



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

## تأثير الإعلام الجديد الثقافي والمعرفي

إعداد

الدكتور الزبير عبد القادر مهداد

الباحث في التربية والثقافة - المغرب

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المرسلين والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣ - ٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦ - ١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



## رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

[www.themwl.org](http://www.themwl.org)

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

[conferences@themwl.org](mailto:conferences@themwl.org)

واتس أب: (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠) :whatsApp

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### مقدمة

منذ أن ظهرت الحاجة البشرية والاجتماعية للاتصال، والإنسان يبذل جهوداً مهمة لأجل تطوير قنوات الاتصال ووسائله وأدواته وطرقه، فعرف النشاط الاتصالي تطوراً مذهلاً، بدءاً من الاتصال المباشر بالرموز ثم اللغة، مروراً بالاتصال غير المباشر بالكتابة، ثم الطباعة، ووصولاً اليوم إلى الاتصال التفاعلي المعتمد على الصوت والصورة والكتابة وغيرها، في إطارٍ يسمى بالإعلام الجديد، وبالنظر لقوة تأثيرات الإعلام، برزت منذ القرن التاسع عشر؛ مدارس ونظريات تبحث في الحقل، وأفرزت بحوثاً ودراساتٍ وكتباً قيمة، تكشف عن التأثيرات المهمة والأضرار الجسيمة والمنافع الهائلة الناتجة عن الطفرة الإعلامية الحديثة.

والورقة التالية، تُعرِّف في القسم الأول بالإعلام الجديد، وتستعرض بإيجازٍ نظرياتٍ ومناهج الدراسات في هذا الحقل، وتستعرض أهم الدراسات العربية فيه، وفي القسم الثاني تتناول تأثيرات الإعلام الجديد، بعد تحديد نوع وطبيعة علاقة الأطفال والشباب بالإعلام الجديد، ثم سرد الآثار الإيجابية والسلبية لهذا الإعلام على المستويين المعرفي والثقافي، ثم محاولة فهم طريقة تأثير الإعلام الجديد في عقول الناشئة ببناء صور ذهنية ونمطية مؤثرة في سلوكهم وشخصياتهم، وختمت الورقة باقتراح جملة من التوصيات.

والتزاماً بحدود الموضوع؛ رتبت مباحث الورقة في العناوين التالية:

### القسم الأول: مدخل عام.

- الإعلام: مسار تطور مذهل.
- نظريات ومناهج البحث في تأثير الإعلام.
- دراسات عربية.

### القسم الثاني: تأثير الإعلام الجديد الثقافي والمعرفي.

- تحديد مفاهيم: التأثير والمعرفة والثقافة.
- علاقة الأطفال والشباب بالإعلام الجديد.
- التأثير الإيجابي: المستوى المعرفي، المستوى الثقافي.
- التأثير السلبي: المستوى المعرفي، المستوى الثقافي.
- فهم كيفية تأثير الإعلام كمدخل للوقاية من مخاطره.

خاتمة وتوصيات.

## القسم الأول: مدخل عام

### الإعلام: مسار تطور مذهل

عبر الإنسان منذ القديم عن حاجته للاتصال، فطوّر وسائله وأدواته، فمن الاتصال بالإشارات؛ انتقل إلى الرموز، وفي تواصله مع الآخر أبدع الإنسان طرقاً وفنوناً مهمة.

وباخترع الكتابة؛ ظل الكتاب الورقي مهيمناً على الساحة الثقافية، متداولاً على نطاق واسع، مخطوطاً يتناقله الناس بالرواية والنسخ، امتد ذلك عبر قرون، حتى ظهرت المطابع فانتشرت المطبوعات الورقية التي كانت أهم قناة اتصالية حققت الجماهيرية، فاختراع المطبعة أحدث نقلة نوعية في الاتصال من خلال التواصل مع جمهور كبير من الناس، ما أدى في منتصف القرن الثامن عشر إلى ظهور الصحف الشعبية رخيصة الثمن، التي ضمنت نشر المعلومات وترويجها على أوسع نطاق، وهو ما شجع المواطن العادي على التخلي عن مصادر المعلومات الشفهية والتلقي المباشر للخبر، واستبداله بمصدر مكتوب يكتسي نوعاً من المصداقية والثبات والقوة التأثيرية.

ونتيجة للتطور الحضاري والتقدم التقني، اخترعت وسائل جديدة للإعلام الجماهيري كالمذياع والتلفاز، والتي بدأت منذ أواخر القرن الثامن عشر بعد اختراع (ماركوني) للاسلكي واختراع السينما، وفي النصف الأول من القرن العشرين؛ اخترع التلفاز، وأقيمت شبكات الإرسال التلفازي، وأجهزة البث وهوائيات الالتقاط التي انتشرت في كل العالم وعُدّت ثورة تكنولوجية، ثم تكلم ذلك بالقنوات الفضائية التناظرية؛ ثم الرقمية التي غيرت كثيراً من مفاهيم وقواعد ووظائف البث التلفزيوني، وأخيراً ظهر الاتصال التفاعلي الذي كان وليد اندماج

التكنولوجيا ومجتمع المعلومات، ليتم الاتصال التفاعلي بين الناس من خلال ثورة الاتصال الإلكترونية كما بشبكة الإنترنت، فظهرت أول صحيفة إلكترونية عبر الويب بالولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٢ م.

هكذا تطورت قنوات وأوعية جديدة لنقل ونشر وحمل المعلومات عبر الأثير؛ من خلال الإذاعة ثم التلفاز فشبكات الإنترنت، التي احتلت فيها الإثارة أهمية بارزة، وكانت للصورة سلطاتها المهيمنة والمؤثرة فيها، فانشغل الجميع باكتساح البث الإعلامي لجميع فئات المواطنين والطبقات الاجتماعية بكل البلدان.

وإذا كان المذيع قد استغرق أكثر من ثلاثة عقود للوصول إلى خمسين مليون مستخدم، فإن شبكة الإنترنت لم تستغرق سوى خمس سنوات لتصل إلى ذلك العدد، ولعل أحد أسباب توسعها السريع: اعتمادها التقنيات التفاعلية، وقدرتها على أن تكون وسيلة لبث آراء المتلقين أنفسهم وتحويلهم إلى منتجين للرسالة الإعلامية، وبالتالي تشكيلها لمجتمعات إعلامية مستقلة لا تخضع لسلطة، ولا تحتاج مالا.

الإعلام الجديد لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات؛ بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير والمشاركات المختلفة<sup>(١)</sup>.

(١) ورقة حاتم العلاونة، مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٢-٢٤ من جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ.

في الوقت الذي أصبح تداول المعلومات عبر الأجهزة الحديثة ضرورة لا مناص منها، بل أصبحت الشغل الشاغل لجيل اليوم، وأخذت تؤثر عليه سلباً وإيجاباً وفقاً لدرجات ودراية التوظيف السليم<sup>(١)</sup>، الأمر الذي جعل لها آثاراً عديدة على الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والمالية وغيرها.

هذه الخصائص الهامة جعلت من الإعلام الجديد ومكوناته المتنوعة والمتعددة؛ قنوات مهمة في إحداث تغيرات جوهرية في الحياة اليومية للأفراد، زادت من وعيهم وإدراكهم لمختلف القضايا السياسية والثقافية والعلمية في مجتمعاتهم، وأصبحت وسائل للتنشئة الذاتية، لم يعد دورها منحصراً في تقديم المعلومة، بل يتعداها إلى التأثير في تشكيل شخصيته وتنشئته سياسياً.

إن هذا التطور الأفقي والعمودي في عمل وغايات الإعلام الجديد، والذي تجاوز كل التوقعات، صادم لثقافتنا وقيمنا، وهذه الصدمة تعمقت بفعل توسع شبكات الاتصال، ما حدا بها إلى أن تصبح وسيلةً تهدد الأمن والسلم الاجتماعي والتماسك القطري، وقوة الصدمة تكشف عنها ردود الفعل التي تثيرها برامج ووسائل الإعلام على مستوى تداول المعلومات ونقلها، ومستوى نوع القيم التي تتضمنها هذه المعلومات وتدعمها.

(١) ورقة بدر الدين أحمد إبراهيم، قدمت في مؤتمر التوعية الأمنية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ٢-٤ من ديسمبر ٢٠١٣م.

## نظريات ومناهج البحث في تأثير الإعلام:

### نظريات التأثير الإعلامي:

النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمعات، كثيرة ومتنوعة، صُنفت فيها كتب وبحوث عديدة بكل لغات العالم منذ عدة عقود من الزمن، فعلماء الاجتماع والنفس والاتصال ورجال السياسة والقانون والاقتصاد؛ كلهم انشغلوا بالموضوع، ما يدل على أهميته وقوة تأثيره، ويصنف الباحثون النظريات الإعلامية على حسب المجال الذي تتصل به، فهناك النظريات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام، وهناك النظريات المفسرة للتأثير الإعلامي على المتلقي، ثم النظريات الخاصة بمدبر عملية الاتصال، ونسردها بإيجاز:

١- النظريات المتعلقة بالجمهور: وترتبط بالجمهور المستخدم للمواد

الإعلامية، ويفسر دوافع استعمال وسائل الإعلام، منها:

- نظرية الاستخدام والإشباع: تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن وظيفة وسائل الإعلام تنحصر في تلبية الحاجات، وحُجة النظرية أن الفرد هو الذي يستخدم الوسيلة ويختار نوعها من بين عدة اختيارات، مسترشداً بحاجات محددة لديه يدركها بدقة ووعي، يرغب في تلبيتها، ويتوقع أن يجد إشباعاً لها في الوسيلة المختارة، وكلما وجد الفرد إشباعاً لحاجاته في الوسيلة الإعلامية؛ تكرر إقباله عليها واستعماله لها.

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش



داخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف.

## ٢- النظريات المرتبطة بالمرسل:

- نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد: ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً وسريعاً في الجمهور، وأن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة.

- نظرية الغرس الثقافي: ظهرت النظرية خلال السبعينيات، وفكرتها الرئيسة هي أن وسائل الإعلام الجماهيرية تحتل مكانة مهمة في حياتنا اليومية، وباتت تسيطر على بيئتنا الرمزية وتتحكم فيها، لأنها أضحت المعايير الثقافية التي تشكل قواعد عامة للسلوك الاجتماعي، بذلك تؤثر في الأفراد؛ وبالخصوص الصغار والجماعات الهامشية، وتأثيرها يخترق المنظومات الثقافية للشعوب والمجتمعات التي تخضع لها؛ وترسمها وتحددها بدقة، ويتم ذلك من خلال عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات.

- نظرية ترتيب الأولويات: وسائل الاتصال هي التي تفرض موضوعاتها وأشخاصها على المتلقي، تنتقيها بعناية دون غيرها، وتعرضها على المتلقي الذي يستجيب بإبداء الاهتمام بهذه الموضوعات وفق شروط زمانية ومكانية وفنية وتقنية، فالتعرض لهذه الموضوعات المختارة بدقة والمُرتَّبة بعناية؛ يؤدي إلى الخضوع للتأثيرات المحددة التي ترسمها وتعينها الوسيلة الاتصالية، هذا من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

- نظرية حارس البوابة: وتتعلق بالقائمين والمسؤولين عن الوسيلة الإعلامية، المتحكمين في سياستها واختياراتها ومضامينها، يفحصون الرسالة الإعلامية ويسمحون بعرضها أو يحجبونها.

٣- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور.  
وأهمها ثلاث نظريات:

- التأثير المباشر قصير المدى (نظرية الرصاصة)؛ أو نظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد: مفادها أن الفرد الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية؛ يتأثر بسرعة وقوة بشكل مباشر، كمن تلقى رصاصة أو حقنة، إلا أن هذا التأثير الذي يكون قصير المدى، يرتبط بعوامل ومتغيرات لها علاقة بالوضع الاجتماعي والاقتصادي ومستوى التعلم والعمر للأفراد؛ وبالوسيلة الإعلامية من حيث التوقيت وطريقة العرض والأسلوب.
- نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى): مفاد النظرية أن تأثير الوسيلة الإعلامية السلوكي والقيمي والثقافي؛ يتم بشكل تراكمي بطيء، كما لا يكون بدرجة واحدة على كل الأفراد، بل يرتبط بنوع الوسيلة وطريقة عرضها، وبظروف العرض وبشخصية الفرد وسننه وحالته النفسية والبيئية.
- نظرية التأثير على مرحلتين: مفاد النظرية أن الجمهور لا يتعرض مباشرة لمصدر المعلومات ليحدث التأثير؛ بل عبر (قائد الرأي) يتولى تفسير الرسالة، ثم يمررها للمتلقي، فتلقّي الرسالة الإعلامية أول مرة لا يكون مؤثراً، إلا بعد أن تتلقاها مرة ثانية من شخص آخر (قائد الرأي) الذي قد يكون أباً أو صديقاً أو رئيساً في العمل أو مدرساً أو واعظاً، نخضع له ويمارس علينا تأثيره ونفوذه المعنوي، ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته وعرضه لمضمون الرسالة الإعلامية التي تلقيناها سابقاً.

## مناهج البحث في الإعلام:

يمثل المنهج Method العنصر الجوهرى في نسق التفكير العلمى، فسمته المنهجية: المركزية في العلم، فالعلم معرفة منهجية، والمنهج عنصر ثابت في كل معرفة علمية، أما مضمون هذه المعرفة، والتائج التي يتم التوصل إليها؛ ففي تغير مستمر<sup>(١)</sup>، وانطلاقاً من أهمية المنهج وضرورته في تطور العلم؛ فقد أولاه علماء الاجتماع اهتماماً خاصاً، إذ أنفقوا وقتاً طويلاً في مسائل المنهج وكيفية استخدامه في دراسة الظاهرة الاجتماعية.

ولأن علم اجتماع الاتصال هو أحد فروع علم الاجتماع؛ فإنه يستند إلى البناء المنهجي لعلم الاجتماع، ويطبق مناهجه في دراسة ظواهر الاتصال والإعلام، وهكذا ارتبطت نشأة وتطور بحوث ودراسات الإعلام في العشرينيات من القرن الماضي بالنموذجين الوضعي والسلوكي، فقد استمد التخصص الجديد الكثير من منطلقاته ومفاهيمه وأطره النظرية والمنهجية من هذين النموذجين، في هذا الإطار تُركّز بحوث الإعلام على تأثير وسائل الإعلام في الجمهور اعتماداً على ما يُعرف بدراسات الجمهور، ثم انتقلت بعد ذلك إلى الاهتمام بدراسة مضمون وشكل الرسالة الإعلامية، التي يفترض أنها تُحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المرسل أو القائم بالاتصال، سواءً كان شخصاً أو مؤسسة إعلامية.

- منهج تحليل المحتوى أو المضمون: التحليل الكمي يكتفي بإحصاء وتحليل كمّ الرسائل الإعلامية، ونوعها والحيّز الزماني وغير ذلك من

(١) فؤاد زكريا: التفكير العلمى، الكويت، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، رقم ٣، سنة ١٩٧٨، ص ٣٠.

متعلقاتها، أما التحليل الكيفي فهو الفحص الدقيق لمصادر المادة الإعلامية، ويهتم بمضمونها وسياقها ودورها في تشكيل الخطاب الجمعي الجماهيري، وبفضل الأعمال المهمة لبعض الباحثين في أمريكا وإنجلترا؛ أصبح هذا المنهج من أهم ما يُستخدم في دراسة الاتصال، لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية، والكشف عن بنائها الرمزي، والتعرُّف على الأهداف التي تسعى إليها<sup>(١)</sup>.

- المنهج المسحي: يُعرِّفه «هوينتي» بأنه: محاولة منسَّقة لتحليل وتفسير وتقرير الحالة القائمة لجماعةٍ أو بيئةٍ ما؛ أو لنظام اجتماعي، وهو يتصل بالحاضر ولا يهتم بالماضي<sup>(٢)</sup>، من خلال تجميع بيانات ميدانية كمية معينة عن مشكلة اجتماعية معينة؛ أو ظاهرة محددة في أحد المجتمعات أثناء فترة زمنية محددة، وقد أصبح هذا المنهج أكثر استخدامًا في بحوث الاتصال الجماهيري، ويطبق بشكل مكثف في بحوث الرأي العام للكشف عن تأثير الرسائل الإعلامية عليه.

- المنهج المقارن: يعتمد على الموازنة بين ظاهرتين أو حالتين أو أكثر، لتحديد وإبراز أوجه الشبه والاختلاف بينهما، وتتم المقارنة على المستوى الشكلي الخارجي للدراسة الكمية والوصفية (الكمية، الحجم، اللون...)، ثم على المستوى الجوهرى الداخلي، بتفتيتها وتجزئتها لدراسة البنيات المكوّنة لها، ثم الموازنة والمقايسة والمقارنة لتعرُّف أوجه الاختلاف والاتفاق بين الظواهر وتحديد أسبابها ومظاهرها، فبالتحليل المقارن يتم الوقوف على

(١) التابعي، كمال، وعلي المكاوي، علم الاجتماع العام، ص ٦٢.

(٢) عبد الجواد، أحمد رأفت: مبادئ علم الاجتماع، القاهرة، مكتبة نهضة مصر، ص ٣٨.

المتغيرات الجديدة، ويكتسب هذا المنهج أهمية خاصة في البحوث الاجتماعية لاسيما في دراسة الظواهر التي يمكن مقارنتها ببعضها.

- منهج دراسة الحالة: يعتمد على جميع المصادر للوصول إلى التحليل المتمق لدراسة تاريخ أو وضع حالة أو وحدة معينة، قد تكون فرداً أو جماعة أو مؤسسة أو نظاماً اجتماعياً أو ظاهرة اجتماعية أو مجتمعاً محلياً، أو أية وحدة أخرى في الحياة الاجتماعية، لأجل استخلاص نتائج يمكن تعميمها على غيرها من الوحدات أو الحالات المشابهة لها<sup>(١)</sup>، وغالباً ما يُستعمل في بحوث الاتصال كمكمل لمنهج آخر؛ مثل تحليل المضمون أو المسح الاجتماعي لدراسة حالة مؤسسة أو مجتمع محلي أو ظاهرة ما.

### التطور يستوجب إعادة النظر في المناهج:

هذه النظريات ومناهج البحث أفادت كثيراً في إلقاء الضوء على الإعلام التقليدي وفهم تأثيراته، إلا أنه اليوم ونحن نعاين التغيرات التي طرأت على الحقل الإعلامي، والتي أفرزت الإعلام الجديد، ظهرت دعوات عديدة لإعادة النظر في هذه المناهج، والتي لا تراعي المستجدات التكنولوجية التي أصبحت أهم ما يطبع الإعلام الجديد، وتقديم نماذج ومناهج جديدة تتسق مع الفرضيات والمفاهيم المستجدة التي ظهرت مع الإعلام الجديد، وفي مقدمتها: «التفاعلية» التي أولها هؤلاء الخبراء اهتماماً كبيراً تمثل في محاولة بعضهم تطوير مقاييس علمية لقياس «التفاعلية» في العملية الإعلامية<sup>(٢)</sup>.

(١) عبد الجواد، أحمد رأفت: مبادئ علم الاجتماع، القاهرة، مكتبة نهضة مصر، ص ٤٧.  
 (٢) حمد الموسى، ورقة مقدمة للمتدري السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٢-٢٤ من جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ.

أهم الإشكالات التي قد يطرحها البحث في الموضوع؛ ناتجة عن التوسع الدلالي المفرط للمصطلح، إذ يحيل على الأقل إلى أربعة مجالات إعلامية متميزة، هي<sup>(١)</sup>:

١- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، وهو دائم التوسع والتغير، نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة.

٢- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، والهواتف الذكية؛ وهو مجال ينمو بسرعة، وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة.

٣- الإعلام الجديد القائم على الوسائل التقليدية كالمديا وال تلفزيون؛ التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

٤- الإعلام الجديد القائم على استخدامات وتطبيقات الكمبيوتر، والتي تتنوع بين التطبيقات الشبكية أو تلك التي تستعين بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

هذا التوسع المفرط لأشكال ومجالات الإعلام الجديد؛ يطرح معه صعوبة تحديد مجال الاشتغال، خصوصاً وأن لكل مجالٍ من هذه المجالات الأربعة؛ منطقهُ الخاص، وتقنياته، وجمهوره، ومحتوياته، بل هذه المجالات الأربعة في تطور مستمر وتغيير دائم، نظراً لارتباطها بالثورة الرقمية التي تعرف تطوراً تكنولوجياً هائلاً وتحديثاً مستمراً.

(١) عباس صادق، الإعلام الجديد - تعريفات أولية للإعلام الجديد، موقع الدكتور السيد بخيت:

## دراسات عربية:

حظي موضوع الإعلام الجديد باهتمام المفكرين، والأكاديميين، والباحثين؛ وأنجزت حوله العديد من الدراسات والبحوث، كما كان موضوعاً انعقدت مؤتمرات وندوات كثيرة لمناقشته من جوانب شتى، وكمثالٍ؛ نذكر البحوث التالية التي تناولت بالدراسة موضوع الإعلام الجديد وتأثيره الثقافي:

- المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، د. راشد بن حسين العبد الكريم، قُدم في المؤتمر الأول للتربية الإعلامية بالرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ:

ناقشت هذه الورقة دور المدرسة في تربية الطلاب تربيةً إعلامية من خلال تعزيز الوعي الإعلامي لديهم وإكسابهم مهارات التفكير الناقد، تُعرّف الورقة بمفهوم التربية الإعلامية والهدف منها، كما تعرض لمفهوم التفكير الناقد الذي يمثل جوهر التربية الإعلامية ويقود إلى التلقي الواعي والناقد، وتستعرض جوانب تنمية مهارات التربية الإعلامية في مناهج المملكة العربية السعودية، من خلال الحديث عن تدريس مهارات التفكير وتطوير استراتيجيات التدريس، وتخلص الورقة إلى عدم وجود برامج مستقلة للتربية الإعلامية في المناهج السعودية، كما أن تدريس مهارات التفكير لم يوجه بشكل مباشر إلى تطبيقات التربية الإعلامية.

- دور الشبكات الاجتماعية في التواصل لدى الشباب، انتصار العنزي، قُدمت في الملتقى الأول لطلاب وطالبات الإعلام في الجامعات السعودية، ٢٠، ٢١ من ربيع الأول ١٤٣٣ هـ:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث ترمي إلى فهم ودراسة

خصائص ودور الشبكات الاجتماعية في تحقيق التواصل الاجتماعي بين المستخدمين، فتقنية الإنترنت؛ حملت العديد من الأفكار والبيئات الجديدة، ونجحت في استيعاب التوجهات المختلفة للمستخدمين، وحوّلتهم من مستخدمين يقرؤون فقط؛ إلى صنّاع يقومون بصناعة ما يريدونه مع منحهم الأدوات والخيارات المختلفة.

ورغم انتشار «إدمان الإنترنت»، الأمر الذي قد يؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية الفعلية، حيث غالباً ما يتجه مستخدموه للاكتفاء بالصدقات والعلاقات الافتراضية التي يقيمونها عبر الشبكة الاجتماعية؛ فإن لجوء المستخدمين إلى الشبكات الاجتماعية يختلف من واحد لآخر، فمنهم من يبحث عن الترفيه والمتعة، فيفقد التواصل الحقيقي مع أسرته والمجتمع المحيط به، كما أن استعمال الشبكات الاجتماعية يقوم على طابع الفردية، فبدلاً عن أن يقوم الفرد بأي نشاط اجتماعي ويشارك الآخرين بشكل فعلي حقيقي؛ أصبح يقوم به بمفرده على تلك الشبكات، وهو ما يجعله معزولاً عن محيطه الاجتماعي، وهنا نجد أن الشبكات الاجتماعية نجحت في استعادة مفهوم التواصل الاجتماعي، والذي قد تقلص مع انتشار التقنيات الحديثة.

- استخدامات الفيس بوك لدى طلاب الجامعات العربية والغربية (دراسة مقارنة)، رجب عيد موينغو؛ محمود جمال أبو دره:

انتشار الفيس بوك بين أفراد المجتمع في العالم كله - وخاصة في فئة الشباب الجامعي - استدعى الدراسة من الباحثين لمعرفة دوافع استخدامه والإشباع المتحققة لدى طلاب الجامعات العربية والغربية، اعتمد الباحثان في جمع المعلومات على المراجع المكتبية، وذلك بالرجوع إلى الكتب والدوريات والدراسات السابقة العربية والغربية المتخصصة في موضوع الدراسة من خلال



مراجعة الدراسات العربية والغربية، وأشارت الدراسة إلى أن للفيسبوك إشباعاً فكرياً، حيث إنه يطرح أفكاراً جديدة للتواصل بين الطلبة في مناقشتهم مع بعض مناهج الدراسة والمحاضرات، واكتشافهم طرقاً أفضل لمراجعة الدروس، وقالت إن الفيسبوك يكون جزءاً من «الرابط الاجتماعي» الذي يساعد الطلاب على الاستقرار في الحياة الجامعية عند دخولهم لأول مرة فيها، وأشارت إلى أنه لا علاقة بين كمية الوقت الذي يقضيه الطلاب باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية وبين درجاتهم، وأن استخدام الفيسبوك يزيد في عطلة نهاية الأسبوع، وأكدت الدراسة أن الفيسبوك حقق ما لا تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى للطلاب، وكذلك تأثير استخدام الفيس بوك على استخداماتهم للوسائل الإعلامية الأخرى.

- نهي سمير محجوب: تأثير مضمون الرسالة الإعلامية على اكتساب المعرفة في الوسائل الإلكترونية، «رسالة ماجستير بكلية الإعلام جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٥»:

اعتمدت دراسةً تجريبيةً مستخدمةً المنهج التجريبي، واعتمدت على طلاب الجامعة كمجتمع الدراسة، أجريت الدراسة على (١٣٠) فرداً من طلاب كلية الإعلام بجامعة القاهرة؛ قسّمى الإذاعة والتلفاز والصحافة.

### النتائج العامة للدراسة:

- ١- تفوّق التأثير المعرفي للإنترنت على التلفاز في القدرة على إمداد الجمهور بالمعلومات.
- ٢- كلما ارتفعت درجة ثقة المبحوث في المعرفة؛ دل ذلك على ارتفاع معدل تذكر المعلومات.

٣- لم تُظهر النتائج اختلافاً أو دلالة إحصائية في أخطاء التذكر من الخبراء والمبتدئين.

٤- أظهرت النتائج أن الإضافات تنبع من البناء المعرفي أكثر من الصورة، حتى في المجموعات التي تعرضت للتلفاز، وقد أشارت الدراسات إلى أن إضافات التذكر قد تكون من أسباب تشوّه الرسالة الإعلامية.

- دراسة: وسائل الإعلام الجديد تُسهم في تشكيل «ثقافة سياسية» للشباب: لمياء حمدان العنزي، ماجستير، قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، إشراف د. شيرين سلامة السعيد:

هي دراسة مَسْحِيّة وُصْفِيّة على عِيْنَة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، هدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الجامعي السعودي، من خلال الوقوف على أنماط استخدامهم لهذه الوسائل، ودوافع تعرُّضهم لها فيما يتعلق بتشكيل ثقافتهم السياسية، وتحديد أهم وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمونها للحصول على المعلومات الخاصة بهذا المجال، وكذلك التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي السعودي على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الخاصة بتشكيل ثقافتهم السياسية، والآثار المترتبة على ذلك الاعتماد.

كشفت الدراسة أن غالبية أفراد عِيْنَة الدراسة؛ لديهم اهتمام متوسط بالأمر والقضايا السياسية، وأنهم يحرصون على تثقيف أنفسهم بالمعلومات السياسية المحلية، تليها المعلومات السياسية العربية ثم الدولية، وأن أنماط استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد تتمثل في الاستخدام بشكل متقطع أحياناً، وأنهم يقضون ما بين نصف ساعة إلى ساعتين في تصفح وسائل الإعلام الجديد

يومياً، وأن معظمهم يستخدم «الكمبيوتر المحمول» والكمبيوتر الشخصي وجهاز «آيباد» وأجهزة «جالاكسي» في الدخول إلى الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وأن دخولهم إلى مواقع التواصل الاجتماعي يتم من خلال حساباتهم الخاصة على هذه المواقع، حيث يمتلك معظمهم حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، أظهرت النتائج توافق أفراد عينة الدراسة حول دوافع استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعرفة السياسية، وفي مقدمتها: المشاركة وإبداء الرأي في المواضيع والقضايا السياسية المختلفة، والتعرف على وجهات نظر مختلفة حول المواضيع والقضايا السياسية من مصادر متعددة، وإمكانية التفاعل مع هذه المواقع بشكل فوري، كما أظهرت النتائج أن موقع (تويتر) يأتي في مقدمة المواقع والخدمات الإلكترونية من حيث أهمية وكثافة الاستخدام في الحصول على المعلومات السياسية، يليه مواقع الصحف الإلكترونية، ثم منتديات الإنترنت.

## القسم الثاني: تأثير الإعلام الجديد (الثقافي والمعرفي)

الإعلام الجديد يعمل على تزويد الشخص بالمعلومات وتشريه إياها، حتى تشكل مكوناً من مكونات ثقافته، فتؤثر في مواقفه بتعديلها وتغييرها، ويأتي سلوكه - تبعاً لذلك - مطابقاً لما تزوّد به من معلومات، ومن خلال الفرد؛ يتم التأثير في المجتمع برمته، لأن هذه الثقافة الجديدة تصبح مؤثرة في التنشئة، بل أضحت بمثابة عامل ضبط اجتماعي، وتُسهّم في صياغة وبناء الواقع الجديد.

فالتغيير المعرفي أحد مجالات عمل الإعلام الجديد، وقبل الخوض في الموضوع؛ ينبغي تحديد بعض المفاهيم: كالتأثير، والثقافة، والمعرفة، التزاماً بحدود الورقة التي تعرض للتأثير الثقافي والمعرفي للإعلام الجديد.

### تحديد المصطلحات:

- **التأثير:** هو تغيير يحدث في سلوك الإنسان نتيجة المعلومات التي يستقبلها وتؤثر على مخزونه المعرفي؛ وتدفعه للقيام بتصرفٍ مغايرٍ للعمل الذي اعتاد عليه<sup>(١)</sup>، والتأثر: تغيّر يقع إما في التفكير أو في المشاعر أو في السلوك، بسبب تلقي الرسالة الاتصالية، والتأثير الكامل للرسالة على المتلقي وعلى المرسل؛ لا يُعرف بالملاحظة العابرة، بل بالسبر ودراسة التغيرات الفكرية والشعورية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن إطلاق الرسالة الاتصالية<sup>(٢)</sup>.

- **المعرفة:** هي إدراك الأشياء وتصورها، وفهم الحقائق عن طريق التجربة

(١) خورشيد، كامل: مدخل إلى الرأي العام، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٣ ص ١٣١.

(٢) أبو الحمّام، عزام: الإعلام والمجتمع، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٢.

الشخصية، أو من خلال التأمل الذاتي في طبيعة الأشياء، أو من خلال الاطلاع على تجارب الآخرين وقراءة استنتاجاتهم أو تلقي المعلومات منهم، وهي الفعل العقلي الذي يتم به تصوُّر الشيء في الذهن، أو الذي يتم به النفوذ إلى جوهر الموضوع لتفهّم حقيقته<sup>(١)</sup>، وهي فعل الذات العارفة في إدراك موضوع ما وتعريفه، بحيث لا يبقى فيه غموض أو التباس<sup>(٢)</sup>، وفي لسان العرب: لفظ المعرفة يعني العلم، في كثير من السياقات<sup>(٣)</sup>.

- الثقافة: هي الحذق والفظنة وصقل النفس، ويعرّفها «جميل صليبا» في المعجم الفلسفي بمعنيين، خاص وهو: تنمية بعض الملكات العقلية؛ وعام وهو: ما يتّصف به الرجل الحاذق المتعلم من ذوق وحس انتقادي وحكم صحيح، أو هي التربية التي أدت إلى إكسابه هذه الصفات<sup>(٤)</sup>؛ ويعرّفها المعجم الوسيط بأنّها: «العلوم والمعارف والفنون التي يُطلب فيها الحذق».

إذن فهناك نمط متكامل من العلوم والمعارف ينبغي الإلمام به وحذقه، وأن ذلك ينبغي أن ينعكس على سلوك الفرد، فالثقافة سلوك يصدر عن معرفة، أو معرفة مستوعبة يصدر السلوك طبقاً لها.

(١) صليبا، جميل، المعجم الفلسفي، جزء ٢ ص ٣٩٣.

(٢) وهبة، مراد: المعجم الفلسفي، القاهرة، دار قباء الحديثة، ٢٠٠٧، ص ٦٠٦.

(٣) لسان العرب.

(٤) صليبا، جميل: المعجم الفلسفي، بيروت، دار الكتاب اللبناني، ١٩٨٢، جزء ١ ص ٣٧٨.

الثقافة تتأسس على المعرفة، ومادتها المعلومات، وكلما زادت المعلومات ازدادت الثقافة، فالثقافة هي استيعاب أكبر عدد ممكن من المعلومات العامة في جميع ميادين الحياة، والتعبير عن هذه المعرفة والسلوك وفق أحكامها بشكل يدل على فهمها ووعيتها وتدبرها، وتُستعمل كلمتا (المعرفة) و(الثقافة) بطريقة تُعززها الدقة الكاملة، وهو أمر طبيعي ناتج عن تداخلٍ وتقاطعٍ وتكاملٍ اللفظين، وقصر المسافة الفاصلة بينهما.

فالمعلومات الواردة للإنسان من وسائل الإعلام وغيرها؛ تحدث تفاعلاً مع المخزون المعرفي؛ ومحصلة هذه التفاعلات هي التي تقرر في النهاية السلوك الذي يصدر عن الناس، ورغم صعوبة تحديد أثر الإعلام في السلوك، يتضح أن المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام تقوم بدور محفز في هذا المجال<sup>(١)</sup>.

### علاقة الشباب بالإعلام الجديد

#### - الأطفال الصغار:

إن الثورة الإعلامية التي نعيش اكتساحها لعالمنا؛ أثرت كثيراً على عملية نقل العلوم والمعارف، فجعلتها سريعة كثيفة، بخلاف العصر السابق الذي كان يتصف بالتدني في سرعة انتقالها، وإذا كان طالبو المعلومات ومستهلكوها هم في الغالب الراشدون والكهول خلال العصور السابقة؛ فإن هذه القاعدة قد تغيرت اليوم، حيث أثبتت كثير من البحوث الميدانية التي أُجريت في بلدان متعددة؛ أن أجهزة الإعلام بكل أصنافه؛ تدخل البيوت التي يتواجد فيها اليافعون؛ أسرع وأكثر من دخولها إلى مكان آخر؛ وأن الأطفال والشباب أكثر استهلاكاً

(١) خورشيد، كامل: مدخل إلى الرأي العام، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٣، ص ١٣١.

لبرامجها والتصاقاً بشاشتها، ومن الملاحظ أن الأطفال الذين لم يلتحقوا بالمدارس لصغر سنهم؛ يستخدمون التلفاز والأجهزة اللوحية أكثر من الوسائل الأخرى، ويتصاعد هذا الإقبال على هذه الأجهزة والاهتمام ببرامجها كلما تقدّم عمر الطفل.

فالأطفال ينفقون كثيراً من وقتهم أمام أجهزة الإعلام الجديد، دون التفرقة بين ما هو مخصص لهم وما هو مخصص للكبار، بل إنهم يستمتعون ويستأنسون بها كثيراً، وينشأ لديهم استعداد سابق لتقبُّل ما يُعرض فيها لثقتهم العمياء بها، فهم يتلقون منها الكثير من الأفكار والمعاني التي تدعم بعضُها<sup>(١)</sup>، فأجهزة الإعلام الجديد توفر للطفل فرصاً للعب واللهو والترفيه عن النفس، وهي ضرورية لتزويده بالمعلومات وضمان استمتاعه، فاكتساب الطفل للمعلومات لم يعد منحصراً في المدرسة والكتاب، بل تتم اليوم من خلال وسائل الإعلام ذات التأثير القوي على الأفراد والمجتمعات، فالتلفاز والإذاعة والسينما والحاسوب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية؛ جعلت معظم العمليات التربوية تتم خارج الفصل الدراسي من خلال الخضوع لتأثير هذه الوسائل.

والبحث في الآثار التي يتركها الإعلام الجديد على الطفل أو محيطه؛ متضاربة ما بين متفائل ومتشائم، وتُعدد كثير من الدراسات مزايا هذا الإعلام وفوائده المختلفة، بينما دراسات أخرى تثير الشعور بالخوف والهلع من خلال وصفها ورصدها وإحصائها للآثار السلبية التي تتركها على الطفل.

(١) شازال، جان: الطفولة الجانحة. ترجمة: أنطوان عبده. بيروت، منشورات عويدات، ١٩٧٢،

يرى بعض الباحثين أن هذا الإعلام أضحى شبيهاً بالحيوان الأليف، فهو لا يجعل مشاهدته مريضاً ولا عنيفاً ولا غيباً؛ بل إن الأطفال مشاهدون أذكاء، ومستهلكون يقظون متشددون، والإعلام يُسهم في تحديد تصورات الأطفال عن المهن والأدوار الاجتماعية والوطنية، ويساعدهم على اكتساب علوم اللغة والثقافة، إلا أن الاستئناس الشديد بهذا النوع الجديد من الحيوانات التكنولوجية الأليفة؛ يصاحبه ابتعاد فعلي عن الواقع<sup>(١)</sup>.

ويزداد التأثير مع اطراد نمو الطفل، وزيادة الارتباط بهذه الأجهزة، ففي المراهقة التي تبدأ في سن ١٢ أو ١٣ حتى ٢٠، يعيش الناشئ تحولات عميقة وتطورات سريعة، تجعله أقل استقراراً، نتيجة المحو التدريجي لعادات الطفولة التي تُفسح المجال لظهور اهتمامات جديدة؛ تكشف عن رغبة قوية في توسيع الفرد مجال حياته الذي كان محصوراً في الأسرة والمدرسة، يتعزز الخيال، وتكثر أحلام اليقظة، وينمو التفكير المستقبلي، وتبرز القابليات والقدرات العقلية، ويُعبر الناشئ عن ميوله العقلية أو الفنية أو الرياضية أو المهنية، ويدافع عنها وتستغرق تفكيره واهتمامه، بشكل قد يؤثر سلباً على التحصيل الدراسي<sup>(٢)</sup>، فالمراهقة تتميز عن سائر فترات العمر بخصائص تطبع شخصية المراهق وتنعكس على سلوكه العقلي والبدني، ومنها: طغيان الجانب الوجداني والعاطفي الذي يجعل المراهق ميالاً إلى الرموز التي تغذي الخيال والوهم، عاشقاً مفتتناً بعوالم الصور.

(١) لورسا، ليليان: التأثيرات العنيفة للتلفزيون، ترجمة محمد خير الدين، جريدة الاتحاد الاشتراكي، ٣/٤/١٩٩٥.

(٢) الشيباني، بدر إبراهيم: سيكولوجية النمو؛ الكويت، مركز المخطوطات والتراث، ٢٠٠٠، ص ٢٠٢ إلى ٢١٤.



## - المراهقة والشباب:

المراهق مرتبط بواقعه المادي الملموس، يولي اهتماماً بالصورة في علاقاته بالعالم، لأن طغيان الجانب العاطفي على شخصيته يجعله في هذه المرحلة منفتحاً على الرموز وعلى كل ما يثير الخيال، لذا تبقى لغة الوسائل السمعية البصرية هي أنسب اللغات لسيكولوجيا المراهق، فهي تزوِّده بالمعلومات عن عوالمٍ شتى بشكلٍ محبب له، وتجعله على اتصالٍ تامٍ بالعالم، وتُثري خيالاته أيضاً، (فالصورة تسجيلٌ للحقيقة، وليست الحقيقة ذاتها، وهي تختلف عن الكلمة المكتوبة أو المسموعة، لأنَّ الكلمة رمز لا يحتوي شيئاً من عناصر هذه الحقيقة، أما الصورة فهي رمز يحتوي على خطوط ومساحات تشبه الواقع في شكلها الظاهري، فهي لذلك وبوجه عام؛ أسهل فهمًا من اللفظ المكتوب)<sup>(١)</sup>.

لقد أثبتت الدراسات الخاصة (بالتأثير) أنَّ الحركة الفيلمية التي تبث جزيئات متناثرة لبيئة واحدة؛ لها القدرة على التأثير تفوق تلك الأعمال الفنية التي تتعامل والإمكانات الأدائية التقليدية، مثل الكلمة المنطوقة والأداء التمثيلي، وحركة الصورة الفيلمية وتتأبَع اللقطات؛ تؤدي إلى الإحساس بالواقع بطريقة حسية لا بطريقة المنطق والفكر، فإدراك الحقيقة عن طريق الحس، يزيد من إمكانيات الإقناع والتأثير السريع، كما أن الحركة تعطي إحساساً بحرفية الفن التلفزيوني وتوظيف الإمكانيات المتاحة من تصوير ومونتاج وحركة كاميرا، أسهم في تقوية هذا الميل: التطور الهائل الذي شهده قطاع الاتصال والإعلام

(١) بدر الدين أحمد إبراهيم، ورقة قُدمت لمؤتمر التوعية الأمنية، جامعة نايف للعلوم الأمنية،

الإلكتروني في العصر الحديث، الذي هياً كل الشروط لتهيمن الصورة على كل وسائل ومصادر الاتصال وأوعية المعلومات، فتسعى وراء الصورة إنتاجاً وتوظيفاً وتطويراً، لتكون أكثر قرباً من مجريات الحياة المعاصرة، موضوعاتٍ وأشخاصاً ووقائع، لذا فهناك منافسة شديدة بين الهيئات الاتصالية لتوظيف الصور ضمن الرسائل الاتصالية وعبر الوسائل المتنوعة، إشباعاً للحاجات ليس عبر التلفزيون فقط؛ بل عبر كل القنوات الإلكترونية كالحاسوب وشبكة الإنترنت.

وما يتلقاه المراهق عبر الصورة؛ يرسخ في عقله أكثر مما يتلقاه شفاهة أو مكتوباً، لأن اعتماد المشهد المصوّر على البصر؛ يجعل المتلقي يدركه بشكل أفضل وأقوى وأوضح، فعلم النفس يؤكد أن المرء عادة يتذكر نسبةً كبيرة من مشاهداته التي يحفظها عقله؛ أكثر من تذكره ما تلقاه من خلال أذنه، أما إذا تلقى المعلومة عن طريق البصر والأذن معاً، فإن نسبة تذكرها تكون عالية جداً، لا تضاهيها أو تفوقها إلا المعلومات التي أنتجها بنفسه، وهذه الوسائط الإعلامية الجديدة السمعية البصرية، أصبحت تفتح المجال للفرد لإنتاج المعلومة، ما جعل أثرها يتعاظم، وفيما يلي سردٌ لبعض مظاهر التأثير الإيجابي ثم السلبي للإعلام الجديد.

### التأثيرات الإيجابية:

تعد وسائل الإعلام من أهمّ نتاجات العقل البشري التي أسهمت بشكل بارز في تيسير حياة البشرية جمعاء، بما أتاحتها لهم من فرص لتحقيق منافعهم وتبادل مصالحهم، وبلوغ درجاتٍ أكبر من التطور الذي تفرضه أساليب الحياة الجديدة، ومتطلبات العصر التي تكبر وتنمو كل يوم.

لقد تعددت إيجابيات الإعلام، وتضافرت حسناته على الفرد والمجتمع والكون برُمَّته، حتى أصبح من الصعب تحقيق المستوى المعيشي والتواصلية المطلوب بدونه، بل وأضحى عنصراً مهماً من هذا الكون الذي نعيش فيه؛ وذلك لأنه يخدم مستويات كثيرة من واقعهم ومجتمعهم، وفيما يلي ذكرٌ لبعض هذه التأثيرات:

- تيسير التواصل وفتح آفاقه: أصبح الوصول إلى الخبر والحدث وتفاصيل الوقائع أينما حصلت في العالم ممكناً في مدة وجيزة، مع ترجمة الخبر إلى اللغة التي يتقنها المتصفح بسرعة وسهولة، بل وتجاوز الإعلام وظيفة نقل الخبر؛ إلى تقديم التحليل والتفسير، بعد أن كان مثل هذا العمل يحتاج زمناً طويلاً، أو أياماً عديدة، وهذا التواصل لم يعد قاصراً على طرفين اثنين، بل أصبح ممكناً تعدد الأطراف، مهما نأت بهم المسافات، لقد سقطت الحواجز وانمحت الحدود.

- سهولة وتعدد مصادر المعلومات: وما يقال عن الخبر يقال عن المعلومة، فقد أصبح الوصول إليها ممكناً وبسرعة هائلة، وبالكمية الكبيرة والشكل المتنوع، وهو ما تبَّه له المربون، وأكدوا نجاعة الإعلام الجديد بالنسبة لنقل المعارف للتلميذ في الوقت الحاضر، فالإعلام الجديد أداة حفظ المعرفة ونقلها وتعميم نشرها، وجعلها في متناول التلاميذ يرجعون إليها وقتما وكيفما أرادوا، يقرؤونها ويترجمونها، ويشاهدونها، ويطبعونها، وينقلونها حفظاً في أوعية أخرى، فشريحةٌ بحجم بصمة؛ بها ذاكرة تسع آلاف بل مئات آلاف البيانات.

إلا أنه يجب التنويه بفوائد الإعلام متعدد الوسائط؛ إذ تتيح للتلاميذ أن يعيشوا وسط حقل معرفي أكثر غنى مما يقدمه لهم التعليم التقليدي - الذي

تخلف عن الركب الحضاري المعاصر - مقارنةً بالتكنولوجيا الحديثة في الإعلام والاتصال، التي توفر للطفل المعلومات المفيدة في قالب ممتع وجميل، فهذه الوسائط لها دور في تعليم التلاميذ بشكل يُسهّم في إطلاق إبداعاتهم، مع ضمان حرية الرأي والتعبير لديهم، بخلاف التعليم المدرسي الكئيب<sup>(١)</sup>، حتى أضحى التلاميذ اليوم يطالبون باعتماد الملخصات والدروس المنشورة في شبكة الإنترنت.

فقد أصبح مجال الحصول على المعلومات واسعاً أمام الشباب، يلقنهم إياها المدرس، أو يقرؤونها في كتاب، أو يجدونها محفوظة في أقراص أو حاسوب أو مدونة أو موقع إلكتروني، وحتى إذا تعذر اقتناص المعلومة من هذه المنافذ؛ يمكن طلبها مباشرة من مصدرها أو من الخبراء والأكاديميين بلمسة زرّ.

- الإعلام الجديد والمعرفة الدينية: توضح جريدة الجزيرة السعودية<sup>(٢)</sup> أهمية الإعلام الجديد في فتح قنوات جديدة متنوعة لنشر الثقافة الدينية، فبعد الاستخدام الكثيف للإذاعة ثم التلفاز ثم الأشرطة السمعية وأشرطة الفيديو؛ في تسجيل ونشر الخطاب الديني بشكل واسع؛ استخدمت الشبكة العالمية (الإنترنت) لإيصال رسالة الإسلام وشريعته وأحكامه، من خلال مواقع جمعت بين التقنية العالية والشكل الجذاب، وحفلت بكل ما يُعين على فهم الإسلام؛ كما تم إدراج آلاف الكتب والمجلات والمخطوطات الثمينة، وإتاحتها

(١) اللهيبي، جواهر: الاتصال التعليمي الجماهيري ودوره في مواجهة ظاهرة الإرهاب؛ بحث ماجستير: جامعة أم القرى، كلية التربية، ٢٠٠٨، ص ١٣٤ و ١٣٥.

(٢) في عددها الصادر في ١٣ من شوال ١٤٣٠هـ.

للمتصفحين قراءةً وطباعةً ونسخاً، كما تُرجمت آلاف الكتب والوثائق إلى اللغات الأجنبية، لتمكين الناطقين بغير العربية من تعرّف الإسلام وفهمه، فضلاً عما تتيحه أجهزة الحاسوب ومتعلقاتها من فرصة مهمة لحمل وحفظ وتسجيل المعلومات ومعالجتها في الأقراص المرنة والصلبة والذاكرة الوميضية وغيرها.

وعدّد الإعلامي عبد القادر طاش رَحْمَةُ اللهِ فِي مقالته بمجلة الدعوة (١٤٢٠هـ)؛ بعضاً من حسنات تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، منها أنها أتاحت استعمال عدة وسائط في خدمة الدين، ومكّنت المشاهدين من الاستمتاع ببرامج وحوارات ومشاهد مباشرة ومعلومات، بشكل جذاب سلس سهل وسريع، لبّى كثيراً من احتياجاتهم المعرفية، ويُحسب لهذه القنوات اهتمامها بربط المسلمين في أنحاء العالم بشعائهم ورموزهم المقدسة، عن طريق النقل الحي المباشر لشعائر الصلوات، والعناية بالمناسبات الدينية كرمضان والحج والعيدين، ولهذا أثر فعال في توحيد مشاعر الناس وتوثيق صلتهم بشعائر دينهم ورموزه المقدسة، كما استفاد المشتغلون في الحقل الديني من الوسائل التكنولوجية واستثمروها، ومكّنتهم من تحقيق انتشار واسع ورفع نسبة متابعتهم.

كما أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت كثيراً في العلاقة بين المسلم الباحث عن الفتوى وعلماء الدين، ووفرت للمسلم العادي القدرة على التلاقي مع شريحة واسعة من رجال الدين في أي مكان من العالم، ويسّرت له الاستفتاء، واختيار الشيخ الذي يفضل الالتزام برأيه، كما أنها فرضت على المفتين تغيير أسلوبهم، فاستطاع الواحد منهم جذب عشرات الآلاف من الأشخاص، كما انعكست على طبيعة الأفكار التي يناقشها المسلمون الناشطون في وسائل الإعلام الجديد.

- تغيير الصور النمطية عن الثقافات الأخرى: يلتقي الإعلام والثقافة في

عدة نواح، فالإعلام الجديد لا يخلو من تفاعلات ثقافية، كما تعتبر رموز الاتصال - كاللغة والحركات والإشارات والصور التي يزرعها هذا الإعلام - جزءاً من الثقافة، فالرسائل الإعلامية تطبع في عقولنا صوراً عن العالم، وتغني أفكارنا ومعارفنا عن هذا الواقع الذي نعيش فيه.

قام الإعلام الجديد بدور حيوي في نشر ثقافة عامّة موحّدة بين فئات وشرائح المجتمع الواحد، وعمل على التقريب بين الثقافات المختلفة، وكون لدى الشباب صوراً إيجابية عن ثقافات أخرى، فغيّر الصور النمطية السلبية، وساعد على نشر روح الاحترام من خلال التعرّف على تلك الثقافات المغايرة، وعليه يمكن اعتبار الإعلام جسراً يربط بين حياة الأفراد الشخصية الخاصة، والعالم الكبير الذين يعيشون فيه؛ بحيث يستطيع الفرد أن يرى نفسه من خلال البرامج التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، وقد أكّدت ذلك منظّمة الأمم المتّحدة للتربية والعلوم والثّقافة في مؤتمرها العشرين، ونشرت بياناً عن إسهام وسائل الإعلام في دعم السّلام والتفاهم الدّولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصريّة والفصل العنصري، والتّحريض على الحرب.

- نشر الوعي الحقوقي والسياسي والبيئي: الوعي بأمر ما؛ يتضمن معرفته والعمل بهذه المعرفة، فالمعرفة والوعي مصطلحان متداخلان، فإذا ذكر الوعي تُذكر المعرفة ولو ضمناً، فالوعي هو فهم وتحليل وتفسير المعلومات، يظهر ويتطور بتزامن مع الحياة الاجتماعية للشخص، وتفاعله القائم ما بينه وبين الموضوع الذي يتعامل معه، والإعلام الجديد التفاعلي المتحرر من كل رقابة، أسهم بشكل كبير في رفع الوعي السياسي والاجتماعي والبيئي لدى الشباب، فبفعل المعلومات التي أتاحتها هذا الإعلام، تعلّم الشباب التعبير عن أنفسهم والتعليق على قضايا الشأن العام التي تتعلق بمجتمعهم بكل حرية وتلقائية،

والانخراط في دعم ومساندة القضايا العادلة للمجتمعات الأخرى، وكشف عن قدراتهم الكامنة والإمكانات المتاحة لهم للتأثير في عالمهم ومحيطهم والإسهام في تغييره وتصحيح أوضاعه، بطرح الأولويات المجتمعية السياسية والاقتصادية للنقاش الحر بعيداً عن التحكم، وشبكات الاتصال الاجتماعي تنشر المعلومات وتسمح بمرورها وتداولها بسرعة فائقة، وحشد الناس للتطوع والاحتجاج والضغط على السلطات لتلبية مطالب سياسية أو حقوقية أو اجتماعية أو غيرها.

### التأثيرات السلبية:

الإعلام سلاح ذو حدين، فكلما بعث ثقافات من رُقادها؛ أو أسهم في دعمها ونشرها، فإنه يُسهم أيضاً في قتل ثقافات أخرى وتدميرها، عن طريق تشويه الهوية الثقافية الفردية، والتي تُعد اللغة والدين والتراث من أهم مكوناتها، ومن أهم الآثار السيئة للغزو الإعلامي الجديد:

- **ترويج الغلط والكذب:** فعدد كبير من وسائط الإعلام الجديد؛ يبث معلومات تفتقد المصداقية والصحة، وكثير من المواد لا تحمل أسماء كُتّابها، وناشروها لا يتحرون الدقة والصحة، والقطاعات الحكومية الوصية على الشأن الديني أو التعليمي أو العلمي؛ لا تمتلك الصلاحيات للتحقق أو الترخيص بنشر المعلومات، ولأن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل إعلام الفرد؛ فهي تعتمد على آراء أشخاص لا على أخبار تُستقى من مصادر موثوق بها، يتنافس المستخدمون على سرعة نقل المعلومة لتسجيل سبق في ذلك، رغم كونهم أفراداً لا وكالات أنباء، ففقدت هذه الوسائل مصداقيتها وانتشرت أخبار عارية

عن الصحة، منها أخبار موجهة من جهاتٍ ما لتحقيق غاياتٍ معينة مذهبية أو سياسية أو اقتصادية، ومن الصعب إيجاد أداة قياسٍ يمكن الاعتماد عليها لقياس مصداقية محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، وعادةً ما تكون عملية تقييم المصداقية في بيئة الإنترنت؛ أكثر تعقيداً مما هي عليه فيما يخص الإعلام التقليدي، وتنتشر في الفيسبوك وتويتر؛ فتاوى وتصريحات منسوبة لعلماء وقادة وشخصيات عامة، تُحل وتُحرم، وتعلن عن قرارات يتبين بعد البحث أنها مجرد أكاذيب وأخبار مختلقة، نُسبت لهؤلاء الناس، والأمثلة على ذلك كثيرة.

- تراجع الثقافة المكتوبة: فاقْتصار الناشئة في تثقيفهم على الوسائط السمعية البصرية من تلفاز وإنترنت، والتي تتميز بالسهولة والإثارة، يؤدي إلى عرقلة نمو القدرة العقلية، والاعتماد في اكتساب الخبرات على كل ما هو جاهز، فتضعف الرغبة في التعلم الدائم الذي يتطلب جهداً فكرياً تأملياً في الكتب الورقية المطبوعة، وكان لظهور هذه الوسائل؛ أثر واضح على مكانة الدرس التقليدي المعتمد على محاضرة الأستاذ والكتاب المدرسي، حيث سُجِّل تراجع استعمال الصحف والمجلات في السنوات الأخيرة، فالمراهق لا يهتم بهذه الأوعية التي لم تعد مشوقة أو مثيرة لاهتماماته، ولم تعد مصدراً وحيداً للمعرفة التي أصبح يجدها في وسائل الإعلام التي جعلت معظم العمليات التربوية تتم خارج الفصل الدراسي في جوٍّ من الحرية وبطرق عقلانية تفاعلية.

- تشويه الدين والتراث: فالمكون العقدي للهوية يتضرر كثيراً بفعل ما يبشّه الإعلام من تشويه صريح واضح ومقصود للدين الإسلامي وعباداته ومعتقداته وثقافته، فيزعزع عقيدة المسلم ويشكك في صحتها، ويُنقص من قيمتها، فتكونت في ذهنه صورة قاتمة في غاية السوء عن أهم مكونات الهوية؛ وهما الدين والتراث، ما يؤدي إلى ازدياد الذات وتحقيرها، وانسلاخ الشباب من



مقومات هويتهم؛ والارتباط بجماعات أخرى تحمل ثقافات مضادة والتفاعل معها وتبني مكونات هويتها واتخاذها جماعات مرجعية في الثقافة والسلوك، يستمد منها قيمه، ويتبادل وإياها التعاطف والتأييد، ويكتسب هوية أخرى بديلة لا تجد أي سند في وسطه الاجتماعي.

إن الحملات المنظمة على التراث الإسلامي والتي لم تنقطع أبداً عبر قرون؛ لم تحقق غاياتها رغم أن القائمين عليها حرصوا على ضرب المكون الفكري للأمة الإسلامية، بتشويه صورة التعاليم الإسلامية بالتحريف والاجتزاء وتأويل الكلام وتغيير مقصد الخطاب؛ حتى يزهد الناس في مفاهيم الشريعة الإسلامية، هذه الحملات التي لم تستطع أن تؤثر في صورة الإسلام عبر التاريخ إلا بشكل محدود؛ تتواصل بشكل أكثر ضراوة مع الإعلام الجديد، والاستراتيجيات التي يبذلها خصوم الإسلام والساعون إلى تشويه وضرب المرجعيات الإسلامية، وتعتمد الربط الشرطي بين علماء الإسلام وبين مسائل مكروهة عند الناس، كالإرهاب والتكفير والدماء واحتقار المرأة، وعدم المساواة بين الناس، وغيرها، كما نشهد في هذا الإعلام كثافة الحملة على علماء المسلمين، والمقصود ليس العلماء ذاتهم، وإنما من خلالهم يتم هدم المرجعية الدينية، ومن ثم سهولة اختراق عقول المسلمين وتوجيههم إلى أفكار بعيدة عن الأديان كالإلحاد والعلمانية الشمولية وغيرها.

ومواقع التواصل الاجتماعي ساحة رحبة لهذه الحملات، وبيئة صالحة لهذه الدعوات، فمع وجود الجماعات والتيارات المتطرفة والإرهابية الغارقة في التكفير وإزهاق الأرواح وتفجير الأمنين والممتلكات، وما يصاحب ذلك من سهولة عرض تلك الجرائم عبر الإعلام الجديد الذي ينتشر في الناس انتشار النار في الهشيم؛ تأتي حركة التشويه المتعمدة بربط هذه الجماعات والتيارات

بالسلفية تارة، وبالسنة تارة، ولبعض العلماء تارة أخرى، فيجدون من يتلقف تلك الدعوات ويقتنع بها، ثم يصاب بردة فعل عكسية تجاه الدين وعلمائه وتاريخه.

فخصوص الإسلام يوظفون بشكل خبيث كلام العلماء، ويجتزئون نصوص التراث ويوردون نصوصاً أصولية في غير سياقها لأجل زعزعة عقيدة المسلم وضرب المكون العقدي في الهوية.

- تدمير اللغة العربية وتخريبها: اللغة العربية روح الأمة وأهم مكون لهويتها وشخصيتها ووحدتها، والوعاء الحافظ لثقافتها وتراثها، والوسيلة الناقلة للأفكار والتقاليد والخبرات عبر الأجيال المتعاقبة؛ أصبحت تعيش مأزقاً في الإعلام الجديد الذي هو الواجهة التي تعكس مختلف التفاعلات الثقافية والقيمية في مجتمعنا، فهذا الإعلام بقوة تأثيره؛ أسهم في الإضرار باللغة العربية، من خلال ما يلي:

- ١- ركافة اللغة المستعملة مع شيوع الأخطاء النحوية والصرفية والإملائية.
- ٢- إحلال الحروف اللاتينية محل الحروف العربية.
- ٣- إحلال العامية محل العربية الفصحى.
- ٤- اعتماد «العربيزي» كلغة تواصل، بل واعتمدها محرك البحث جوجل لغة بحث.

والإعلام الجديد تسبب في تأثيرات ضارة باللغة العربية، ومن الطبيعي أن يؤدي ذلك إلى إلحاق الضرر بالثقافة العربية والقيم المرتبطة بها، كما أن تبني الشباب المسلم للغة الإنجليزية أو الفرنسية، يؤدي إلى تعلقه وإعجابه بالثقافة المسيطرة، ويغدو انتماءه إلى القرية الكونية أقوى وأمتن من انتمائه إلى أمته وثقافتها.

- **عولمة أنماط استهلاكية غربية:** يمثل الإعلام إحدى الركائز الأساس التي قامت عليها العولمة، ويؤكد «فوكوياما» ذلك بقوله إن العولمة تعتمد على ثلاثة أسس هي: تكنولوجيا المعلومات والإعلام؛ حرية التجارة الدولية في مرحلة ما بعد الشركات متعددة الجنسيات؛ واقتصاد السوق وحرية الحركة في الأسواق العالمية<sup>(١)</sup>.

تعمل الصور المتدفقة من الشمال نحو الجنوب، على نقل كم هائل من الأفكار والتصورات والرغبات؛ إذ تعمل على تأسيس نمط استهلاك معين، وعلى حد تعبير (ريجيسدوبريه): (حيث تمر الصور الأمريكية والسينما؛ تمر السيارات الأمريكية والشامبو ومختلف المنتجات)<sup>(٢)</sup>، فالقنوات الفضائية الغربية أصبحت تشاهد في كل أنحاء العالم، فضلاً عن الأفلام الغربية التي تتسرب إلى كل القنوات العربية والشرقية، سواء بلغتها الأصلية أو مترجمة، في شكل يشبه «توحيد المشاهدة» عالمياً، وهنا لا يتعلق الأمر فقط بعولمة ذوق استهلاكي، بل يتعداه إلى تنميط عالم الخيال؛ إذ أن (الصورة تنتج قدرة هائلة

(١) سعيد بخيره، العولمة وحرية الإعلام، ظافر للطباعة، الزقازيق، ٢٠٠٠، ص ٣٧.

(٢) من نص المداخلة التي ألقاها الفيلسوف الفرنسي ريجيسدوبريه صباح السبت ١٢ من نوفمبر ٢٠٠٥م بمراكش، بمناسبة الإعلان عن المدرسة العليا للفنون البصرية بمراكش.

على الاستحواذ على وعي الناس وانتباههم، وتنفيذ إلى زمانيتنا الخاصة؛ إنها اجتياح لحميميتنا الفردية، ومن ثم فالصور تمارس نوعاً من التوغل في دواخلنا وتؤسس لاختيارات وتفضيلات، وتحفيزات وتحيزات، وتخلق حاجيات وتحدث رغبات، لتباشر حَسماً بدائياً لأشكال محتدّة من الصراع قد تتخذ شكلاً سياسياً أو اقتصادياً<sup>(١)</sup>.

إن علاقة الإعلام الجديد بالعمولة الثقافية؛ مرتبطة بالتدفق الهائل للصور والمعلومات في الفضاء الإلكتروني، وإذا كانت مكونات الثقافة نفسها -كالدين واللغة والعادات والتقاليد والمعتقدات- تشكل سداً منيعاً لأنها من مكونات الهوية الفردية والجمعية، وتحوّل دون الانصهار الكامل في الثقافة المعولمة؛ فإن الإعلام الجديد يؤثر في هذه المكونات ويضعفها، وينتج عنه قبولٌ نسبي للثقافة المعولمة، بل وإنتاجٌ نُسَخٍ محلية منها، قد تمهد للانصهار الكامل والتماثلية الثقافية، فثقافة الصورة سطحية هزيلة وفقيرة، ومع ذلك فهي واسعة الانتشار وقادرة على الاختراق بقوة، لذا تستعمل في الإغراء بتحريك الغرائز ومخاطبة وإثارة العواطف، وهذا يزيد من مخاطرها.

- الإعلام الجديد سلاح العمولة: ووعياً بأهمية الإعلام الجديد في نشر الثقافة، حين أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة ٢٠١٠ سنة دولية للتقارب بين الثقافات، وكلّفت منظمة اليونسكو بمرمجة أنشطة ووضع خططٍ واستراتيجياتٍ لتنفيذ وتحقيق أهداف الشعارات التي حُدّدت لهذه السنة، ومن أهم أنواع الأنشطة المقررة: ما يتعلق بإسهام وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في تغيير النظرة من مختلف الثقافات

(١) ريجيسدوبريه، المرجع نفسه.

والأديان، بتعزيز الحوار على شبكة الإنترنت، أو الإنتاج المشترك لتعزيز الحوار بين منسوبي وسائل الإعلام من مختلف الثقافات.

والتقارب توصيف تقني وذهني وثقافي واجتماعي، وكما يلاحظ هنري جنكنز في كتابه (ثقافة التقارب) الذي نشرته مطبعة جامعة نيويورك، فإن أية قصة تُروى أو أية سلعة تباع في وسائل الإعلام الجديدة؛ فإنها كثيرة التشابه، بل إن مظاهر التودد إلى الزبون واحدة في كل مكان، وإخضاعه للدلال الزائد - بعد أن أصبح متلقي الرسالة الإعلامية - صار سائداً في عملية الاتصال، والعالم يتعرض (للتماثلية الثقافية)؛ بحيث لم نعد نرى فارقاً كبيراً بين مانهاتن وجوهانسبرج والرياض، وظروف العيش وأساليب بناء الطرق والعمائر والبيوت؛ سوف تتشابه في كل العالم، وكذا صرعات الموضة وقصات الشعر والطعام، وكل ما يُنظر إليه على أنه تحدٍ مستمر وشامل لكل الشعوب من تلك الثقافة المهيمنة، وكما يعبر برهان غليون عن نمو وازدهار الثقافة الغربية على حساب الثقافات المهمشة التي تحاول استدراك الوضع بالاندراج في حركة التاريخ الجديد، وعدم البقاء بمعزل عن التغييرات الكبرى على غرار ما حدث في الثقافة العربية عندما تفاعلت مع الحضارة الغربية أول الأمر، وما نتج عن ذلك من استسلام للعجز وتقليد المستعمر الغالب في شعاره وزِيَّه ونحلته وسائر أحواله وعوائده.

وهكذا تجد المجتمعات نفسها ممزقة بين أصحاب الثقافة العالمية، وبين النخب التي تنحاز إلى قيمها الثقافية الذاتية، لتنشأ قطيعة بين أمتين لا جامع بينهما سوى المكان، وهنا تكمن ضرورة الوعي بإشكاليات الاتصال الحديث بجميع أبعادها: الثقافية والاجتماعية والسياسية.

## كيفية تأثير الإعلام:

إن الإعلام الجديد يقدم فرصة غير محدودة للمعلومات والمعرفة والترفيه والتسلية، حيث يتمكن المشترك من رؤية الصور والفيديوهات الطريفة التي حملها الأصدقاء، وهي كمية هائلة تضمن نفس وتيرة المتعة لساعاتٍ طوال، وهذا ينسجم مع طبيعة الشباب الميالة إلى اللهو والترفيه.

والصور الإعلامية تنشئ نموذجاً إدراكياً خاصاً عند المشاهدين، يتوسط إدراكهم للعالم والوجود، عبر نظام خاص من القيم والمواقف، ولأن الصورة الإعلامية أصبحت معممةً على كل العالم بفعل القنوات الفضائية؛ فقد أصبح هذا النموذج معممًا بدوره، وهذا يتيح عبر تعميم نظام قيم وتفضيلات خاصة؛ التقبل المباشر لكل منتجات الاتصال التقنية.

إن الكمّ الهائل من المعلومات التي يتلقاها الفرد في شكل صور جامدة أو لقطات فيديو متحركة، أو بيانات ورسوم توضيحية أو غيرها؛ يُخضعها للتقييم الأولي، ثم يقرر قبولها أو رفضها، وغالباً ما يقبل المعلومات التي تتفق مع ميوله وأهدافه ومخزونه المعرفي، أما إذا تناقضت المعلومات مع مخزونه المعرفي فإنه يرفضها أو يعدلها.

وقبول معلومات جديدة يؤدي إلى إحداث تغيير جزئي أو كلي في طبيعة المخزون المعرفي للإنسان، فالأفكار الجديدة التي يقبلها عقل الإنسان؛ سوف تطرد الأفكار القديمة، ما يؤدي إلى أداة تشكيل وحدات المخزون المعرفي من جديد، فيحصل التغيير المعرفي الذي أشرنا إليه.

**والتغيير المعرفي:** درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام، فهو أعمق أثراً في حياة الإنسان، ويمر بعملية تحوّل بطيئة تستغرق زمناً طويلاً، لأن تأثير وسائل

الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد؛ يكون من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً عنها.

فالإعلام يؤثر بطريقتين: تغيير معلومات المتلقي، أو تغيير اتجاهاته ومواقفه العاطفية، وبالتالي يؤدي إلى بناء نموذج إدراكي جديد، يتأسس على الخبرات الجديدة والحالة النفسية للمدرك وقدراته العقلية، (وكل فعل إدراكي متلازم مع فعل تأويلي لا يفارقه؛ ومن الخطأ الحديث عن نشاط إدراكي خارج أي تأويل، وهذا الأخير يكون بحسب ما يتهيأ له الفرد من كفاءة وخبرة)<sup>(١)</sup>، فالخبرات البصرية والتصنيفات والتقييمات التي يقدمها الإعلام، هي التي يوظفها الفرد في بناء النموذج الإدراكي الذي يشكل نظاماً تأويلياً للعالم أو نموذجاً إدراكياً يتوسط بين الإنسان والعالم الحقيقي، يمكّنه من امتلاك نظام تأويلي للعالم<sup>(٢)</sup>.

والصور ثلاثة أنواع:

- الصورة الفوتوغرافية: أو المرسومة، أو المجسمة، الرقمية أو التناظرية، الجامدة أو المتحركة، التي يتلقاها الفرد بالمشاهدة، أو المشهد الذي يراه بعينه.

(١) البعزاتي، بناصر: الاستدلال والبناء: بحث في خصائص العقلية العلمية، الطبعة الأولى (المغرب، دار الأمان، المركز الثقافي العربي، ١٩٩٩)، ص ٢٣٥.

(٢) المكّي، هشام: مقال بين الصورة واللغة: هل أصبحت الحياة طقساً ثابتاً للمحاكاة؟ مجلة إسلامية المعرفة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي بفرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية، العدد ٥٩، شتاء ٢٠١٠.

- الصورة الذهنية: وتنشأ في الذهن انطلاقاً من الصورة الفوتوغرافية، أو من معلومات، فتكون كانطباع أو فكرة ذهنية أو تصور لشخص أو موضوع، كخيال في الذهن والعقل، وهي تمثيل منظم لموضوع ما في النظام المعرفي للفرد، وبنية تراكمية من السمات التي تميل للتجانس، ومجموعة من المدركات التي استقرت في الوعي، وتنشأ من تلقى الفرد رسائل عن طريق الاتصال المباشر وغير المباشر، وتتميز هذه السمات بأنها تشكل واقعاً صادقاً لأصحابها ينظرون من خلاله ويتصرفون على أساسه.

- الصورة النمطية: وهي تمثيل ذهني لفكرة، أو مجموعة من الأحكام والتقديرات العامة ذات صفات إيجابية أو سلبية، تُصاغ على أساس غير علمي أو موضوعي، تأثراً بأفكار متعصبة تُسَم بالتبسيط في تصوُّرها، تُطلق على ما يمثله شيء أو موضوع أو شخص أو شعب أو مذهب أو قضية، والصورة النمطية لا تقوم بوظيفة إخبارية، بل بوظيفة توجيهية، إذ تُوجهنا إلى تصنيف الناس أو الأشياء أو الأحداث موضوع المناقشة، فالصورة الذهنية أعم وأشمل من الصورة النمطية، وتختلف عنها، وقد لا تتحول إلى نمط إذا ما تمت الإضافة إليها وُصحت المعلومات، فكون الصورة ذهنية أو نمطية يعتمد على كونها ذات تركيبة مفتوحة أو مغلقة.

إن تكوين الصورة الذهنية عملية حركية تتغير وتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي، وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية، لذا فهي لا تتصف بالثبات والجمود، بل بالمرونة والتفاعل المستمر، فتتطور وتنمو وتتسع وتعمق وتقبل التغير طوال الحياة، بخلاف الصورة النمطية فهي ثابتة، متحيزة، سلبية في الغالب، تقاوم التغيير.



والإعلام الجديد أهمُّ القنوات التي تُسهم في تكوين الصور الذهنية في أذهان الناس، وقد منحنا الإحساس بأننا نستطيع أن نحتضن العالم في عقولنا كمنظومة من الصور، ما أكسبه أهمية كبرى في حياتنا المعاصرة، بسبب انتشاره الواسع وقدرته البالغة على الإبهار والاستقطاب، ووسائل الإعلام مصدر رئيس للصور والمعلومات عن الدول والأحداث والأشخاص، ويومياً نتعرض لشلال من الأخبار ووجهات النظر واللقطات الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو والعناوين التي تخلق صورة ذهنية أو نمطية وتدعمها، تساعد على تكوين تصور للعالم الذي يعيش، وتخضع عملية تكوين الصورة؛ للبعد الزمني، إذ يقوم الفرد ببناء الصورة وفقاً لكم المعلومات التي ترد إليه.

والإعلام الجديد يقدم المعلومات ويوجهها بالطريقة التي يرغبها، فتؤدي إلى نشأة صورة ذهنية جديدة لم تكن موجودة، أو تقوية التصورات الموجودة ودعمها وترسيخها، أو يعمل على تحويل وتعديل وتغيير التصورات، فهذا الإعلام لا ينقل المعلومات فقط، بل يوجه الأفراد ويكوّن مواقفهم الفكرية والاجتماعية، ودوره لا يقف عند صنع الصورة فقط، بل ينظمها ويطبّعها في أذهان الجماهير؛ خاصة حين يكون الموضوع جديداً، فالفرد يتقبل وجهة النظر التي يتلقاها عنه، ذلك لأن العمليات الانتقائية لن تقف في تلك الحال عقبه في وجه المعرفة. هذا الإعلام أصبح النافذة التي يُطل الفرد من خلالها على العالم وعلى الأحداث المحلية والكونية، وأضحى الإعلام الجديد امتداداً طبيعياً لبصرنا وسمعنا على حد تعبير مارشال ماكلوهان.

وبهذه المعلومات والصور والتحليلات المقدمة في قالب خاص وبلغته محددة وأسلوب موجه؛ يبني الشاب الجانب الإدراكي حول موضوع أو شخص أو أمة، ما يؤدي في النهاية إلى إحداث ميل سيكولوجي لدى الفرد يؤثر

بدوره في بناء ومحتوى الصورة لديه.

ويستعمل الإعلام عدة أساليب في صنع الصورة الذهنية، منها انتقاء الأحداث والمعلومات، والتركيز على أحداث معينة، وتلوين الحقائق وتحريفها، واستخدام عبارات ومصطلحات خاصة ومؤثرة.

كما يستعمل أساليب إخبارية مدروسة بدقة تُقوي الأساليب السابقة، منها: شخصنة المواقف والأحداث، بجعلها نتاج أفراد أكثر مما هي نتاج مجتمعات أو مؤسسات، ونقل الحدث دون تقديم السياقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي نتج من خلالها؛ حرصاً على جلب المستهدفين وإرضائهم، وإضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث، بتقديمها في شكل قصص إخبارية لكل قصة شخصياتها وحبكتها، لإرضاء الاهتمامات العاطفية التي تثار من خلال الشخصيات والحبكات التي تدور حولها؛ وتنميط المواقف والأحداث من خلال تقديم تفسيرات نمطية لها، وتجزئ المواقف والأحداث بعزل القصص الإخبارية عن بعضها البعض، وعدم ربطها أو محاولة إيجاد الروابط بينها بحيث تبدو الأخبار منفصلة يغيب فيها العمق الإخباري.

فالخطر لا يكمن في الإعلام بحد ذاته، أو في أجهزته، بل يكمن في طريقة معالجته للمعلومات والأحداث، كتضخيم الإعلام للوقائع، وانتفاء الأمانة والدقة في نقلها ووصفها، وطبعها بقوة في الأذهان، إلى درجة أن المتلقي يشعر وكأنه عاش الأحداث موضوع الخبر رغم أنه لم يعيشها أبداً.

## خاتمة وتوصيات

إن الإمساك بزمام الإعلام والتحكم فيه عمل صعب، فمحاصرة الفوضى الإعلامية عمل شاق، يحتاج لتضافر جهود كثير من الأطراف وتحليلهم بروح المسؤولية، الناشئ عن وعيهم الذكي بمخاطر هذه الفوضى وتداعياتها على الهوية الفردية والجماعية، وتدئين الناس، وعلى الاستقرار السياسي للدول والتماسك الاجتماعي.

ويمكن للسياسات الحكومية بما تملك من نصوص قانونية وأدوات الضبط والإكراه؛ التحكم في وسائل الإعلام الوطنية الخاضعة لإشرافها، وجعلها تكون بمثابة النبع التربوي الأصيل للإسهام في بناء أجيال تتميز بالولاء الوطني والهوية الدينية؛ لكن من يضمن الحماية من آثار البث الإعلامي الأجنبي الخارج عن نطاق سيطرة أجهزتنا الحكومية وتحكمها؟

إن الحرب التي نواجهها تزلزل العقول وتبليبل الأفكار، إنها حرب أعصاب وكلمات وصور، تقوم على تشويه الحقائق والمبالغة بالقول والحركة، مستخدمة فنون الإقناع، وتعتمد على وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات وأساليب الإبداع للتأثير في الشخصية، وتستهدف إعادة تشكيل شخصياتنا وفكرنا وفق مخطط خاص.

والحل لا يكمن في الرقابة أو المنع، والأسر لا تستطيع أن تُشن حرب عصابات منظمة ضد أطفال التلفاز، فلو قُدر للمرء أن يعيش على ساحل البحر، فعليه أن يعلم أبنائه السباحة لا أن يبني جداراً بينه وبين البحر؛ فالأطفال أصبحوا اليوم أكثر جرأة وتحراً، وأنماط التربية التقليدية لم تعد تُجدي، والتربية المدرسية يجب أن تُسهّم في التحكم في حركة التغيير الاجتماعي

الحاصلة بسبب كثافة التأثير الإعلامي وقوته، يجب توجيه مسيرته التغيير، إننا نعول على التربية والأسرة والمدرسة والمجتمع كله، لأجل ذلك نقترح التوصيات التالية:

١- أن تعمل المدرسة على تكوين مستهلك ذكي للإعلام: فتكون هناك مدرسة جيدة لتكوين مشاهدين أحرار، لأن المدرسة هي التي تجعل الإعلام الجديد تربوياً، وتستثمر محتواه استثماراً تربوياً وتعليمياً نافعا، وعلى المدرسة أن تقوم بالعمل الضروري لتمكين الأطفال من الوسائل التي تساعدهم على الاختيار، وبالتالي تحديد استهلاكهم الخاص للإعلام، بتكوين حسهم النقدي، وتنمية قدراتهم على الصمود أمام تأثيرات الإعلام ومقاومتها، فما دام تأثير الإعلام يختلف من طفل لآخر، فمن الأفضل تنمية القدرة على مقاومة التأثير لدى الأطفال ولدى المحيط، وهذا هو هدف العمل التربوي الواجب القيام به في المدرسة.

٢- تنمية القدرة النقدية للطفل إزاء الخطاب الإعلامي؛ بتعليم الطفل كيفية استخراج الرسالة المضمنة فيه حتى يأخذ موقفاً نقدياً ولا يبقى مفتوناً به؛ عليه أن يعرف ماذا يراد بالعمل الإعلامي، وما نوع العمل المعروف عليه وتقنياته ومراحله، وأن يتعلم كيفية استثمار المشهد الإعلامي والاستفادة من تقنياته، وكيف يرقى إلى كونه المشهد التلفزيوني ويأخذ الحِطة إزاء خطابه.

إن الرسالة الإعلامية توظف رموزاً تحمل مختلف المعاني، تستعمل للشرح والتوضيح والخداع والإثارة والتعمية والتضليل وإثارة الغرائز وإحداق الصراع والحض على الفعل وغير ذلك، ومعرفة هذه الرموز؛ يُعين على فهم الرسالة وسبر أغوارها والتحكم في آثارها، فيجب أن يتعلم الطفل كيف يقرأ ويسمع

ويشاهد ما يدور حوله بعينٍ نافذة وفكرٍ ناقد، حتى يكتشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن أفكاره ويحقق أحسن تواصل مع غيره.

٣- تشجيع الثقافة المكتوبة: فاقْتصار الناشئة في تثقيفهم على الوسائط السمعية البصرية من تلفاز وإنترنت، والتي تتميز بالسهولة والإثارة، يؤدي إلى عرقلة نمو القدرة العقلية، والاعتماد في اكتساب الخبرات الجاهزة، ما يُضعف الرغبة في التعلم الدائم الذي يتطلب بذل الجهد الفكري التأملي في الكتب الورقية المطبوعة.

فيجب نشر الثقافة المكتوبة وترويجها بين الناشئة وتشجيع الإقبال عليها، حتى تصبح سلوكاً عادياً ونمط حياة، ويغدو الإعلام بالتالي آلية من آليات نقل المعرفة والخبرات والتنمية، بالتشجيع على القراءة بلغة سليمة واعتماد أساليب أدبية ناضجة، والتشويق الأدبي، كمبدأ أساس في العمل الصحفي دون تسطيح الأمور أو زخرفة الحدث أو الإضرار بالمضمون، فضلاً عن تسيير استخدام هذه المواقع، وتعليمها ونشرها عبر المدارس والجامعات في مختلف البلدان العربية وعبر مواقع الإعلام الجديد الشبيه، سواء على الفيس بوك أو تويتر.. إلخ.

٤- إثراء المحتوى: فما زال عدد مستعملي الشبكات وحجم المحتوى العربي في الشبكات متدنياً، لا يتناسب مع الكتلة السكانية للبلاد العربية، مقارنةً مع غيرها من الشعوب المتحضرة، هذا الواقع مع فقره؛ فإنه يكتسي طابعاً استهلاكياً ترفيهياً قليل الأهمية، لا دور له في تحقيق ما تصبو إليه الأمة من تنمية وتقدم ولا يتلاءم مع ما يمكن أن تتيحه هذه التقنيات من خدمات ومزايا هائلة.

لذا يجب التفكير والتخطيط لتصميم مواقع عربية تلائم حاجات ومطالب وميول واختيارات رُواد الشبكات، من الجانب الفني الجمالي والتقني، والعمل على إثراء المحتوى العربي وتوسيعه وترقيته ومواصلة تقييمه ومراجعته والتثبت من صحة محتواه وقيّمته، من طرف أكاديميين مشهود لهم بالخبرة وسعة المعرفة والموضوعية والنزاهة، يراعون القيم الإنسانية؛ كاحترام حق الاختلاف وحرية التعبير والمواطنة المشاركة ورفض التعصب وغيرها، حتى يجد فيها الشباب العربي ملاذاً آمناً، وتكون بديلاً عن المواقع الأجنبية التي يلجأ إليها ويخضع لتأثيرها الضار على ثقافته وهويته.