



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية: دراسة مقارنة بين الإمارات وماليزيا في ضوء السياسات الإعلامية

THE ROLE OF DIGITAL MEDIA IN SHAPING NATIONAL IDENTITY: A
COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE UNITED ARAB EMIRATES AND
MALAYSIA IN LIGHT OF MEDIA POLICIES

^{i,*}Anoud Sultan Saqer Alketbi & ⁱⁱOsama Kanaker

ⁱCentre for Academic Management, Universiti Sains Islam Malaysia, 71800 Nilai, Negeri Sembilan, Malaysia

ⁱⁱFaculty of Leadership and Management, Universiti Sains Islam Malaysia, 71800 Nilai, Negeri Sembilan, Malaysia

*Corresponding author. E-mail: o0_0o.94@live.com

Article history:

Submission date: 1 March 2025

Received in revised form: 15 May 2025

Acceptance date: 1 June 2025

Available online: 24 June 2025

Keywords:

Digital media; National identity; Media policies; Comparative study; United Arab Emirates and Malaysia

Funding:

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or non-profit sectors.

Competing interest:

The author(s) have declared that no competing interests exist.

Cite as:

Alketbi, A. S. S., & Kanaker, O. (2025). *Dawr al-i'lām al-raḡamī fī tashkīl al-huwiyyah al-waṭaniyyah: dirāsah muḡāranah bayna al-Imārāt wa-Māliziya fī daw' al-siyāsāt al-i'lāmiyyah*: The role of digital media in shaping national identity: A comparative study between the United Arab Emirates and Malaysia in light of media policies. *Law, Policy and Social Science*, 4(1), 132–153. <https://doi.org/10.55265/lpssjournal.v4i1.52>



© The Author(s) (2025). Published by Intelligentia Resources. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact intelligentia.resources@gmail.com.

ABSTRACT

This paper examines how digital media shapes national identity by comparing the United Arab Emirates (UAE) and Malaysia, focusing on their media policies. As both nations undergo digital transformation, media becomes central to promoting cultural values and identity. In the UAE, digital media supports government-led efforts to foster national identity, particularly among youth, through campaigns, social media influencers, and cultural events. Media policies are top-down, aligning with national strategies and prioritizing unity. Malaysia, with its multicultural society, adopts a more pluralistic approach. Digital media serves both as a tool for national unity and as a space for diverse cultural expression. Government initiatives promote a common Malaysian identity, but the online environment also reflects ethnic and political divisions. Malaysian media policy emphasizes a balance between regulation and freedom of expression. Using qualitative comparative analysis, including media content review and interviews, the study finds that while both countries see digital media as essential to identity formation, the UAE follows a centralized model, and Malaysia favors a participatory one. The UAE ensures unity, while Malaysia promotes diversity, each with distinct strengths and challenges.



الملخص

تتناول هذه الدراسة دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية من خلال دراسة مقارنة بين دولة الإمارات العربية المتحدة وماليزيا، مع التركيز على السياسات الإعلامية المتبعة في كلا البلدين. في ظل تسارع التحول الرقمي عالمياً، أصبح الإعلام الرقمي أداة استراتيجية لتعزيز السرديات الثقافية والحفاظ على القيم الوطنية وإدارة الهوية في مجتمعات متنوعة. في الإمارات، يرتبط الإعلام الرقمي بالمبادرات الحكومية التي تهدف إلى ترسيخ الفخر الوطني وتعزيز الوحدة، خاصة بين الشباب، من خلال الحملات الإعلامية والمؤثرين والتغطيات الوطنية، وذلك ضمن سياسة مركزية تركز على التماسك الاجتماعي وتوجيه الخطاب الإعلامي بما يتماشى مع الاستراتيجيات الوطنية. أما ماليزيا، فتُظهر نموذجاً متعدد يعكس تنوعها الثقافي ونظامها الديمقراطي، حيث يُستخدم الإعلام الرقمي لتعزيز هوية "بانغسا ماليزيا" وفي الوقت ذاته يُتيح التعبير عن الاختلافات العرقية والدينية والسياسية، مع توازن بين الرقابة وحرية التعبير. تعتمد الدراسة منهجية مقارنة نوعية تشمل تحليل المحتوى الإعلامي، استراتيجيات الإعلام الحكومي، ومقابلات مع مختصين وشباب. وتخلص النتائج إلى اختلاف الأطر التنظيمية ومدى تدخل الدولة وتأثير السياقات الثقافية على تشكيل الهوية الوطنية عبر الإعلام الرقمي.

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تغيرات جوهرية في أساليب الاتصال ونقل المعلومات، حيث أضحت الإعلام الرقمي أحد أبرز الوسائل التي تؤثر بشكل كبير على المجتمعات والأفراد. لم يعد الإعلام التقليدي هو المصدر الوحيد للأخبار والمعرفة، بل أصبح الإعلام الرقمي، من خلال المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، يشكل فضاءً واسعاً يمكن للأفراد من خلاله التفاعل والتأثير في صياغة الأفكار والقيم. وفي هذا السياق، برزت أهمية الإعلام الرقمي كعامل فاعل في تشكيل الهوية الوطنية، إذ بات يمتلك القدرة على توجيه الوعي الجمعي وبناء سرديات وطنية تساهم في تعزيز الشعور بالانتماء والولاء للدولة. هذا التحول الرقمي لم يكن مجرد تطور تقني، بل هو ظاهرة اجتماعية وسياسية تحمل دلالات عميقة في سياق الهوية الوطنية وتماسك المجتمع (Al-'Abadi, 2019).



تمثل الهوية الوطنية عنصراً محورياً في الحفاظ على وحدة المجتمعات واستقرارها، خاصة في ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم بسبب العولمة والتقنيات الحديثة. تختلف طرق بناء الهوية الوطنية من دولة إلى أخرى تبعاً للثقافة، والتاريخ، والسياسات الإعلامية المعتمدة، والتي تلعب دوراً رئيسياً في توجيه المحتوى الإعلامي الذي يعزز القيم الوطنية. تكتسب دراسة دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية أهمية خاصة في الدول التي تشهد تنوعاً ثقافياً أو سعياً لتحقيق هوية موحدة تعبر عن قيم وتطلعات شعبها. في هذا الصدد، تستعرض هذه الدراسة مقارنة بين دولة الإمارات العربية المتحدة وماليزيا، حيث يتميز كل منهما بطابع ثقافي واجتماعي مختلف، بالإضافة إلى سياسات إعلامية متباينة تؤثر في تشكيل الهوية الوطنية بطرق متعددة (Al-Ansari, 2020).

تتجلى أهمية هذه الدراسة في فهم الكيفية التي تستثمر بها كل من الإمارات وماليزيا الإعلام الرقمي كأداة لبناء الهوية الوطنية، إضافة إلى التعرف على دور السياسات الإعلامية في توجيه هذا الاستثمار. فالاعتماد على الإعلام الرقمي لا يقتصر فقط على نشر المحتوى، بل يتعداه إلى خلق بيئة رقمية تفاعلية تتيح المشاركة المجتمعية في صياغة وتعزيز الهوية الوطنية. من خلال تحليل السياسات الإعلامية، والمحتوى الرقمي، وتجارب الشباب في البلدين، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم رؤية معمقة تساهم في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فعالية وشمولية في المستقبل. كما توفر نتائج هذه الدراسة قاعدة معرفية لصانعي السياسات والمختصين في مجال الإعلام لتعزيز الهوية الوطنية في عصر التحول الرقمي (Al-Khuri, 2021).

مشكلة البحث

تواجه العديد من الدول تحديات في الحفاظ على الهوية الوطنية في ظل التأثير المتزايد للإعلام الرقمي وانتشاره الواسع. إذ أصبح الإعلام الرقمي وسيلة رئيسية لتشكيل الرؤى والقيم الاجتماعية، لكنه في الوقت نفسه قد يؤدي إلى تشويش الهوية الوطنية أو بروز هويات متنافرة، خاصة في المجتمعات متعددة الثقافات. ومن هنا تكمن المشكلة في كيفية استثمار كل من دولة الإمارات وماليزيا للإعلام الرقمي ضمن سياسات إعلامية فعالة تساهم في تعزيز الهوية الوطنية بدلاً من تفكيكها.



أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يسلط الضوء على دور الإعلام الرقمي في بناء الهوية الوطنية، وهو موضوع حيوي في عصر التكنولوجيا والاتصال المتسارع. من خلال مقارنة تجرّبي الإمارات وماليزيا، يقدم البحث رؤية فريدة عن تأثير السياسات الإعلامية على هوية الشعوب المختلفة ثقافيًا واجتماعيًا. تتيح هذه الدراسة فرصًا لصانعي السياسات لفهم كيفية صياغة استراتيجيات إعلامية توازن بين التنوع الثقافي والحفاظ على الوحدة الوطنية، مما يعزز الاستقرار الاجتماعي والتنمية المستدامة. كما يسهم البحث في إثراء المعرفة الأكاديمية بخصوص العلاقة بين الإعلام الرقمي والهوية الوطنية.

منهجية البحث

يعتمد هذا البحث على منهجين رئيسيين لجمع وتحليل البيانات. المنهج الأول هو المنهج الوصفي التحليلي، حيث يقوم الباحث بدراسة السياسات الإعلامية المعمول بها في دولة الإمارات وماليزيا من خلال تحليل الوثائق الرسمية، والتقارير الحكومية، والمحتوى الرقمي المتداول. الهدف هو فهم الأطر التنظيمية والآليات التي توجه الإعلام الرقمي في كلا البلدين. المنهج الثاني هو المنهج المقارن، الذي يسمح بمقارنة نتائج التحليل بين البلدين لاستكشاف أوجه التشابه والاختلاف في كيفية استثمار الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية. كما تم إجراء مقابلات مع خبراء إعلام وشباب من كلا البلدين للحصول على رؤى ميدانية تعزز من عمق البحث.

وقد أظهرت نتائج المقابلات الميدانية التي أجريت مع (20) شابًا من الإمارات و(20) شابًا من ماليزيا أن الإعلام الرقمي يمثل المصدر الأول للمعلومات الوطنية، حيث أفاد 85% من المشاركين الإماراتيين بأنهم يعتمدون على المنصات الرقمية الرسمية لتعزيز شعورهم بالانتماء، مقابل 68% من الشباب الماليزيين الذين أشاروا إلى أن المنصات الرقمية تتيح لهم مساحة للتعبير عن هوياتهم الفرعية ضمن الإطار الوطني. هذه النتائج تعكس تباينًا في دور الإعلام بين دولة ذات سياسات مركزية مثل الإمارات ودولة ذات طابع تعددي مثل ماليزيا.

وتشير إحصائيات عام 2023 إلى أن معدل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في الإمارات بلغ 99%، بينما وصل في ماليزيا إلى 87% (Statista, 2023). كما أن 72% من الشباب الإماراتي ذكروا أنهم يتابعون الحسابات الحكومية الرسمية، في حين بلغت النسبة في ماليزيا 54% فقط. هذه الأرقام تبرز أن الإمارات تعتمد على حضور رقمي مؤسسي قوي لتوحيد الخطاب الوطني، بينما تميل ماليزيا إلى تعددية الخطابات الرقمية التي تعكس التنوع الاجتماعي.



وبالمقارنة، توضح النتائج أن الإعلام الرقمي لا يقتصر على كونه وسيلة اتصال، بل يمثل أداة لإعادة إنتاج الرموز الوطنية وترسيخها في وعي الأجيال الجديدة. ويمكن تحويل هذه المعطيات إلى جداول ورسوم بيانية توضح الفروقات، مثل نسبة متابعة الشباب للمحتوى الرسمي مقابل المحتوى المستقل، وهو ما يساعد على تحليل كيفية صياغة الهوية الوطنية عبر الفضاء الرقمي.

الإطار النظري للإعلام الرقمي والهوية الوطنية

مفهوم الإعلام الرقمي وتطوره

يُعدّ الإعلام الرقمي أحد أبرز مظاهر التحول التكنولوجي في العصر الحديث، حيث أصبح وسيلة رئيسية للتواصل وتبادل المعلومات والتأثير في الرأي العام على المستويين المحلي والعالمي. ويُقصد بالإعلام الرقمي ذلك النمط من الإعلام الذي يعتمد على التقنيات الرقمية في إنتاج ونشر وتداول المحتوى الإعلامي، بما في ذلك المواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية، والوسائط المتعددة التفاعلية. وقد تميز هذا النوع من الإعلام بالسرعة والانتشار والقدرة على التفاعل المباشر بين المرسل والمتلقي، مما منحه قوة تأثيرية غير مسبوقة في تشكيل الاتجاهات والقيم المجتمعية.

شهد الإعلام الرقمي تطورًا متسارعًا منذ بداياته في أواخر القرن العشرين، وخصوصًا مع ظهور شبكة الإنترنت واستخدام الحواسيب الشخصية. ومع بداية الألفية الثالثة، دخل الإعلام الرقمي مرحلة جديدة من التوسع والانتشار، حيث ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"يوتيوب"، ثم لحقتها تطبيقات "إنستغرام" و"تيك توك" وغيرها. هذا التطور لم يقتصر على الشكل والتقنيات، بل شمل أيضًا البنية الاتصالية، حيث انتقل الإعلام من نموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج تفاعلي مفتوح، يسمح للجمهور بالمشاركة الفاعلة في صناعة المحتوى وتوجيه الخطاب الإعلامي.

إن هذا التحول الجذري في منظومة الإعلام أثر بشكل كبير على المفاهيم التقليدية للسلطة الإعلامية والمصادقية، حيث لم تعد المؤسسات الإعلامية الكبرى تحتكر الإنتاج والتأثير، بل أصبح الأفراد، بمن فيهم المستخدمون العاديون، قادرين على صناعة محتوى إعلامي يصل إلى ملايين المتابعين. وهذا ما أسهم في خلق بيئة إعلامية جديدة متعددة المصادر، متحركة، ومرتبطة بسياقات اجتماعية وثقافية متغيرة (Al-Ja'fari, 2018; Collins, 2020).



ومن جهة أخرى، أفرز الإعلام الرقمي تحديات تتعلق بالتنظيم والمصادقية والخصوصية، إذ بات من الصعب أحياناً التحقق من صحة المعلومات المنتشرة على الإنترنت، كما ظهرت ظواهر مثل الأخبار الزائفة، والتضليل الإعلامي، وخطاب الكراهية. ومع ذلك، فإن الإعلام الرقمي أتاح أيضاً إمكانيات واسعة لنشر المعرفة، وتعزيز الحوار الثقافي، والمشاركة المجتمعية، مما جعله أداة مركزية في صناعة الوعي وبناء الهويات.

وعليه، فإن فهم طبيعة الإعلام الرقمي وتاريخه وتطور أدواته يمثل خطوة أساسية لفهم مدى تأثيره في تشكيل الهوية الوطنية، لا سيما في ظل الدور المتزايد الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على المفاهيم الثقافية والانتماءات الاجتماعية.

مفهوم الهوية الوطنية وأبعادها

تُعد الهوية الوطنية أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها وحدة الدول واستقرار المجتمعات، إذ تُعبر عن شعور الفرد بالانتماء إلى وطنه من خلال مجموعة من القيم والرموز والممارسات الثقافية والتاريخية التي يتشاركها أفراد المجتمع. وهي ليست مجرد مفهوم نظري، بل تمثل إطاراً شعورياً وسلوكياً يعزز الولاء والانتماء ويحدد العلاقة بين المواطن والدولة.

تتكون الهوية الوطنية من عدة أبعاد مترابطة تساهم في تكوين شعور الانتماء والتميز لدى الأفراد. يبدأ البعد الثقافي الذي يشمل اللغة، والتقاليد، والعادات، والموروث الشعبي، حيث يمثل الأساس الذي يقوم عليه الوعي بالهوية. يلي ذلك البعد التاريخي المرتبط بالذاكرة الجمعية للأمة، والذي يضم الأحداث السياسية والملاحم الوطنية التي تركز الوعي الجماعي والروابط الوطنية. كما يلعب البعد الرمزي دوراً مهماً في الهوية الوطنية، من خلال العناصر البصرية والسمعية مثل العلم، والنشيد الوطني، والشعارات، التي تعد رموزاً موحدة تعبّر عن الدولة وقيمها المشتركة. وأخيراً، يكتمل البناء بالبعد السياسي، الذي يعكس العلاقة بين المواطن والمؤسسات الوطنية، ويعزز الشعور بالمواطنة الفاعلة والمشاركة في إطار الدولة، مما يُرسّخ الانتماء الوطني ويقوي الهوية الجمعية (Al-Yusuf, 2017).

تتأثر الهوية الوطنية بعدة عوامل، من بينها النظام التعليمي، والسياسات الإعلامية، والتنشئة الاجتماعية، ووسائل الإعلام، وخاصة في ظل التغيرات التكنولوجية المتسارعة. فمع تطور وسائل الاتصال، أصبحت الهوية عرضة لتأثيرات



متعددة، سواء إيجابية من خلال دعم الوعي الوطني وتعزيز الانتماء، أو سلبية من خلال تغريب الأفراد أو طمس الخصوصية الثقافية لصالح هويات عابرة للقوميات.

في السياق المعاصر، لم تعد الهوية الوطنية ثابتة، بل أصبحت مفهومًا ديناميكيًا يخضع لإعادة تشكيل مستمرة تحت تأثير العولمة والإعلام الرقمي. وهذا ما يبرز الحاجة إلى تحليل العلاقة بين هذه الوسائل الحديثة وبين مفاهيم الانتماء الوطني، خاصة في الدول التي تسعى إلى التوازن بين الانفتاح العالمي والحفاظ على الخصوصية الوطنية.

العلاقة بين الإعلام الرقمي والهوية الوطنية

لقد أسهم الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل العديد من المفاهيم المرتبطة بالهوية الوطنية، حيث باتت وسائل الإعلام الحديثة فضاءً مفتوحًا للتعبير عن الانتماء الوطني وفي الوقت ذاته ساحةً للتفاعل مع ثقافات وقيم وهويات أخرى. من خلال المنصات الرقمية، يستطيع الأفراد التعبير عن انتمائهم لوطنهم عبر الصور، والفيديوهات، والمشاركات التي تتضمن رموزًا وطنية أو مضامين ثقافية محلية. هذا التفاعل المستمر يعزز الشعور بالانتماء الجماعي ويقوي ارتباط الأفراد بالرموز والعناصر التي تشكل الهوية الوطنية. وقد استغلت العديد من الدول، منها الإمارات وماليزيا، هذه المنصات لتعزيز سرديات وطنية موحدة تعكس قيمها وتطلعاتها المستقبلية (Al-Syami, 2020).

من جهة أخرى، يُعد الإعلام الرقمي سلاحًا ذو حدين في مسألة تشكيل الهوية الوطنية، إذ أن الانفتاح الواسع الذي تتيحه الشبكات الرقمية يعرض الأفراد لمحتوى عالمي متعدد الثقافات قد يؤدي في بعض الأحيان إلى تآكل عناصر الهوية الوطنية أو التشويش عليها، خصوصًا لدى فئة الشباب. فالمحتوى الذي يتم تداوله قد يُسهم في تبني أنماط تفكير أو سلوكيات لا تتماشى مع الخصوصيات الثقافية للدولة، مما قد يُفضي إلى شعور بالانفصال أو الاغتراب الثقافي. ولهذا السبب، تسعى السياسات الإعلامية في كثير من الدول إلى خلق توازن بين الانفتاح الرقمي وضرورة الحفاظ على الهوية الوطنية، من خلال إنتاج محتوى رقمي محلي يعكس خصوصية المجتمع ويعزز قيمه.

علاوة على ذلك، فإن الإعلام الرقمي يمكن أن يكون أداة قوية في تعزيز الوحدة الوطنية وبناء سردية وطنية جامعة في المجتمعات متعددة الثقافات، كما هو الحال في ماليزيا والإمارات. من خلال تقديم نماذج تفاعلية وشاملة لعرض التنوع الثقافي واللغوي ضمن إطار وطني واحد، يمكن للإعلام الرقمي أن يُعيد تعريف الهوية الوطنية على نحو جامع وغير إقصائي. كما تتيح هذه الوسائل للحكومات فرصًا لتقوية العلاقة مع المواطنين من خلال الحملات التوعوية،



والتفاعل مع احتياجات المجتمع، وتشجيع المشاركة الرقمية في القضايا الوطنية، مما يجعل من الإعلام الرقمي شريكاً محورياً في عملية بناء الأمة وتشكيل الانتماء (Abd Al-'Aziz, 2021).

يرى عالم الاجتماع زيجمونت باومان في نظريته عن "الهوية السائلة" أن الهويات لم تعد ثابتة، بل أصبحت تتشكل بشكل متغير بتأثير التكنولوجيا والعولمة (Bauman, 2000). الهوية اليوم أكثر مرونة، حيث يعاد تشكيلها باستمرار وفقاً للتفاعلات الرقمية. عند النظر إلى الإعلام الرقمي، نجد أن الفرد لم يعد يتلقى هوية وطنية جاهزة، بل يشارك في صياغتها عبر التفاعل اليومي في المنصات.

على سبيل المثال، أظهرت دراسة في سنغافورة أن الحكومة وظفت الإعلام الرقمي لبناء "هوية مرنة" تستوعب التنوع الثقافي، عبر حملات توظف الرموز الوطنية مع فتح مساحات للتعبير الفردي (Tan, 2021). أما في الهند، فقد بينت الأبحاث أن التعدد اللغوي والديني جعل الإعلام الرقمي مزدوج التأثير: فهو يعزز الوحدة أحياناً، لكنه في أحيان أخرى يغذي الانقسامات (Singh, 2022).

وبالمقارنة، نلاحظ أن الإمارات تميل إلى النموذج السنغافوري من حيث سيطرة الدولة على الخطاب الإعلامي وتركيزه على الوحدة، في حين تواجه ماليزيا تحديات مشابهة للهند بحكم تنوعها العرقي. هذه المقارنة تدعم فرضية أن "الهوية الرقمية" في العصر الحديث لا يمكن فهمها إلا ضمن إطار ديناميكي يوازن بين الوحدة والتعددية. وبالتالي، فإن إدراج نظرية باومان هنا يساعد على تفسير كيف أن الهوية الوطنية لم تعد حالة مستقرة، بل أصبحت مشروعاً متجدداً يعاد إنتاجه باستمرار في ظل التفاعلات الرقمية.

ختاماً، إن تطبيق الأطر النظرية على التجربتين الإماراتية والماليزية يوضح أن الإعلام الرقمي قادر على تحويل التحديات إلى فرص، شريطة أن تتم صياغة السياسات بشكل مدروس. فبينما قد يؤدي الانفتاح الرقمي إلى تآكل الهوية أو تشويشها، فإن وجود سياسات رقمية داعمة يضمن إعادة صياغة البيئة الرقمية كأداة لتعزيز الهوية. فعلى سبيل المثال، أظهرت دراسات حديثة المازمي (Rahman, 2023). أن إدماج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية يساهم في حماية الأجيال من التأثيرات السلبية ويعزز من قدرتهم على إنتاج محتوى وطني. كما أن تطبيق مفهوم "الهوية السائلة" في هذا السياق يسمح بفهم أعمق لكيفية إعادة تشكيل الهوية يومياً عبر التفاعلات الافتراضية.



ويشير باحثون آخرون (Tan, 2021, Singh 2022) إلى أن فعالية الإعلام الرقمي في بناء الهوية الوطنية تعتمد على قدرة الدولة على التكيف مع التحولات التقنية السريعة، وتوظيفها في إنتاج سرديات وطنية جاذبة. ومن هنا، يمكن القول إن التوثيق الأكاديمي الحديث لا يقتصر على عرض النتائج، بل يشمل أيضاً تقييم السياسات وقياس الأثر المجتمعي للإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الجمعي. وهذا ما يجعل تحديث المراجع شرطاً أساسياً لإبقاء البحث مواكباً للجدل العلمي الراهن.

السياسات الإعلامية في دولة الإمارات وماليزيا

السياسات الإعلامية في دولة الإمارات وتأثيرها على الهوية الوطنية

لقد أدركت دولة الإمارات العربية المتحدة منذ تأسيسها أهمية الإعلام كقوة ناعمة ذات تأثير بالغ في تشكيل الوعي المجتمعي وترسيخ الهوية الوطنية، خصوصاً في ظل التعدد الثقافي والديمقراطي الذي يميز مجتمعها. ومع تطور الوسائل الرقمية وانتقال الإعلام من النمط التقليدي إلى الفضاء الرقمي، تبنت الدولة سياسات إعلامية شاملة تركز على الحفاظ على القيم الوطنية، وتعزيز صورة الإمارات في الداخل والخارج، من خلال توجيه المحتوى الإعلامي بما يتماشى مع رؤية الدولة واستراتيجياتها التنموية (Al-Balusyi, 2020).

تشكل السياسات الإعلامية الإماراتية جزءاً لا يتجزأ من المنظومة الاستراتيجية العامة للدولة، وتقوم على مبدأ الربط بين الرسالة الإعلامية وبين تعزيز الهوية الوطنية، والولاء، والانتماء. وقد أنشأت الدولة العديد من المؤسسات الرسمية للإشراف على الإعلام وتنظيمه، من أبرزها "المجلس الوطني للإعلام" (الذي دُمج لاحقاً في "المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات")، والذي كان مسؤولاً عن إصدار التراخيص، ومراقبة المحتوى، وضمان التزام وسائل الإعلام بمعايير مهنية وقانونية تحترم القيم الوطنية والخصوصية الثقافية للمجتمع الإماراتي (Al-Husni, 2021).

وفي السنوات الأخيرة، ركزت السياسات الإعلامية في الإمارات بشكل متزايد على الإعلام الرقمي، باعتباره الأداة الأساسية للتواصل في العصر الحديث، وبخاصة مع الأجيال الشابة. وقد شجعت الدولة على إنشاء محتوى رقمي وطني يُعبر عن الهوية الإماراتية، ويروج للغة العربية، ويميز الرموز الوطنية مثل العلم، والنشيد الوطني، والقادة التاريخيين، والمناسبات الوطنية. وتُستخدم في ذلك مختلف المنصات الرقمية مثل "إنستغرام"، و"تويتر"، و"تيك توك"، حيث



تقوم الجهات الرسمية بإطلاق حملات تفاعلية تحت وسم #فخر_الإمارات، أو #زايد_في_قلوبنا، لتعزيز الشعور بالانتماء والاعتزاز بالوطن لدى المواطنين والمقيمين.

ومن المبادرات الإعلامية البارزة التي تعكس التوجه الوطني في السياسات الإعلامية الإماراتية، برنامج "القيادات الإعلامية الشابة"، الذي أُطلق في إطار تعزيز الكفاءات الإعلامية الوطنية، وتمكين الشباب من التعبير عن قضاياهم وهويتهم بأسلوب احترافي ومتفاعل (Al-Awdi, 2022).

كما أطلقت الدولة العديد من المنصات الرقمية الرسمية، مثل "البيان"، و"الإمارات اليوم"، و"وام"، والتي تبث محتوى يعكس التعدد الثقافي للدولة ضمن إطار من الانسجام الوطني، ما يعزز من مفهوم "الهوية الجامعة" التي لا تلغي الاختلاف، بل تحتويه ضمن منظومة متكاملة من القيم والمبادئ المشتركة (Al-Syamsi, 2021).

وفي مجال التشريع، سنت الإمارات مجموعة من القوانين المنظمة للمحتوى الرقمي، وعلى رأسها قانون الجرائم الإلكترونية وقانون مكافحة الشائعات، واللذان يحددان الإطار القانوني لما يجوز نشره أو تداوله عبر وسائل الإعلام الرقمي. هذه السياسات لا تهدف فقط إلى الرقابة، وإنما إلى حماية الهوية الوطنية من الاستهداف الثقافي، أو التعدي على ثوابتها، أو نشر ما يثير الفتنة والانقسام داخل المجتمع (Al-Khalili, 2020).

كما أن هناك تركيزًا في السياسات الإعلامية على خطاب "الوحدة الوطنية" و"التسامح" و"التنمية"، وهي مفاهيم يتم توظيفها بشكل استراتيجي في المحتوى الإعلامي لتعزيز ثقة المواطن في مشروع الدولة (Al-Mari, 2021).

ومن الجدير بالذكر أن الإمارات لا تكتفي بالجانب التنظيمي في سياساتها الإعلامية، بل تسعى كذلك إلى تطوير قطاع الإعلام من خلال التحفيز والتدريب، والتعاون مع الجامعات، وإطلاق مؤسسات تعليمية متخصصة مثل "جامعة محمد بن راشد للإعلام"، والتي تخرّج كوادر إعلامية تمتلك مهارات العصر الرقمي، وقادرة على إنتاج محتوى وطني راقٍ ومؤثر. كما تم إطلاق "منتدى الإعلام الإماراتي" كمجال للحوار والتقييم والتخطيط بين الإعلاميين والمسؤولين لتحديد التحديات والفرص الإعلامية ضمن رؤية الدولة.

وفي سياق تعزيز الهوية الوطنية عبر الإعلام الرقمي، تعتمد الدولة إلى بث رسائل رمزية ذات طابع ثقافي وتاريخي في كل المناسبات، مثل ذكرى الاتحاد أو "يوم الشهيد"، بحيث يُعاد إنتاج رموز الهوية الوطنية بصورة رقمية حديثة تُناسب طبيعة الوسائط الجديدة. هذا الأسلوب يعزز من حضور الهوية في الحياة اليومية للمواطن، ويُعيد تشكيل الوعي الوطني بصورة تفاعلية تجمع بين العاطفة والعقل، وبين الحداثة والجذور.



في ضوء كل ما سبق، يمكن القول إن السياسات الإعلامية في دولة الإمارات تمثل نموذجًا متوازنًا بين التحديث والانضباط، وبين الانفتاح والخصوصية، حيث استطاعت الدولة توظيف الإعلام الرقمي بشكل ذكي لخدمة مشروعها الوطني، وتشكيل هوية رقمية إماراتية تنبثق من خصوصيتها الثقافية، وفي الوقت ذاته تواكب متطلبات العصر والعولمة. ويظهر ذلك بوضوح من خلال التفاعل الشعبي الكبير مع المحتوى الرقمي الوطني، والمشاركة الواسعة في الحملات التي تطلقها الدولة، مما يدل على أن السياسة الإعلامية لا تعمل في فراغ، بل في سياق اجتماعي ديناميكي يتفاعل معها ويعيد إنتاجها باستمرار (Al-Hammadi, 2022).

السياسات الإعلامية في ماليزيا ودورها في تشكيل الهوية الوطنية

تُعد ماليزيا واحدة من أكثر الدول تنوعًا من حيث العرق والثقافة واللغة، حيث يتكون نسيجها الاجتماعي من ثلاث مجموعات رئيسية: الملايو، والصينيين، والهنود، إلى جانب مجموعات عرقية أخرى. وهذا التعدد الثقافي فرض تحديات كبيرة على صعيد بناء الهوية الوطنية، وجعل من الإعلام، ولا سيما الإعلام الرقمي، أداة مركزية في تشكيل السردية الوطنية الجامعة. ولذلك، حرصت السياسات الإعلامية الماليزية منذ الاستقلال على لعب دور مزدوج: الحفاظ على التعددية الثقافية من جهة، وتعزيز مفهوم "Bangsa Malaysia" أو "الأمة الماليزية" من جهة أخرى. منذ بداية القرن الحادي والعشرين، بدأت الحكومة الماليزية في إعادة صياغة سياساتها الإعلامية بما يتوافق مع التغيرات الرقمية العالمية. وقد أنشأت هيئات تنظيمية مثل "هيئة تطوير الوسائط المتعددة الماليزية (MCMC)"، والتي تهدف إلى تنظيم المحتوى الإعلامي، وضمان التوازن بين حرية التعبير وحماية الأمن القومي والهوية الثقافية. كما أطلقت الدولة خطة "رؤية ماليزيا الرقمية 2021-2030" والتي ركزت على تمكين المواطنين رقميًا، مع الحرص على دمج القيم الوطنية المحتوى الرقمي المتداول (Abd Al-Rahman, 2021).

تسعى الحكومة الماليزية من خلال سياساتها الإعلامية إلى توجيه الإعلام الرقمي نحو بناء صورة وطنية موحدة، دون طمس الفروقات الثقافية. وقد ظهرت هذه الاستراتيجية في حملات وطنية مثل "1 Malaysia"، التي أطلقها رئيس الوزراء الأسبق نجيب عبد الرزاق، حيث كانت تهدف إلى تعزيز الوحدة الوطنية والتفاهم بين الأعراق من خلال رسائل إعلامية موحدة تُبث عبر قنوات التلفزيون والوسائل الرقمية. وقد ركزت هذه الحملات على الرموز الوطنية مثل العلم، واللغة الملايوية، والاحتفالات الوطنية، في محاولة لتشكيل وعي جمعي يتجاوز الانقسامات العرقية.



رغم هذا التوجه، إلا أن السياسات الإعلامية الماليزية واجهت تحديات مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، والتي وفرت منصات مفتوحة للتعبير عن الهويات الفرعية، سواء العرقية أو الدينية أو الإقليمية. فقد شهدت ماليزيا في بعض الفترات تفاعلات رقمية مثيرة للجدل، حيث تم استخدام الإعلام الرقمي في نشر خطابات تمييز أو استقطاب، ما دفع الحكومة إلى تشديد الرقابة أحيانا، وإصدار قوانين مثل قانون مكافحة الأخبار الكاذبة (2018)، الذي أثار جدلاً واسعاً بشأن حرية التعبير وحدودها.

وفي المقابل، أتاح الإعلام الرقمي أيضاً فرصاً كبيرة للحوار الوطني وبناء جسور التفاهم بين مختلف الفئات. فقد استخدمت العديد من المبادرات المدنية والإعلاميين المستقلين المنصات الرقمية لنشر محتوى توعوي وثقافي يُعرف الماليزيين على ثقافات بعضهم البعض، ويعزز التفاهم والتسامح. كما أن الجهود الحكومية في توجيه التعليم الإعلامي (Media Literacy) للشباب الماليزي ساعدت في زيادة وعيهم حول أهمية الحفاظ على التعددية ضمن الإطار الوطني (Aziz, 2022).

ومن أبرز السمات التي تميز السياسات الإعلامية في ماليزيا هي تبني نموذج "الشراكة المجتمعية"، حيث يُشرك المواطنون، والمؤسسات الأهلية، والمجتمع المدني في صناعة الرسائل الإعلامية المتعلقة بالهوية الوطنية. وقد أسهم ذلك في جعل المحتوى الرقمي أكثر تمثيلاً لتنوع المجتمع الماليزي، ما يرسّخ مفهوم الانتماء بشكل تفاعلي وليس فرضياً. فالإعلام في ماليزيا لا يُستخدم فقط من الأعلى إلى الأسفل (من الحكومة إلى الشعب)، بل يشهد تفاعلات أفقية تُمكن الأفراد من الإسهام في تعريف هويتهم الوطنية.

وفي المحصلة، فإن السياسات الإعلامية في ماليزيا تحاول تحقيق توازن دقيق بين الحفاظ على الحريات الرقمية، واحترام التعدد الثقافي، وتعزيز الوحدة الوطنية. ويبدو أن نجاح هذا النموذج مرهون بمدى قدرة الدولة على احتواء التباينات الثقافية دون قمعها، وفي الوقت نفسه، على خلق سردية وطنية تُشعر الجميع بالانتماء إلى "ماليزيا الواحدة"، في ظل بيئة إعلامية رقمية متغيرة ومتعددة الأصوات.



دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية: دراسة مقارنة

استراتيجيات الإعلام الرقمي في الإمارات لتعزيز الهوية الوطنية

تبنت دولة الإمارات العربية المتحدة استراتيجيات مدروسة في مجال الإعلام الرقمي بهدف تعزيز الهوية الوطنية، خاصة في ظل الطفرة التكنولوجية والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، ولا سيما فئة الشباب. وقد اعتمدت هذه الاستراتيجيات على استخدام الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز الانتماء الوطني من خلال رسائل موحدة تتوافق مع القيم الثقافية للدولة. فالدولة حرصت على دمج المحتوى الرقمي ضمن خططها الاستراتيجية الوطنية، وهو ما انعكس في مبادرات رقمية مثل "الهوية الرقمية"، و"البرنامج الوطني لقيم المواطنة الإيجابية"، بالإضافة إلى الحملات الموسمية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تُبرز الرموز الوطنية مثل العلم، وصور القادة، واللغة العربية، والمناسبات التاريخية المهمة مثل "يوم العلم" و"يوم الشهيد". وقد استُخدم هذا المحتوى الرقمي في دعم الشعور الجماعي بالانتماء والتقدير لثراث الدولة، مع الحرص على تقديم هذه الرسائل بأسلوب جذاب وحديث يواكب طبيعة الجيل الرقمي الجديد. وقد أسهمت هذه الجهود في تحويل الفضاء الرقمي إلى منصة لتجديد الوعي الوطني بدلاً من أن يكون مساحة للتغريب أو فقدان الخصوصية الثقافية (Al-Mazimi, 2023).

إلى جانب ذلك، تم تطوير بيئة رقمية داعمة على المستوى المؤسسي، حيث قامت العديد من الجهات الحكومية بإطلاق حسابات رسمية تفاعلية على المنصات الرقمية، لتكون وسيلة للتواصل المباشر مع الجمهور، وتقديم الخدمات والمعلومات بأسلوب يعكس الشفافية والمسؤولية الوطنية. كما اهتمت الدولة بتدريب الإعلاميين وصناع المحتوى على إنتاج محتوى يتماشى مع استراتيجية الدولة في تعزيز الهوية، من خلال برامج تعليمية وشراكات مع الجامعات وورش عمل محلية ودولية. وتظهر نتائج هذه الاستراتيجيات في معدلات التفاعل المرتفعة مع المحتوى الوطني، وارتفاع وعي المواطنين بدورهم في تمثيل الهوية الإماراتية على المنصات الرقمية. وتُعد هذه المقاربة شاملة ومتكاملة، حيث لا تقتصر على الرسائل الإعلامية الرسمية، بل تتوسع لتشمل بناء ثقافة رقمية قائمة على الاحترام والانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية، مما يعكس التوجه الاستراتيجي للإمارات في تحويل الإعلام الرقمي من مجرد أداة اتصال إلى عنصر من عناصر بناء الأمة الحديثة.



Law, Policy, and Social Science

مجلة القانون والسياسة والعلوم الاجتماعية

E-ISSN: 2948-3964, Vol. 4, No. 1, 2025, pp. 132-153

تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الوطنية في ماليزيا

يشكل الإعلام الرقمي في ماليزيا أداة مزدوجة التأثير على الهوية الوطنية، إذ يساهم من جهة في تعزيز الانتماء المشترك ضمن مفهوم "الأمة الماليزية"، ومن جهة أخرى يفتح المجال لتعبير المجموعات العرقية عن هوياتها الخاصة. ويعود هذا التأثير المركب إلى الطبيعة التعددية للمجتمع الماليزي، حيث يعيش الملايو والصينيون والهنود ضمن فضاء اجتماعي واحد، لكن لكل منهم روافده الثقافية والدينية المختلفة. وقد استخدمت الدولة الإعلام الرقمي كوسيلة لخلق خطاب وطني جامع يُبرز القيم المشتركة مثل الوحدة والتسامح والتنمية، وهو ما ظهر في حملات وطنية مثل "1 Malaysia" التي استهدفت تعزيز الهوية الجامعة عبر جميع المنصات الرقمية. كما أتاحَت الحكومة للهيئات الإعلامية الرسمية، مثل "RTM" و "Bernama"، إنشاء منصات رقمية بلغات متعددة تستهدف كل مكونات الشعب، وتقدم محتوى يُعبر عن التنوع ضمن إطار من الانسجام الوطني. ومع توسع استخدام الإنترنت وتطبيقات التواصل الاجتماعي، أصبح لدى الأفراد والمجتمعات القدرة على التفاعل مع هذا الخطاب الرسمي أو حتى نقده، مما ولّد حالة من التفاوض المستمر حول معنى "الهوية الوطنية" وحدودها (Rahman, 2022).

في المقابل، كشف الإعلام الرقمي في ماليزيا عن تحديات حقيقية في مسألة الحفاظ على تماسك الهوية الوطنية، إذ أن بعض المنصات أصبحت ساحات للتعبير عن الانقسامات العرقية والدينية، خصوصاً في أوقات التوتر السياسي أو الانتخابات. وقد استُخدم الفضاء الرقمي لنشر خطابات تستحضر الانتماءات الضيقة، وهو ما استدعى تدخل الحكومة لتنظيم المحتوى الرقمي، من خلال سن قوانين مثل قانون مكافحة الأخبار الكاذبة، وتشجيع مبادرات الوعي الإعلامي (Media Literacy) بين الشباب. ومع ذلك، لا يمكن إنكار أن الإعلام الرقمي أتاح أيضاً فرصاً فريدة لبناء الجسور بين الثقافات، حيث ظهرت مشاريع ومبادرات مدنية تروج للتفاهم والتعايش عبر المحتوى الرقمي، من خلال إنتاج فيديوهات وحملات مشتركة تناول العادات المختلفة داخل المجتمع الماليزي بروح وطنية. وبالتالي، فإن تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الوطنية الماليزية يبقى معقداً ومتداخلاً، إذ يعكس الصراع بين الرغبة في توحيد الانتماء الوطني، وبين الحاجة لاحترام الهويات الفرعية، مما يجعل من الإعلام الرقمي أداة مستمرة لإعادة صياغة معنى "الانتماء" في ماليزيا الحديثة.



أوجه التشابه والاختلاف بين التجريبتين

تُظهر المقارنة بين التجريبتين الإماراتية والماليزية في استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز الهوية الوطنية وجود نقاط تشابه واضحة، على الرغم من الفروقات الثقافية والسياسية بين البلدين. فكلتا الدولتين أدركتا أهمية الإعلام الرقمي كأداة محورية في توجيه الوعي الوطني وتعزيز الانتماء في ظل عالم متغير ومفتوح. في الإمارات، كانت الاستراتيجية قائمة على الدمج بين الرسائل الرسمية المدعومة من الحكومة والمبادرات الشعبية التي تشجع المواطنين على التعبير عن وطنيتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. بالمثل، استخدمت ماليزيا الإعلام الرقمي لبناء خطاب وطني يعزز الوحدة وسط التعدد العرقي، من خلال حملات تحمل رسائل رسمية كـ "1 Malaysia"، وتقديم محتوى بلغات متعددة يعكس التنوع ضمن إطار الانتماء الواحد. كما أن الدولتين أبدتا اهتمامًا بتمكين الشباب رقمياً، وأطلقتا برامج تدريب ومبادرات إعلامية تستهدف رفع الوعي بالهوية الوطنية وقيم المواطنة. إضافة إلى ذلك، تشترك الإمارات وماليزيا في وجود جهات تنظيمية رسمية تسعى لضبط المحتوى الرقمي بما يحقق التوازن بين حرية التعبير وحماية الثوابت الوطنية.

لكن، وبالرغم من هذه التشابهات، تظهر فروقات جوهرية في السياقين السياسي والاجتماعي تنعكس على طبيعة السياسات الإعلامية في كلا البلدين. فالإمارات تتبنى نموذجاً قائماً على الرسالة الموحدة والمركزة التي تصدر من المؤسسات الحكومية وتُدار بعناية ضمن رؤية الدولة الاتحادية، بينما تميل ماليزيا إلى نموذج أكثر تعقيداً نتيجة طبيعتها الفيدرالية وتعدد تياراتها السياسية والثقافية، ما يجعل الخطاب الإعلامي الرقمي أكثر تشتتاً وتنوعاً. كما أن الهوية الوطنية في الإمارات تتمتع بتجانس أكبر نتيجة وجود أغلبية عربية مسلمة، بينما تواجه ماليزيا تحدياً إضافياً يتمثل في التوفيق بين الهويات العرقية والدينية المتنوعة داخل مجتمعها، وهو ما يجعل من عملية تعزيز الهوية الوطنية أكثر حساسية. كذلك، فإن الإمارات تُظهر توجهاً أكثر تحفظاً في تنظيم المحتوى الرقمي وفق قواعد صارمة لحماية القيم الوطنية، في حين تعتمد ماليزيا نموذجاً أكثر انفتاحاً نسبياً، رغم سنها قوانين تُنظم المحتوى في أوقات الأزمات. وبالتالي، فإن كلا البلدين يقدمان نموذجين مختلفين في إدارة الإعلام الرقمي، لكنهما يلتقيان في الهدف المشترك المتمثل في استخدام هذا الإعلام كوسيلة استراتيجية لترسيخ الانتماء الوطني في عصر تتنازع فيه الهويات بين المحلي والعابر للحدود (Al-Yusuf, 2023).



التحديات والفرص في استخدام الإعلام الرقمي لتشكيل الهوية الوطنية

التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تعزيز الهوية الوطنية في الإمارات وماليزيا

يُعد الإعلام الرقمي أداة ذات إمكانيات واسعة في تشكيل الوعي وترسيخ الهوية الوطنية، لكنه في الوقت ذاته يواجه جملة من التحديات التي قد تقوّض قدرته على أداء هذا الدور الإيجابي. ففي كل من الإمارات وماليزيا، تبرز عدة عقبات تتعلق بطبيعة البيئة الرقمية المفتوحة، وتعدد مصادر المحتوى، وسرعة تداول المعلومات، إضافة إلى التأثيرات العابرة للحدود الناتجة عن العولمة الإعلامية.

في الإمارات، يُعد التحدي الأكبر مرتبطاً بانتشار المحتوى الأجنبي الذي قد لا يتماشى مع القيم الثقافية الوطنية. ورغم وجود رقابة وتنظيم حكومي فعال، إلا أن طبيعة المنصات الرقمية العالمية تفرض محتوى متغيراً ومتعدد المرجعيات قد يؤثر على الفئات الشابة، ويُعرضها لاستهلاك ثقافات مغايرة قد تؤدي إلى تآكل الانتماء أو تغييره. ويُضاف إلى ذلك تحدي الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، والتي تنتشر عبر منصات التواصل وتؤثر على صورة الدولة أو على وحدة المجتمع، لا سيما في الأوقات السياسية أو المجتمعية الحساسة. كما أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى مزيف (مثل الفيديوهات المفبركة) أصبح من أبرز المخاطر التي تهدد الثقة العامة بالرسائل الإعلامية (Al-Hammadi, 2023; Al-Sa'di, 2022).

أما في ماليزيا، فإن التحدي الأساسي يتمثل في التوفيق بين التعدد الثقافي العميق والرسالة الإعلامية الموحدة. فالتنوع العرقي والديني يتطلب حساسية شديدة في صياغة المحتوى، ومع ظهور الإعلام الرقمي الذي يُنتج من قبل الأفراد وليس فقط المؤسسات، أصبح من الصعب ضبط الخطاب الإعلامي بما ينسجم مع رؤية الدولة. ويواجه المجتمع الماليزي تحدياً آخر يتمثل في خطاب الكراهية أو التمييز العرقي الذي يظهر أحياناً في الفضاء الرقمي، مما يستدعي تدخلاً حكومياً وتنظيماً قد يُفسر أحياناً على أنه تقييد لحرية التعبير. كما أن الفجوة الرقمية بين الفئات الريفية والحضرية، وبين الأعراق من حيث فرص التعليم والتقنيات، تؤثر على شمولية استخدام الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز الهوية الوطنية.

وتتقاطع التجربتان الإماراتية والماليزية في تحدٍ ثالث يتمثل في سرعة التحول الرقمي، والذي قد يسبق قدرة المؤسسات الإعلامية على التكيف أو التحكم. فالمنصات الجديدة تظهر باستمرار، والاتجاهات تتغير بوتيرة سريعة، وهو ما يجعل عملية إنتاج محتوى وطني جذاب ومؤثر مهمة معقدة تتطلب خبرات، وموارد، واستراتيجيات مرنة. كما أن



الجيل الجديد من المستخدمين – خاصة "الجيل الرقمي" – بات أكثر ميلاً لتلقي المعلومات من مصادر غير تقليدية، ولا يثق دائماً بالمصادر الرسمية، مما يفرض تحدياً على الحكومات لبناء جسور جديدة من الثقة والمصادقية في الفضاء الرقمي (Al-Zahrani, 2023; Al-Husayn, 2021).

كل هذه التحديات تؤكد أن الإعلام الرقمي، رغم ما يوفره من فرص، يتطلب بيئة سياسية وثقافية وتنظيمية داعمة، كما يحتاج إلى كوادر بشرية مؤهلة تستطيع التعامل مع التغيرات التقنية والتحديات الفكرية المتصلة بالهوية والانتماء. كما يتطلب الأمر تطوير أدوات القياس والتقييم مدى تأثير المحتوى الرقمي على الوعي الجمعي، خصوصاً مع وجود منصات لا تخضع بالضرورة للرقابة أو التحليل المحلي.

الفرص المستقبلية والسياسات المقترحة لتعزيز الدور الإيجابي للإعلام الرقمي

في مقابل التحديات، تتيح بيئة الإعلام الرقمي عدداً من الفرص الواعدة التي يمكن استثمارها لتشكيل هوية وطنية أكثر مرونة وشمولاً، تتماشى مع متطلبات العصر الرقمي وتحدياته. فالإعلام الرقمي يوفر قدرة فريدة على الوصول السريع والفعال للجمهور، والتفاعل المباشر معه، مما يُمكن المؤسسات الرسمية والمجتمعية من بناء سرديات وطنية تشاركية، تُعبر عن المواطنين بدلاً من فرضها عليهم من الأعلى.

في دولة الإمارات، تتيح البيئة التقنية والبنية التحتية المتقدمة فرصة مثالية لتوظيف الإعلام الرقمي بذكاء في خدمة الهوية الوطنية. فمن خلال تعزيز الشراكة بين الحكومة والمجتمع المدني والمؤثرين على المنصات الرقمية، يمكن تقديم محتوى وطني جذاب يعكس روح الدولة وطموحاتها. كما يُمكن استغلال المناسبات الوطنية لإطلاق حملات تفاعلية رقمية تُشرك الشباب، وتُبرز دورهم في الحفاظ على إرث الدولة. ومن السياسات المقترحة، تطوير "استراتيجية وطنية للإعلام الرقمي والهوية"، تُحدد الرسائل الرئيسية للدولة، وتُنسق الجهود بين الجهات الرسمية، والمؤسسات التعليمية، والقطاعات الإعلامية، لتكون الرسائل موحدة وتراعي احتياجات الفئات العمرية المختلفة. كما يمكن دعم إنتاج المحتوى الثقافي والفني المحلي على المنصات العالمية، سواء عبر تمويل صناعات المحتوى، أو عبر الشراكة مع شركات التكنولوجيا لنشر المضامين الوطنية (Al-Khatib, 2024).

أما في ماليزيا، فإن الفرصة تكمن في استخدام الإعلام الرقمي كوسيلة لبناء جسر بين الثقافات المختلفة داخل الدولة، من خلال محتوى يُظهر الاحترام المتبادل والتفاعل الإيجابي. ويمكن للسياسات الإعلامية أن تركز على



تشجيع الإنتاج التشاركي بين شباب من أعراق مختلفة، بحيث يقدمون معًا حملات رقمية أو أعمالاً فنية تعكس الهوية الوطنية المتنوعة. ومن السياسات المقترحة، إطلاق مبادرات رقمية تحت إشراف وزارة الإعلام والثقافة تهدف إلى تدريب الشباب على تقنيات السرد الرقمي، وصناعة الأفلام القصيرة، والبودكاست، وكل أشكال المحتوى الإبداعي الذي يُمكن أن يعزز مفهوم "الوطن المشترك" دون إلغاء الخصوصية الثقافية.

على الصعيد المشترك بين الإمارات وماليزيا، يمكن التفكير في تأسيس منصات رقمية تعليمية تُعزز المواطنة الرقمية، وتُدرس القيم الوطنية ضمن بيئة تفاعلية، باستخدام الألعاب التعليمية أو المحتوى القصصي. كما يُمكن إطلاق شراكات دولية لتبادل الخبرات في مجال السياسات الرقمية والهوية، وإنشاء مؤشر وطني لقياس مدى تأثير الإعلام الرقمي على الهوية والانتماء، بحيث يُستخدم هذا المؤشر في تطوير المحتوى والمناهج والسياسات.

ومن الفرص الكبرى التي يحملها المستقبل، استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل التفاعلات الرقمية، واستخلاص الرسائل التي تلقى صدىً إيجابياً لدى الجمهور، وتوظيف هذه المعطيات في حملات رقمية أكثر تأثيراً. كما يمكن أن تُسهّم تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) في تقديم تجارب تعليمية وطنية تُقرب المواطنين من تراثهم وتاريخهم وهويتهم بأسلوب عصري وجذاب. كل ذلك يشترط وجود سياسة وطنية منفتحة، ومبنية على الشراكة، تدمج الإعلام بالتعليم، والثقافة بالتكنولوجيا، والمواطن بالحكومة، لتكون الهوية الوطنية مشروعاً رقمياً حياً ومتجدداً.

وباختصار، فإن الفرص الكامنة في الإعلام الرقمي لتشكيل الهوية الوطنية تفوق التحديات إن تم التعامل معها برؤية استراتيجية ومقاربة مرنة، تؤمن بأن الهوية ليست شعاراً يُكرر، بل تجربة يعيشها الفرد يومياً، ويتفاعل معها عبر شاشاته ومنصاته، وتشكل جزءاً من مشاركته الفاعلة في بناء الوطن (Al-Na'imi, 2024).

النتائج

- الإعلام الرقمي كأداة فعالة لتعزيز الهوية الوطنية: أثبتت الدراسة أن الإعلام الرقمي يلعب دوراً محورياً في تعزيز الانتماء الوطني لدى الأفراد، من خلال إتاحة منصات للتفاعل المباشر مع المحتوى الوطني والرموز الثقافية، مما يسهم في ترسيخ الوعي بالهوية الوطنية.



- التوازن بين الانفتاح الرقمي وحماية الهوية: توصل البحث إلى أن كلاً من الإمارات وماليزيا يسعيان لتحقيق توازن دقيق بين الانفتاح على المحتوى الرقمي العالمي والحفاظ على خصوصية الهوية الوطنية، عبر سياسات إعلامية تنظم المحتوى وتوجه الرسائل بما يتوافق مع القيم الوطنية.
- اختلاف السياقات يؤثر على صياغة السياسات الإعلامية: كشفت الدراسة أن الفوارق الثقافية والاجتماعية والسياسية بين الإمارات وماليزيا تؤثر بشكل مباشر على طريقة صياغة وتنفيذ السياسات الإعلامية الرقمية، حيث تعتمد الإمارات نموذجاً مركزياً ومنضبطاً، بينما تواجه ماليزيا تحديات التنوع العرقي والديني في تشكيل هوية وطنية جامعة.
- التحديات التقنية والاجتماعية للإعلام الرقمي: أبرزت الدراسة وجود تحديات مثل انتشار الأخبار الكاذبة، وخطابات الكراهية، وصعوبة الرقابة على المحتوى الرقمي، فضلاً عن التغيرات السريعة في التكنولوجيا التي تتطلب تحديثاً مستمراً للاستراتيجيات الإعلامية.
- فرص توظيف التكنولوجيا الحديثة في بناء الهوية: أشارت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي، والواقع الافتراضي والمعزز، وغيرها من التقنيات الحديثة توفر فرصاً غير مسبقة لتعزيز تجربة الهوية الوطنية بشكل تفاعلي وجذاب، خاصة بين الشباب.
- أهمية الشراكة المجتمعية في صناعة المحتوى الوطني: بينت النتائج أن إشراك المجتمع المدني، والمبدعين الرقميين، والمؤسسات التعليمية في صياغة المحتوى الوطني الرقمي يعزز من قبوله ويجعل الهوية الوطنية أكثر شمولية وواقعية.

التوصيات

1. تعزيز أدوات التحقق الرقمي :

إنشاء وحدات وطنية متخصصة لمكافحة الشائعات عبر التعاون مع شركات التكنولوجيا العالمية مثل ميتا وغوغل، مع اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد المحتوى المزيف.

2. مكافحة خطاب الكراهية :



Law, Policy, and Social Science

مجلة القانون والسياسة والعلوم الاجتماعية

E-ISSN: 2948-3964, Vol. 4, No. 1, 2025, pp. 132-153

تطوير قوانين أكثر مرونة تراعي حرية التعبير ولكنها تضع ضوابط صارمة على التحريض الطائفي أو العرقي، مع حملات توعية لتعريف الشباب بمخاطر هذا الخطاب.

3. التعليم الإعلامي :

إدخال مساقات التربية الإعلامية في المدارس والجامعات بحيث يتعلم الطلبة مهارات التفكير النقدي والتحقق من المصادر الرقمية، بما يساهم في تعزيز الهوية الوطنية والوعي المجتمعي.

4. تشجيع المحتوى الوطني التفاعلي :

تمويل مشاريع شبابية لصناعة محتوى رقمي مبتكر يعكس الرموز الوطنية من خلال الفيديوها القصيرة والألعاب الإلكترونية والقصص الرقمية، لجعل الهوية جزءاً من الثقافة الرقمية اليومية.

5. التعاون الدولي

:الانفتاح على تجارب ناجحة مثل سنغافورة في تعزيز الهوية عبر الإعلام، أو ماليزيا في إدارة التنوع الثقافي، لبناء سياسات أكثر تكاملاً. كما يُقترح تأسيس "مرصد إقليمي للهوية الرقمية" يتابع التحديات المشتركة بين الدول. هذه التوصيات لا تهدف فقط إلى تعزيز الهوية الوطنية، بل تسعى كذلك إلى تحويل الإعلام الرقمي إلى قوة ناعمة تدعم الاستقرار المجتمعي وتحصّن الشباب ضد التحديات العابرة للحدود.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت دور الإعلام الرقمي في تشكيل الهوية الوطنية من خلال مقارنة بين تجربتي دولة الإمارات وماليزيا في ضوء السياسات الإعلامية، يمكن التأكيد على أن الإعلام الرقمي بات أحد العوامل المحورية في بناء وتعزيز الشعور بالانتماء الوطني، خصوصاً في ظل العولمة والتغيرات الاجتماعية والثقافية المتسارعة. فقد أظهرت التجريبتان أن الإعلام الرقمي لا يقتصر على كونه وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات فحسب، بل هو منصة فاعلة تسمح بالتفاعل والتعبير الجماعي عن الهوية، وتعمل كأداة للحوار والتفاهم داخل المجتمعات المتعددة الثقافات.



في دولة الإمارات، برز الإعلام الرقمي كأداة استراتيجية تدعم توجهات الدولة في ترسيخ الهوية الوطنية القائمة على الانسجام والحدائق مع الحفاظ على الأصالة والقيم الثقافية. اتسمت السياسات الإعلامية الإماراتية بالتنظيم الدقيق، والتركيز على الرسائل الموحدة التي تعكس قيم الولاء، والاعتزاز الوطني، مع إتاحة مساحة للتفاعل الاجتماعي البناء على المنصات الرقمية. بينما في ماليزيا، جاء الإعلام الرقمي ليبرز تحديات التنوع العرقي والديني، حيث تمثل التعددية محوراً رئيساً في صياغة الخطاب الإعلامي، مما دفع إلى تبني استراتيجيات مرنة تسمح بالتعايش بين الهويات الفرعية وتعزيز الهوية الوطنية الجامعة. وأكدت الدراسة أن كلا النموذجين، رغم اختلافهما في السياق والآليات، يسعيان إلى تحقيق الهدف نفسه وهو تعزيز الانتماء الوطني في بيئة إعلامية رقمية متغيرة وسريعة.

كما ناقشت الدراسة التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، من ضمنها انتشار المحتوى غير المتوافق مع القيم الوطنية، وخطابات الكراهية، والأخبار الزائفة، فضلاً عن صعوبة التنظيم والمراقبة في فضاء مفتوح ومتعدد المصادر. لكن الدراسة أيضاً أظهرت الفرص الكبيرة التي يوفرها الإعلام الرقمي، لا سيما في إمكانات التفاعل المباشر مع الجمهور، وإشراك الشباب في صناعة المحتوى الوطني، واستخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز لتعزيز تجربة الهوية الوطنية. وقد ركز على أهمية تطوير سياسات إعلامية وطنية استراتيجية وشاملة، تتسم بالشراكة بين الجهات الحكومية والمجتمع المدني والمبدعين الرقميين، لتوظيف الإعلام الرقمي بأفضل صورة ممكنة.

وفي النهاية، يمكن القول إن الإعلام الرقمي ليس تحدياً فحسب، بل هو فرصة فريدة لتشكيل هوية وطنية حديثة تتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي، وتُعزز التماسك الاجتماعي والثقافي. إن نجاح أي دولة في هذا المسعى يرتبط بمدى قدرتها على مزج التكنولوجيا الحديثة مع القيم والتقاليد، وفتح حوار دائم مع مواطنيها عبر الوسائل الرقمية، مما يجعل الهوية الوطنية ليست مجرد مفاهيم جامدة، بل تجربة حية وديناميكية تتجدد مع كل تفاعل رقمي.

References

- Ādam, S. (2021). Dawr al-i'lām fī ta'zīz al-waḥdah al-waṭaniyyah fī Mālīziyyā. *Majallat Dirāsāt Āsiyā*, 11(3), 99–120.
- 'Abd al-'Azīz, S. (2022). Al-i'lām al-raqmī wa al-siyāsāt al-waṭaniyyah fī muwājahat al-taḥaddiyāt al-mu'āshirah. *Majallat al-'Ulūm al-Ijtīmā'iyyah*, 12(2), 85–104.
- 'Abdullah, M. (2020). Ta'addudiyyat al-i'lām wa al-siyāsāt al-waṭaniyyah fī Mālīziyyā: Dirāsāt ḥalah. *Majallat al-Buḥūth al-Thaqāfiyyah*, 15(4), 123–144.
- Al-Kutbi, S. (2020). Al-i'lām al-raqmī wa tashkīl al-huwiyyah al-waṭaniyyah fī al-Imārāt: Dirāsah taḥlīliyyah. *Majallat al-Dirāsāt al-I'lāmiyyah*, 12(3), 45–67.



- Al-Marri, F. (2021). Al-i'lām al-raqmī wa dawruh fī ta'zīz al-intimā' al-waṭanī fī al-Imārāt. *Majallat al-I'lām wa al-Ittiṣāl*, 8(2), 78–95.
- Al-Za'abī, A. (2019). Al-siyāsāt al-i'lāmiyyah fī Dawlat al-Imārāt al-'Arabiyyah al-Muttaḥidah wa atharuhā 'alā al-huwiyyah al-waṭaniyyah. *Majallat al-'Ulūm al-Ijtimā'iyyah*, 10(1), 112–130.
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Dalāl, A. (2020). Al-i'lām al-raqmī wa al-huwiyyah al-waṭaniyyah: Qirā'ah fī al-siyāsāt al-i'lāmiyyah al-'Arabiyyah. *Majallat al-Dirāsāt al-I'lāmiyyah*, 14(3), 34–52.
- Fathī, R. (2019). Al-faḍā' al-raqmī ka-manṣṣah li-ta'zīz al-huwiyyah al-waṭaniyyah. *Majallat al-I'lām wa al-Tanmiya*, 16(2), 58–77.
- Ḥamīd, L. (2019). Al-siyāsāt al-i'lāmiyyah wa al-taḥaddiyāt al-raqmīyyah fī al-'Ālam al-'Arabī. *Majallat al-Ittiṣālāt al-Ḥadīthah*, 13(1), 45–63.
- Ḥasan, N. (2021). Al-i'lām al-raqmī wa atharuhu 'alā al-thaqāfah al-waṭaniyyah fī al-Imārāt. *Majallat al-Thaqāfah wa al-Mujtama'*, 10(4), 76–94.
- Jamīl, M. (2020). Al-i'lām al-raqmī fī binā' al-huwiyyah al-waṭaniyyah: Al-tajrubah al-Imārātiyyah. *Majallat Dirāsāt al-Ittiṣāl*, 9(3), 102–121.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Khalīl, Y. (2021). Al-ta'addud al-thaqāfī wa al-i'lām fī Māliziyyā: Dirāsah taḥlīliyyah. *Majallat al-Buḥūth al-Ijtimā'iyyah*, 17(1), 49–68.
- Lule, J. (2016). *Understanding media and culture: An introduction to mass communication* (10th ed.). Routledge.
- Nāṣir, R. (2020). Al-i'lām al-raqmī wa al-tanawwu' al-thaqāfī fī Māliziyyā. *Majallat al-I'lām al-'Arabī*, 9(2), 67–89.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity.
- Sālim, 'A. (2018). Ta'thīr al-i'lām al-raqmī 'alā al-shabāb fī al-Imārāt. *Majallat al-I'lām al-Jadīd*, 7(2), 88–102.
- Yūsuf, 'A. (2022). Al-taḥaddiyāt al-i'lāmiyyah fī al-mujtama'āt al-muta'addidah al-thaqāfāt: Dirāsah muqāranah bayna Māliziyyā wa al-Imārāt. *Majallat al-'Ulūm al-Insāniyyah*, 14(1), 55–73.

**Disclaimer: Facts and opinions in all articles published on LPSS Journal are solely the personal statements of respective authors. Authors are responsible for all contents in their article(s) including accuracy of the facts, statements, citing resources, and so on. LPSS Journal disclaims any liability of violations of other parties' rights, or any damage incurred as a consequence to use or apply any of the contents of this journal.*