الأبحاث التجريبية إلى أن التعرض للأخبار في وسائل الإعلام الحزبية -وخاصة الأفراد الذين يشتركون بهذه الوسائل- تشكل لديهم المواقف والمعتقدات نتيجة لذلك التعرض (Cieszak, 2021). وبالعودة إلى كل ما طرح حول الإعلام الحزبي من حيث المفاهيم والأهداف، والوظائف والسمات، والأساليب، نلاحظ أنها لا تخدم الهوية الوطنية بصورة جيدة في الفترة الماضية، والحالية، وربما لن يختلف دورها في المستقبل ولاسيما القنوات الفضائية التي لم تهتم كثيراً لما يخدم الهوية الوطنية للبلدان التي تنتمي إليها، وإنما تعمل على المبدأ الحزبي وإنتاج ما يخدم تلك الأحزاب وقياداتها رغم ما تواجهه المجتمعات العربية من تحديات جسيمة قد تمس الأرض والإنسان، فما أعاد وحدة الأرض في سلام، ولم يعد هناك تماسك اجتماعي، بل إن هناك دول قد تقسمت، ودول في طريقها إلى التقسيم، وأخرى مرهون مصيرها بقرار قوى إقليمية أو دولية، والإعلام الحزبي ما زال لم يلتزم بالمسؤولية والحياد ولم يتجنب التحيز الأيديولوجي، الذي يعد سبباً يهدد وحدة التراب الوطني والنسيج الاجتماعي. وذلك بهدف إرسال رسائل إقناعية للجمهور بالأراء والسياسات التي ينتهجها الحزب بهدف ديمومة السيطرة على السلطة السياسية، فينتقي من الأحداث ما ينسجم مع أهداف حزبه، أو يحرفها لصالحه، ويركز على أهداف الحزب الخاصة وإن كانت تتعارض مع أهداف الوطن وخدمة المواطن، ويكمن التحدي الأكبر إن هذا يتم بموجب سياسة إعلامية وتحريرية معدة مسبقاً، وسياسة مرسومة من قبل قيادات الأحزاب والسياسيين والإعلاميين الحزبيين.

ونرى أنه من غير المقبول أن توكل مسؤولية المحافظة على الهوية الوطنية على الإعلام الحزبي، ولكن يتعين أن تكون هناك مبادرات تفوقها جهات مجتمعية مستقلة حزبياً من الإعلاميين والمثقفين والأكاديميين لتقديم تصورات لإنتاج برامج إعلامية تصب في خدمة الهوية الوطنية، تلتزم بها جميع

القنوات المحلية، وأن يكون المنتج قادرًا على جذب الجماهير، ومواكبًا للحدث - كي لا ينصرف الجمهور عن وسائل الإعلام المحلية الرسمية أو الحزبية - وأن تحقق التوافق بين منتج إعلامي يخدم الهوية الوطنية ويحقق الربح المادي، ويحفز العمل السياسي والحزبي على الأسس الديمقراطية.

4. مقترحات على المؤسسات الإعلامية الحزبية، كما هي للحكومية والخاصة الأخرى:

في إطار السعي الجاد لتصحيح الوضع غير المرضي عنه لوسائل الإعلام الحزبية في تعاطيها مع قضايا الهوية الوطنية وجهود المحافظة عليها، تظهر حاجة ماسة وملحة لعمل برامجي واسع النطاق، في جميع المجالات الإعلامية، وخاصة الحزبية، نظرًا لتعصُّب جمهورها لها، وعدم الالتفات إلى غيرها من الوسائل التي ينظر إليها على أنها معادية، وإن كانت محلية، لذا يجب على وسائل الإعلام الحزبية أن تأخذ هذه المقترحات على محمل الجد، لكي تسهم في تعزيز الهوية الوطنية، بالتكامل مع باقي المؤسسات الاجتماعية، وفي ضوء ذلك يقترح الباحثون الآتي:

أ- يتعين على القائمين بالاتصال، العمل على إنتاج برامج تنمي القيم التي تخدم الهوية الوطنية في الأعمال المطبوعة والإذاعية والتلفزيونية والرقمية.

ب- أن تتضمن الرسائل الإعلامية مجموعة القيم الأساسية للمجتمع والمتمثلة في المحافظة على وحدة التراب، والتماسك الاجتماعي، وترسيخ قيم المواطنة الصالحة لدى أفراد المجتمع، والمحافظة على التراث الوطني المادي والمعنوي، وإبراز قيمة المنجزات الوطنية والموازنة بين المحافظة والانفتاح.

ج- إبراز القضايا التي تهم المجتمع وتناولها من جميع الجوانب لا من جانب المصلحة الحزبية، والمساهمة مع المجتمع في وضع الحلول المناسبة لمشكلاته، مثل الانحرافات السلوكية المنتشرة بين أوساط الشباب العربي مثل تعاطي الممنوعات.

د- الحفاظ على الهوية الإسلامية، واللغة العربية والاعتزاز بهما باعتبارهما الحصن المنيع للهوية الوطنية.

هـ- إعداد برامج إعلامية وطنية بعيدة عن التقليد الغربي، وتقديم واقعا ثقافي ثري والمتميز، من خلال تقديم برامج تعليمية للغات القديمة والتراثية، وبرامج إرشادية بخطورة بيع الآثار القديمة والعبث بالنقوش المسندة، باعتبار ذلك تاريخ للوطن.

و- يجب على وسائل الإعلام أن لا تعتبر تعزيز الهوية الوطنية مهمة موسمية ترتبط بمناسبات وطنية معينة، بل ينبغي أن تنطلق من رؤية استراتيجية، توضع الخطط والبرامج على أساسها، فيربط المواطن بواقعه، وتحفزه للانتماء لوطنه، من رعاية الموهوبين، وإلقاء الضوء على الكفاءات الوطنية، وتمجيد الشهداء والمناضلين، وتعريف الأجيال بتاريخ وطنهم، والوفاء لتحرير أرضه وجمع شتاته.

ز- الاستفادة من التكنولوجيا العصرية والمعارف الحضارية المتطورة عن الآخرين، من خلال الانفتاح على الثقافات الأخرى، والتعامل معها بالندية لا بالتبعية، ونشر الثقافة الوطنية إلى الخارج، والمحافظة على الهوية في الداخل.

ح- أهمية العمل على صياغة قيم الهوية الوطنية، بحيث تكون شاملة تضم مكونات المجتمع كافة، الجغرافية والسياسية، والمذهبية والأيدولوجية.

ط- الابتعاد عن إعلام المدح والتملق، أو الذم ونكران الجميل، والعمل على كشف الحقائق وطرح القضايا بموضوعية وجرأة.

ي- عمل موثيق إعلامية تجمع بين مصالح الوطن الكبرى، والأحزاب المتنافسة، والمؤسسات الإعلامية، والإعلاميين أنفسهم، وفق القوانين والتشريعات المحلية، لما يخدم المحافظة على الهوية الوطنية.

النتائج:

وقد توصل الباحثون إلى عدد من النتائج، أهمها:

1. تتسابق وسائل الإعلام الحزبية للترويج لقيم سياسية معينة، حتى وإن اختلفت عن قيم وهويات المجتمع السائدة، فتهاجم الأحزاب الأخرى وتلق لها الدعايات والمكائد، وتتبادل التهم وتصف الأحزاب الأخرى بما يألّب الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي ضدها.
2. تعمل وسائل الإعلام الحزبية على تضخيم الأحداث لما يخدم سياسات أحزابها، والعمل في الدفاع عن شخصيات سياسية في الحكم مهما كان فسادها.
3. تعمل وسائل الإعلام الحزبية على انتقاء الأخبار والمعلومات كدعاية سلبية ضد خصومها من أبناء الوطن الواحد، ونادرًا ما تهتم بالمسائل التي تتعلق بالتماسك الاجتماعي.
4. تسعى وسائل الإعلام الحزبية إلى ترسيخ قيم ومفاهيم تريدها النخب السياسية وتروج لها، بهدف تعزيز الدعم والانتماء للحزب لا للوطن عبر تأكيد الهوية الحزبية، وتوضيح الأهداف والغايات التي يسعى الحزب لتحقيقها، دون توفير أدنى مستوى من التوازن والموضوعية الإعلامية المطلوبة.
5. أن الإعلام الحزبي لم يقدّم دوره على الوجه المراد منه في التوعية المجتمعية على مستوى الجمهور الحزبي، أو الوطن بأكمله في المحافظة على الهوية الوطنية.

التوصيات:

وفي ضوء ما توصل إليه الباحثون من نتائج يوصي بالآتي:

1. ضرورة إشراك جميع المؤسسات الوطنية الإعلامية الحكومية والحزبية والخاصة الأخرى في دعم وتعزيز القيم السائدة في المجتمع للمحافظة على الهوية الوطنية.
2. إعداد برامج إعلامية خاصة للنشء تنمي لديهم الاعتزاز بالهوية الوطنية وحقوق الوطن عليه، وكيف يؤديها.
3. ضرورة اهتمام الإعلام الحزبي بالشباب ورعايتهم وتزويدهم بمستجدات العصر ومتغيراته وتقناته، وتطويعها في إطار المحافظة على الهوية الثقافية، وتراث الأمة وقيمها العربية الأصيلة.
4. تغطية وسائل الإعلام الحزبي لأنشطة وفعاليات اتحادات الطلاب، وتصويب مسارها لما يخدم المحافظة على الهوية الوطنية، نظرًا لأهمية هذه الشريحة في المجتمع، ولإتاحة فرص أوسع للمشاركة الطلابية في المحافظة على الهوية الوطنية بما فيها مظاهر حفلات التخرج الجامعية.
5. قيام الجامعات ولاسيما كليات الإعلام، والأحزاب، ومنظمات المجتمع المدني ذات الاهتمام، ووزارة الإعلام والشباب، والاتحادات الطلابية والشبابية، بتنظيم برامج تدريبية وتوعوية للمجتمع عبر جميع وسائل إعلامها ومنصاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، بما يضمن وصول المعلومات إلى أكبر شريحة من المجتمع، وبما يساعد على التمييز بين القيم الأصيلة للمجتمع عن الدخيلة.
6. أن تُبدي الوسائل الإعلامية الحزبية، والسياسيون، والإعلاميون الحزبيون اهتماماً أكبر في القضايا الوطنية الجامعة، مثل الحفاظ على وحدة البلد، والتماسك الاجتماعي، وقيم الولاء والانتماء الوطني، وترسيخ قيم المواطنة الصالحة، ومبدأ الشراكة في السلطة والثروة، وعدم التحشيد الفئوي أو الطائفي أو الحزبي، بهدف الاقتتال الداخلي، والوصول إلى السلطة، أو لتحقيق أهداف حزبية، أو أهداف دول إقليمية أو خارجية مهما كانت الإغراءات.
7. دعوة وسائل الإعلام الحزبية والمشاهير، والنشطاء في الأحزاب السياسية إلى إنشاء صفحات على جميع تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي متخصصة في التوعية الوطنية، والمحافظة على الهوية الوطنية، والتحذير من الدعوات الجهوية التي تسعى إلى تمزيق الأوطان "بشرق أوسط جديد" غريب الهوية.

الخاتمة:

على الرغم من أهمية وسائل الإعلام الحزبي ودورها البارز في نشر الوعي وتنمية ميول الشباب وقدراتهم ونتيجة العلاقة القائمة بين الأحزاب، والإعلام، والسلطة الحاكمة، إلا أن الأحزاب تسعى للحصول على إعلام خاص بها، بهدف الحصول على السلطة، حتى إذا ما وصل الحزب إلى السلطة أصبحت وسائل إعلامه تعمل انعكاساً لبيئتها السياسية، فتصبح ناقلة للأحداث والصراعات والتفاعلات، التي تخدم النخبة الحاكمة، تاركة خلفها أهم وظائفها نحو المجتمع والوطن المتمثلة في تثقيف المواطن، وتعميق اعتزازه بالولاء للهوية الوطنية، التي تعطي الفرد شخصيته، وأن ما يربط الفرد بالوسيلة الإعلامية مهما كان نوعها هو أن يجد نفسه وقضاياها العريضة فيها.

كما إن مسؤولية الإعلام الحزبي لا تقتصر على نقل الأخبار والمعلومات، والدعاية الحزبية، والترويج السياسي، بل تتعدى ذلك إلى لعب دور أساسي وفاعل في بناء الوعي الثقافي للقيم المجتمعية، وتعزيز الولاء الوطني بهدف المحافظة على الهوية الوطنية، من خلال دعم التماسك الاجتماعي، ومراعاة التنوع الثقافي والسياسي في المجتمع، وبهذا يصبح إعلاماً ذا قوة فاعلة وإيجابية تسهم في المحافظة على الهوية الوطنية، وتعزز استقرار الوطن، وتضمن سلامة أراضه.

المراجع:

- إبراهيم، حيدر (1998). العولمة وجدل الهوية الثقافية. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم الفكر. مج 28، ع2. ص 95-122.
- الأمير، إيمان بنت حسين؛ العنزي، نوف سعود (2021). درجة ممارسة القيادة المدرسية لتعزيز القيم الوطنية لدى طالبات لمرحلة الابتدائية من وجهة نظر المعلمات بمحافظة جدة. *المجلة العلمية للنشر العلمي*، مج 2، ع 37. ص. 32-61.
- البشر، محمد بن سعود (2008). *أيديولوجيا الإعلام* (ط2). الرياض: غيناء للنشر.
- بولوداني، خالد بو شارب (2018). التماسك الاجتماعي ودلالاته البنائية الوظيفية. جامعة تيارت: *مجلة أفاق المعلم*، مج 3، ع1. ص. 68-74.
- الجراري، عباس بن عبد الله (2013). الهوية الوطنية والجهوية. *المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)*. مج 28، ع 29. ص 66-76.
- خلف، خلف جمال يوسف (2008). *اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعات وأثرها على التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة*. رسالة ماجستير (منشورة)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- سلطان، أسماء محمود (2011). *الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني*. رسالة ماجستير (منشورة)، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، فلسطين: غزة.
- السويركي، باسل سمير (2002). *معالجة الصحف الفلسطينية الحزبية لقضايا العملاء في انتفاضة الأقصى*. غزة: الجامعة الإسلامية.
- السيد، حسن عبد الرحيم؛ الانصاري، ماجد محمد؛ وترانج، كين؛ وآل ثاني، مريم علي (2019). مؤتمر الهوية الوطنية. *معهد البحوث الاجتماعية والاقتصادية المسيحية*. قطر: الدوحة، جامعة قطر.
- صحراوي، مقالاتي؛ وغضبان، غالية (2014). إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة. *جامعة باتنة، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية*، مج 7، ع 12 و 13. ص. 211-232.
- الصلال، بدر حمد (2012). *دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي*. رسالة ماجستير (منشورة). الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
- أبو ضهير، فريد؛ أردنية، تقوى (2023). *أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية*. فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
- طومان، أمل عبد الهادي (2010). *وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي*. رسالة ماستر (منشورة). فلسطين: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة الأزهر.
- عبد الباسط، محمد نار (2012). *الإعلام الفضائي والهوية الثقافية* (ط1). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عبد الباقي، محمد (2023). *التطرف وصراع الهويات: الهوية الوطنية مفتاح الحل*.
<https://2u.pw/xQvZJTq0>

- العبد القادر، بدر بن علي (2018). **الانتماء إلى الوطن وأثره في حماية الشباب من الانحراف**. السعودية: واجب الجامعات السعودية في حماية الشباب من الجماعات والأحزاب والانحراف، ورقة قدمت في مؤتمر جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- عبده، عزيزة (2004). **الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات** (ط.2). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عشريني، سليمان (2002). **الشخصية الجزائرية: الأرضية التاريخية والمحددات الحضارية** (د. ط). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عكاشة، محمود (2007). **خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب** (ط.2). القاهرة: دار المعرفة للطباعة والنشر.
- الغفيلي، فهد بن عبد العزيز (2022). **تعزيز الهوية الوطنية في إعلام الطفل** (ط.2). الرياض: دار المجد للنشر والتوزيع.
- فنان، جمال (1994). **قضايا ودراسات في التاريخ الجزائر الحديث والمعاصر** (د. ط). الجزائر: رابية، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر.
- قادر، ابتسام؛ وحيد حكيم؛ باظي أحمد؛ وفؤاد علي أحمد (2015). **أراء القائمين بالاتصال حول واقع الإعلام الحزبي في كردستان العراق**. العراق: **الجامعة المستنصرية كلية الآداب**، مج 2015، ع69، ص385-417.
- القاعود، إبراهيم عبد القادر؛ القاعود، رياض صالح (2017). **المخاطر التي تهدد الهوية الوطنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك وكيفية التصدي لها**. الجزائر: المركز الجامعي غليزان، **مجلة الرواق**، مج/ع 9. ص. 55-76.
- كيشانة، محمود (2017). **الهوية الثقافية بين أزمة الإعلام وتحديات العولمة**. سلطنة عمان: وزارة الاوقاف والشئون الدينية. مج 15، ع 58، 57. ص 317-332.
- الهمص، عبد الفتاح؛ وشلدان، فايز (2009). **الابعد النفسية والاجتماعية في الترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور اسلامي**. مجلة الجامعة الإسلامية. مج8، ع2. 145-174.

- Anna, Triandafyllidou (1998). National identity and the 'other'. **Ethnic and Racial Studies**. Vol 21, no 4. p 593-612.
- Broockman, David E.& Kalla Joshua L. (2022). **The manifold effects of partisan media on viewers' beliefs and attitudes: A field experiment with Fox News viewers**.
- Ekstrom, Mats (2008). **Research on Media and Democracy Reflections on Changes and Challenges Panel Discussion** :Media Economy and Democracy.
- Fearon, d. James (1999). **What is identity (as we now use the word)**.stanford: stanford university. Department of political science.
- Grotenhuis, René (2016). **Nation-Building as Necessary Effort in Fragile States**. Published by: Amsterdam University.
- Henri, Tajfel (1981). **Human Groups and Social Categories**. UK: Cambridge University Press. Husamettin Inac. (June, 2013). The Construction of National Identity in Modern. <https://www.researchgate.net/publication/274442103>
- Lazic, mladen& peši, jelena(2016). components of national identities : a comparative sociological analysis. **corvinus journal of sociology and social policy**. Vol7,no1 .p 27-49.
- Levendusky, Matthew S. (2013). Why Do Partisan Media Polarize Viewers. **American Journal of Political Science**, Vol 57, No3. p 611-623.
- Long, Jacob& Eveland, William & Slater, Michael (2019). Partisan media selectivity and partisan identity threat: The role of social and geographic context. **Mass Communication and Society**. Vol 22,no 2. p145-170.
- Plakhotnik S. Maria & Rocco S. Tonette (2011). **National Identity as a Source of Knowledge: Implications for Adult Education**. Adult Education Research Conference.Conference Proceedings (Toronto, ON,Canada). Florida International University.

- Psarrou, Eleni (2014). **National Identity in the Era of Globalisation**. Submitting for the award of PhD at the London School of Economics Government Department.
- Riedler, Martina (2023). A Critical Analysis of the Concepts of Identity, Nation, Nationalism in Museum Studies. **Canakkale Onsekiz Mart University**. Vol18, No3.p 8-20.
- Stroömbaöck, Jesper & Aelst, Peter Van (2013). Why political parties adapt to the media. **The International Communication Gazette**. Vol 75, no 4, p 341–358.
- Vignoles, L Vivian (2017). **Identity: Personal AND Social** (2nd ed). Publisher: Oxford University, University of Sussex.
- Weeks, Brian E & Menchen-Trevino, Ericka & Calabrese, Christopher & Casas, Andreu & Wojcieszak, M (2023). **Partisan media: untrustworthy news sites, and political misperceptions**. published in New Media and Society. <https://n9.cl/9s2i53>.
- Windari, Tri (2021). National Identity Attachment and Its Variables. **Journal of International Women's Studies**. Vol 22, No 3.p 81- 95.

Compliance with ethical standards

Disclosure of conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **AJASHSS** and/or the editor(s). **AJASHSS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.