



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

## إبداعات شبابية في الإعلام الجديد

إعداد

الدكتور/ السّر علي سعد محمد الحاج

أستاذ مساعد الوسائط المتعددة

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - السودان

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المسلم والإعلام الجديد

الذي تنظمه

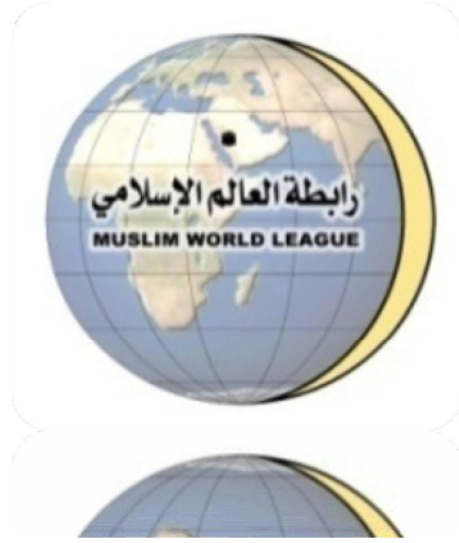
رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذوالحجة / 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

جُبل الإنسان على الملاحظة والتجريب ودراسة الظواهر التي تحيط به، وتطويعها لاستنباط وابتكار حلول غير مسبوقه تناسب قضاياه، وقد أشار إلى ذلك القرآن الكريم في عدة مواضع، كما في قصة ابن آدم والغراب الذي استوحى منه كيفية الدفن: ﴿فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَابًا يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُورِي سَوْءَةَ أَخِيهِ قَالَ يُورِيهِ أَنْ أَعَجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُورِي سَوْءَةَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ﴾ [المائدة: ٣١].

يضاف إلى ذلك تمييز الإنسان بعمق التفكير في تفسير الأحداث وتأويلها وفقاً لمعطيات الزمان والمكان: ﴿هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ آيَاتٌ مُحْكَمَاتٌ هُنَّ أُمُّ الْكِتَابِ وَأُخَرُ مُتَشَابِهَاتٌ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ آمَنَّا بِهِ كُلٌّ مِنْ عِنْدِ رَبِّنَا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [آل عمران: ٧]، وكذا في الحوار بين نبي الله موسى عليه السلام والخضر كما في سورة الكهف: ﴿ذَلِكَ تَأْوِيلُ مَا لَمْ تَسْطِعْ عَلَيْهِ صَبْرًا﴾ [الكهف: ٨٢]، وكذلك الدعوة إلى التأمل في المخلوقات: ﴿أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ﴾ [الغاشية: ١٧]، وقوله تعالى: ﴿فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ مِمَّ خُلِقَ﴾ [الطارق: ٥]، والملاحظة وإعمال النظر في الأحداث والتأني في تفسيرها واتخاذ قرار مناسب فيها.

ولما كان الإعلام الجديد أحد أهم مخرجات ثورة المعلومات والاتصالات؛ تبارت المجتمعات والكيانات البشرية في توظيف خصائصه وميزاته التفضيلية في إعادة تشكيل خارطة العمل الاتصالي بما يحمله من خصائص التفاعلية وعالمية الانتشار، فضلاً عن سرعة الاتصال وقلة التكلفة

المالية خدمة لقضايا مجتمعاتها، طبقاً لنظرة تختلف من مجتمع لآخر، تتحكم فيها كثير من العوامل التاريخية والاهتمامات الشخصية، خاصة وأن ظهور الإعلام الجديد مثل فرصاً نقلت المجتمعات إلى آفاق غير مسبوقة بما يحققه من تأثير وانتقال بلا قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي<sup>(١)</sup>، بتكثيف تدفق المعرفة التي تستهدف تغيير السلوك والاهتمام ببناء صورة ذهنية لدى الجمهور المستهدف.

تطورت استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديد تبعاً للتطور المطرد لشورة الاتصال والمعلومات، فبدايةً كان استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد للدردشة وتفرغ الشحنات العاطفية وتبادل الملفات؛ إلى استخدامات ذات فائدة بتبادل وجهات النظر حول قضايا مجتمعاتهم من أجل تحسين فرص الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فوجد اهتمامات الشباب المسلم لا تنفصل عن مكونات المجتمع المسلم الذي يقوم على التكافل والتعاقد والتكليف بمهام الدعوة والحفاظ على انتشار المد الإسلامي، وتبليغ الناس دعوة الإسلام التي تقوم على الوسطية والتسامح، الأمر الذي جعل الشباب يتسابق في توظيف أكبر قدر من السمات وابتداع التطبيقات في الاتجاهات الثقافية والدعوية والفكرية والاجتماعية وريادة الأعمال؛ لإحداث تغيير في مجتمعاتهم وما حولها.

تكتسب الورقة أهميةً لتناولها توظيف الشباب لسمات وخصائص الإعلام الجديد في ابتكار وظائف تأخذ الإبداع كمتغير؛ بما تمثله المبادرات الشبابية في بيئة الإعلام الجديد التي تتسم بحرية تناول وتداول الأفكار دون التقيد بحدود

(١) الراوي، بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٨، ٢٠١٢، ص: ٩٤.

جغرافية أو إثنية، إضافة للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد وما تحظى به من كثافة تعرض الجمهور لها والذي يزداد باستمرار، خاصة وأن الإعلام الجديد لا يمثل عاملاً أوحد في تغيير المجتمعات، لكنه مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، وبالتالي لا يؤدي إلى إدراك الحقيقة فحسب؛ بل يسهم في تكوينها وحل إشكاليات الوصول إلى حلها، وذلك يثير تساؤلات حول علاقة الشباب المسلم بالميزات الإبداعية التي توفرها وسائل الإعلام الجديد كقضية تدور حولها هذه الورقة، يتم فيها استخدام التقصي ومناهج البحث العلمي للوصول إلى نتائج تخدم أهداف وأغراض هذه الورقة، بالوقوف على الإبداعات التي اخترق بها الشباب المسلم المؤلف عبر وسائل الإعلام ومنصات الإعلام الجديد.

وتتطرق الورقة لموضوع حديث في الدراسات الإعلامية «الإبداعات الشبابية في الإعلام الجديد»، لاستكشاف أشكال هذه الإبداعات والعوامل التي ساعدت على انتشارها، وتحقيقها لأهداف المجتمعات، والسمات المميزة لوسائل الإعلام الجديد وفاعليته في توصيل الرسائل وتوجيه التغييرات الكبيرة التي حدثت في المجتمعات.

ومشكلة الورقة: اكتساب ظاهرة الشباب المسلم في الإعلام الجديد؛ أهمية كبرى باعتبارها المنصة التي انطلقت من خلالها إبداعاتهم، إلى جانب التعرف على أهم سمات وخصائص الإعلام الجديد المحفزة للإبداع، وكذلك التعرف على مفهوم الإبداع وأشكاله الموجودة في الإعلام الجديد وحجم انتشاره.

وتهدف الورقة إلى التعرف على المكونات والبنية الهيكلية للإعلام الجديد، والخصائص التي تميزه عن سابقه (الإعلام التقليدي)؛ واكتشاف الفعل الإبداعي في توظيف الشباب لخصائص هذا الإعلام في تشكيل

المجتمعات الحديثة «مجتمع الشبكات»<sup>(١)</sup>، وتحليل أشكال التغييرات التي طرأت بفعل التوظيف الإبداعي لوسائل الإعلام الجديد.

وتتصدى الورقة لدراسة الإبداعات الشبابية في الإعلام الجديد؛ من خلال استعراض نماذج مختلفة في ظل ظاهرة الإعلام الجديد، والوقوف على التطورات، وتعدد الوسائل والمفاهيم، حيث تبرز مشكلة غياب الإحصائيات الدقيقة التي تشير إلى حجم استغلال الشباب لوسائل الإعلام الجديد في ابتكار أنماط غير مألوفة في إحداث التغيير، إضافة إلى قلة البحوث النظرية التي تناولت المبادرات الطوعية، ونقص خبرات القائمين على الاتصال بثقافات وأعراف المجتمعات المستهدفة، ما يشكل نوعاً من التشويش الدلالي .Semantic Noise

وتبحث الورقة عن إجابات لتساؤلات تعالج القضية المطروحة «إبداعات الشباب في الإعلام الجديد»، تساؤلات عن سمات وخصائص الإعلام الجديد، وماهية أشكال ونماذج المبادرات الإبداعية في وسائل الإعلام الجديد، وكذلك طبيعة التغييرات المحتملة لهذه الوسائل في قيادة التغيير.

(١) ظهر مصطلح مجتمع الشبكة Network Society على يد الهولندي جان فان ديك Jan van Dijk في كتابه «مجتمع الشبكة 'De Netwerkmatschappij'» عام ١٩٩١، وكذلك بواسطة مانويل كاستليس Manuel Castells في الجزء الأول من ثلاثيته «عصر المعلومات»، ١٩٩١.

## مفهوم الإعلام الجديد New Media Concept

عند النظر في الآثار الاجتماعية والثقافية الواسعة التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديد، تبرز بعض المفاهيم المتكررة، والتي تلعب دوراً في تحديد ما يجب فعله ليكون «جديداً»، وبمراجعة بعض الأدبيات عن الإعلام الجديد، نجد معظم الباحثين في هذا المجال أمثال (إلمر Elmer، جاونتلت، هورسلي Gauntlett & Horsley، مارشال، بورنيت Marshall & Burnett) أشاروا إلى عدة نقاط تؤطر للمفاهيم الأساس، وحسم الجدل حول خصوصية وسائل الإعلام الجديد، وما هي المبررات التي تجعلها تنفرد بصفة (الجديد)، ونادوا بضرورة فهم طبيعة وسائل الإعلام الجديد، وفقاً لسماته التي تميزه، وقد أجملت سميرة شيخاني سمات الإعلام الجديد في<sup>(١)</sup>:

(التحول من التماثلي إلى الرقمي، التفاعلية، تفتيت الاتصال، اللاتزامنية، قابلية الحركة، قابلية التحويل، قابلية التوصيل، الشبوع والانتشار والكونية)، ويحددها سعود كاتب في الخصائص التالية: (التفاعلية، الاندماج، حرية التعبير، تعدد الوسائط، تفتيت الجماهير، غياب التزامنية، عالمية الانتشار، وقابلية التواصل)<sup>(٢)</sup>.

ظهر مصطلح الإعلام الجديد لتوصيف كل ما له علاقة بالإنترنت والعناصر الإعلامية كالصوت والصورة، ويصعب الوصول إلى تعريف للمصطلح

(١) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات - مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٦ - العدد الأول والثاني، ٢٠١٠، ص ٤٤٤-٤٤٧.

(٢) سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، ١٨-٢٠ من المحرم ١٤٣٣هـ.

(الإعلام الجديد) لما يعتره من تغيير مستمر لطبيعته المرتبطة بتقنيات المعلومات والاتصالات، وكذلك يصعب التنبؤ بما قد يحدث بعد ثوان قليلة، وهناك مفاتيح تنظم السمات المميزة للإعلام الجديد حددها تيري فلو Terry Flew<sup>(١)</sup> في 20 مفتاحاً، ونتناول هنا ما يتصل بموضوع الورقة:

- **الذكاء الجماعي Collective Intelligence**: استخدم هذا المصطلح لأول مرة عام ١٩٩٧ بواسطة ليفي Levy للإشارة إلى قدرة شبكة الاتصالات على تعزيز الاتصال أضعافاً مضاعفة بالمشاركة الجماعية للمعرفة الاجتماعية، من خلال توسيع الوقت، ومدى التفاعل بين البشر، وتمكين شبكات الاتصالات التي يمكن أن تولد معرفة جديدة.

- **التقارب convergence**: يشير إلى الترابط بين الحوسبة وتقنية المعلومات، وشبكات الاتصالات، ومحتوى الوسائط التي حدثت مع تطور وشعبية الإنترنت.

- **الصناعات الإبداعية Creative Industries**: بدأت جذورها في التمدد بالمبادرة السياسية لحكومة توني بلير في بريطانيا، للربط بين الفنون والإعلام وقطاعات تقنية المعلومات والاتصالات بشكل أكثر وضوحاً في استراتيجيات النمو الاقتصادي.

- **الفضاء السيبراني Cyberspace**: أصبح الفضاء مصطلحاً مجازياً يُستخدم لوصف الإحساس بوضع اجتماعي موجود فقط افتراضياً في الفضاء المرتبط بتقنية المعلومات والاتصالات، ووصف تدفق المعلومات من خلال شبكة الإنترنت.

(1) Terry Flew, (2008) New Media an introduction, 3rd edition, pp21-37.



- اقتصاد المعرفة **Knowledge Economy**: يشير إلى الدور متزايد الأهمية الذي تلعبه المعلومات والتقنية والتعلم، في خلق الثروة والقدرة التنافسية.
- التشابكية **Networks**: محورية الشبكات والربط الشبكي لاحتياجات وسائل الإعلام الجديدة يفهم على ثلاثة مستويات: شبكة الإنترنت باعتبارها شبكة تقنية هي في حد ذاتها أو الشبكة العالمية للشبكات، ثم تأتي أهمية الشبكات الاجتماعية في فهم وتحليل الشبكات الاجتماعية، والتأكيد على الطبيعة المترابطة والعلاقات والروابط بين الناس والمؤسسات، وأهميتها في إدارة تدفقات الموارد، وتوفير الفرص وعرض المعوقات، والحفاظ على أشكال دائمة من البنية التحتية الاجتماعية، ثم الشبكات الاجتماعية والتقنية بالشكل الاجتماعي الجديد لمجتمعاتنا.
- التشاركية **Participation**: يستخدم هذا المفهوم في ثلاثة اتجاهات:  
 الأول: في سياق الفجوة الرقمية، فإنه يشير إلى عدم المساواة في الوصول إلى وسائل الإعلام الجديدة، وإتاحة الفرصة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمشاركة كمستخدم، عامل، مواطن، أو المستهلك، وعلى الصعيد العالمي فإنه يشير إلى الصعوبات التي تواجهها البلدان النامية في مشاركتهم عملية صنع القرار فيما يتعلق بتطوير تقنية المعلومات والاتصالات.  
 الثاني: يحدد الخصائص المميزة لوسائل الإعلام الجديد التي تجعل منه أكثر انفتاحاً وتفاعلاً من وسائل الاتصال التقليدي.
- الثالث: مرتبط بالثاني، ويهتم بما إذا كانت الثقافة التشاركية التي يتم الترويج لها من قبل وسائل الإعلام الجديد؛ تتصل بعمليات واسعة من الديمقراطية في الوصول إلى الوسائط واستخدام سياق صعود الصناعات الإبداعية أم لا.

- **الإبداعات التي يقودها المستخدم- user-generated content/ led innovation**: بشكل عام، كل محتوى الإنترنت ينتجه المستخدمون، باعتباره وسيلة تعزز التفاعلية والاتصال بين متعدد.

يجري التنظير بين الباحثين في العلوم الإنسانية ونظرائهم المهتمين بعلوم الاتصال والمعلومات؛ لبلورة مفهوم واضح لمصطلح الإعلام الجديد، مما خلق تعريفات متباينة لمفهوم الإعلام الجديد، ولكن يتفق معظمها في أنه يقوم على استخدام الكمبيوتر وتقنيات الاتصال عن بُعد، في إنتاج المعلومات والمواد الترفيهية Entertainment وتخزينها وتوزيعها، أي وسيلة توفير مصادر الحصول على المعلومات بشكل مُيسر مع إضافة خاصية التفاعلية<sup>(١)</sup>.

يرى بعض الباحثين أن الإعلام الجديد يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات في الوقت الذي يريد وبالكيفية التي يريد، عبر أجهزة الكترونية مزوّدة بالتطبيقات والبرمجيات القادرة على فك الرموز، وتتيح أكبر قدر من التفاعلية والتشاركية في صناعة الرسالة<sup>(٢)</sup>، ويمتاز الإعلام الجديد بإمكانية عرض المعلومات في شكل مزيج من النص، الصورة، الفيديو، والرسوم المتحركة؛ أو ما يُعرف بالإعلام متعدد الوسائط Multimedia، ما يعطي المعلومة قوة وتأثيراً أكبر<sup>(٣)</sup>.

(١) سميرة شيخاني، مرجع سابق ص ٤٤٣.

(2) Bailey Socha & Barbara Eber-Schmid, Defining New Media Isn't easy, <http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html> (7/6/2015)

(٣) سميرة شيخاني، مرجع سابق ص ٤٤٣.

وتُعرّف الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)<sup>(١)</sup> الإعلام الجديد بأنه: مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته، وللإعلام الجديد مترادفات عدة منها: (الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، صحافة المواطن، مواقع التواصل الاجتماعي)، وبالتالي له أدوات ضرورية من خلالها يتم الولوج إلى عالمه؛ مثل: (توفر الجهاز الإلكتروني، توفر الإنترنت، الاشتراك أو الانضمام لإحدى مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، والمدونات، وغيرها من المواقع الاجتماعية الإلكترونية النشطة والتي تشكل ثقباً في العالم الافتراضي).

تشارك هذه التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام الجديد وفقاً لخصائصه وسماته باختلافات طفيفة في استخدام المفردات، ربما يرجع لاختلاف الترجمة والنقل عن اللغات الأجنبية، ويمثل الإعلام الجديد المرحلة الأكثر تطوراً على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائدٌ إلى استغلال التطور التقني ليس إلا، إلى جانب قدرته على ردم الفجوة المعلوماتية من خلال إتاحة المعلومة والرأي على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى<sup>(٢)</sup>.

ويُعرّفه ماكويل McQuail بأنه: اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة، أهم ما

(1) [http://ar.wikipedia.org/wiki/الإعلام\\_الجديد](http://ar.wikipedia.org/wiki/الإعلام_الجديد) - 7/6/2015

(٢) مها فالح ساق، ماهية الإعلام الجديد (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة) - الجامعة الإسلامية - غزة.

يُميزها: اعتمادها على التقنية الرقمية digitization والتي يتم عن طريقها تحويل جميع النصوص والمضامين الإعلامية إلى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسب الآلية، ويؤدي ذلك إلى الاندماج convergence بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة، ولذلك يطلق عليه أيضاً اسم: (الإعلام الرقمي digital media)<sup>(١)</sup>.

وللخروج بتعريف شامل للإعلام الجديد نقول: إنه اندماج وتفاعل الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة في صناعة ونقل الرسائل الإعلامية وتبادل وتشارك المحتوى، ويتسم بقابلية التحويل (convertibility)، والتنوع (variety)، والتكامل (integration)، ويقوم على مركزية الاتصال وانتفاء وحدة المكان والزمان (Globalization)، وتتيح للمستخدم التحكم في استقبال الرسالة.

### وسائل الإعلام الجديد:

أفرز اندماج تقنيات الاتصال بالإعلام وعناصره؛ تنوعاً في الوسائل والأشكال التي تمثل في مجملها بيئة الإعلام الجديد، والتي أشارت إليها نسرین حسونة<sup>(٢)</sup> بالآتي:

(١) خالد بن عبد الله الحلوة - الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام: بحث في الإطار النظري؛ مقدم للمتدري السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال «الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية» جامعة الملك سعود - الرياض ٢٣ - ٢٤ من جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ، الموافق ١٥ - ١٦ من أبريل ٢٠١٢ م.

(٢) نسرین حسونة، الإعلام الجديد.. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة:

١- مواقع التواصل الاجتماعي **Social Media**: هي مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر<sup>(١)</sup>.

٢- المدونات **Blogs**: هي صفحة ويب يستطيع من يستخدمها أن يقوم بتدوين ما يشاء أو في غيرها من الصفحات خلال موضوعات مؤرخة ومصاغة في قالب شبيه باليوميات<sup>(٢)</sup>.

٣- الويكي **Wiki**: هو نوع من المواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع، تعني كلمة ويكي (/wiki/) بلغة هاواي: «بالغ السرعة»، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع<sup>(٣)</sup>.

٤- البودكاست **Podcast**: هو ملف وسائط متعددة أو مجموعة من هذه الملفات، يتم نشره عبر الإنترنت باستعمال تطبيقات المزامنة المختلفة وتشغيله على مشغلات الوسائط المتعددة المحمولة أو على الحاسب الشخصي، والكلمة عبارة عن دمج بين كلمتي (iPod) : مشغل الوسائط

(1) <http://www.kse.org.kw/Al-Mohandesoon/issue/113/article/365>.

(٢) فريد صالح فياض، الإنترنت وصحافة المدونات الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي - كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد ١٨، ٢٠١٢، ص ١١٩.

(3) <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%8A%D9%83%D9%8A>

- المتعددة المشهور من شركة أبل، و (Broadcast) ، أو البث<sup>(١)</sup> .
- ٥- **المنتديات Forums**: هي جزء من موقع متكامل أو المحتوى الوحيد للموقع، والمنتديات الحديثة تطوير للـ (يوزنت) التي ظهرت في الثمانينيات من القرن العشرين، وهي اجتماع افتراضي في مكان واحد بخلاف دردشة الإنترنت التي هي تواصل افتراضي في مكان وزمان واحد، باعتبار المكان هو الصفحة.
- ٦- **مجتمعات المحتوى Content communities**: تنظيم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، ومجتمعات المحتوى الأكثر شعبية؛ تميل إلى مشاركة المحتويات مثل الصور في موقع فليكر، وصلات مرجعية والفيديو ويوتيوب<sup>(٢)</sup> .
- ٧- **مواقع التدوين المصغر Micro-blogging sites**: يعتبر من الفنون الجديدة، وهو مشتق من التدوين، ولكنه لا يسمح بالعدد اللامحدود من المدخلات، وخلافاً للتدوين الطبيعي؛ يقتصر التدوين في هذا النوع المصغر على إرسال رسائل أو تحديثات بحد أقصى ١٤٠ حرفاً فقط للرسالة الواحدة، ويمكن أن نقول إن التدوين المصغر: تحديثات كتابية تصف الأحداث التي تعاصرها يومياً علي مدار الساعة<sup>(٣)</sup> .

(1) <http://iphoneislam.com/2010/05/podcast>

(2) <http://www.igi-global.com/dictionary/content-communities/39266>

(3) [http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A\\_%D9%86\\_%D9%85%D8%B5%D8%BA%D8%B1](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A_%D9%86_%D9%85%D8%B5%D8%BA%D8%B1)

## وظائف الإعلام الجديد:

لا تختلف وظائفه عن وظائف الإعلام التقليدي الأربعة عشر التي حددها ولبر شرام ولاسويل؛ إلا في حدود ضيقة، بل يضيف بعضُ الباحثين إلى ذلك بعضَ الوظائف التي تتفق وطبيعة الوسائل الحديثة للإعلام، مثل:

- تجاوز العزلة، وهي وصف لحالة الانقطاع عن الواقع والانغماس في عالم افتراضي يعايشها المستخدم.
- سهولة الاتصال، بما وفّره بنية الإعلام الجديد من أعداد ضخمة من المواقع الإلكترونية التي تتيح المعلومة ونشرها لحظة حدوثها.
- حشد الرأي العام، إذ يمكن لوسائل الإعلام الجديد أن تسهم في تكوين رأي عام نحو القضايا في وقت معين، وتعمل بمعزل عن الأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات، فتوفر قدراً كبيراً من تنمية المشاركة.
- وظيفة الدعاية **propaganda**، يُسهم غيابُ المصادر في فقدان هذه الوسائل المصدقية، مما يؤطر للهيمنة الثقافية.
- وظيفة التعليم، تبرز من خلال انتشار مفاهيم وتطبيقات التعليم عن بُعد، والفصول الافتراضية والتعليم الافتراضي، ويظهر هذا واضحاً في الصفحات والتطبيقات التي تقوم بنشر الدروس الدينية والرسائل التذكيرية لأداء العبادات.
- وظيفة التسويق، عالمية الانتشار وانتفاء ظاهرة الحدود الجغرافية بين الدول؛ ساعد على حرية تبادل الأفكار والترويج للمنتجات والثقافات العالمية، وكذلك أدى إلى توسيع آفاق المتلقي ودفعت به إلى ابتكار نماذج غير مألوفة في محيطه ومجتمعه.

## مفهوم الإبداع (The concept of creativity)

الإبداع في أبسط صورته: رؤية الفرد لظاهرة ما بطريقة جديدة، والإحساس بوجود مشكلة تستدعي التدخل لمعالجتها بطريقة غير مألوفة، أو مبادرة يُبديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير واتباع نمط جديد من التفكير، ويشير المصطلح أيضاً إلى الشكل الأكثر رُقياً وتعقيداً بين أشكال النشاط الإنساني الذي يتمثل نتاجه في الكشف عن حقائق لم تكن معروفة من قبل، عليه يمكن القول إن الإبداع يتطلب القدرة على الإحساس بوجود مشكلة تتطلب المعالجة، ومن ثم القدرة على التفكير بشكل مختلف ومبدع وإيجاد الحل المناسب.

الإبداع مقابل للفظ الانجليزي *creativity*، ويعني الإتقان والإجادة، وإتيان البديع الذي لا نظير له، والشيء الذي يكون أولاً، وابتدعه: اخترعه على غير مثال، ولذلك سمي المبتدع في الدين «مبتدعاً» لإحداثه فيه ما لم يسبقه إليه غيره، وقد ورد المصطلح في القرآن الكريم على وزن فاعيل في قوله تعالى: ﴿بَدِيعُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَإِذَا قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ﴾ [البقرة: ١١٧]، وقوله تعالى: ﴿بَدِيعُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ أَنَّىٰ يَكُونُ لَهُ وَلَدٌ وَلَمْ تَكُنْ لَهُ صَاحِبَةٌ وَخَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ [الأنعام: ١٠١]، فالله بَدِيعُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ أَيُّ (مُبْدِعُهُمَا) (١).

وقد عرّف سوارت وبارسكس **Swart & Parsks** الإبداع بأنه: القدرة على توليد الأفكار وتوظيف الإمكانيات والخيال لتكوين أفكار أو أشياء جديدة

(١) محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح (تحقيق محمود خاطر) - مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، ١٩٩٥، ص ١٨.



غير مألوفة في السابق، وتعتمد على قدرة الأفراد وعلى الخبرة السابقة التي تشكل القاعدة؛ والقدرة على تمحيص الأفكار وإعادة صياغتها بحيث تصبح خلاقة وأصيلة<sup>(١)</sup>.

وبيّن ويلسون **Wilson** عملية الإبداع من خلال ثلاث مراحل هي: إدراك التغيير، وتبني التغيير وتطبيقه، والوعي بالتغيير المطلوب، ويكون نتيجة تطبيق معارف فنية أو تقنية معترف بها، ترتبط بالإنتاج وتحسين الإنتاجية، وتعتبر عاملاً أساساً في المنافسة.

### مستويات الإبداع:

يقسم الباحثون الإبداع وفقاً لاختلاف الناس في آلية التفكير وخطواته، وتمييز بعضهم في بعض مراحلهم دون الأخرى، فمن أوائل الذين أفردوا تصنيفاً للقدرات المهمة التي تتوزع بين جمع كبير من البشر: تايلور (Taylor، 1978، 1988) الذي خرج بكتابه مهارات التفكير (Thinking Talents)، وهنا أبرز أنماط الإبداع<sup>(٢)</sup>:

- الإبداع التعبيري **Expressive Creativity**: ويشير إلى النابغين، ويعني اتصاف الفرد المبدع بصفة التلقائية والحرية أو المستوى المستقل، وغالباً ما يكون في مجال الأدب والفن والثقافة.
- الإبداع الإنتاجي **creativity**: ناتج لنمو المستوى التعبيري والمهارات، فيؤدي إلى إنتاج أعمالٍ كاملة بأساليب متطورة غير مكررة، ولا ينبغي أن

(١) دين كيث سايمتن. ترجمة: د. شاكر عبد الحميد، العبقريّة والإبداع والقيادة، الكويت: عالم المعرفة، ١٩٩٣ م.

(٢) محمد أكرم العدلوني <http://islamsselect.net/mat/83833>

يكون الإنتاج مستوحىً من عمل الآخرين، وغالباً ما يكون هذا المستوى أو النوع من الإبداع في مجال تقديم منتجاتٍ كاملة على مختلف أنواعها وأشكالها.

- الإبداع الاختراعي **Inventive Creativity**: ويتطلب مرونةً في إدراك علاقات جديدة غير مألوفة بين أجزاء منفصلة موجودة من قبل، ومحاولة ربط أكثر من مجال للعلم، أو دمج معلومات قد تبدو غير مرتبطة، حتى يمكن الحصول على شيءٍ جديد عن طريق هذا الدمج، وهذه العملية الذهنية تسمى: التركيب **Synthesis** كما في اختراع آلة أو أساليب تشغيلية جديدة، ومحاولة المدير ربط فكره الإداري مع الفكر الرياضي لتقديم نموذج رياضي معيّن يستخدم لرقابة الإنتاج أو تحسينه في أحد الأقسام.

- الإبداع الابتكاري **Innovation Creativity**: ويتطلب هذا المستوى من الإبداع: قدرةً قوية على التصوّر التجريدي للأشياء، مما ييسر للمبدع تحسينها وتعديلها، ويقوم المبدع عند هذا المستوى بتقديم اختراعٍ جديد يتمثل في منتجٍ جديد أو نظرية جديدة، ويلاحظ أن معظم الاختراعات الجديدة الكبيرة تمثل اختلافاً جذرياً عن الأفكار والنظريات السائدة عند تقديم مثل هذه الاختراعات.

- الإبداع الانبثاقى **Emergence Creativity**: هو أرفعُ صور الإبداع، ويتضمن تصور مبدأً جديدٍ في أكثر المستويات وأعلاها تجريداً، مثل إيجاد وإبداع آفاقٍ جديدة لم يسبق المبدع إليها أحدٌ.

بروز المبادرات الإبداعية في الإعلام الجديد، مرتبط بصورة كبيرة بنمو الإنتاج الثقافي والفكري، إضافة للأهمية المتزايدة للمعرفة مع التطور في آليات

الإبداع والتطبيقات الابتكارية في جميع جوانب الإنتاج والاستهلاك، ما زاد من أهمية قطاع الخدمات والربط بينه وبين القائم على المعرفة والاقتصاديات على الإنترنت، والاهتمام بالمكان كمرشد للإبداع والابتكار الذي قاد إلى نشوء صناعات إبداعية كجزء من نطاق تقنية المعلومات والاتصالات، والذي سمح بزيادة مرونة الإنتاج على دفعات صغيرة بدلاً عن إدارة الإنتاج طويل الأمد.

### مفهوم الإبداع في الإعلام الجديد:

يرتكز مفهومه على تحويل واستيعاب الثقافة وطبيعتها ودورها وأهميتها، وقد شكل المصطلح تاريخياً؛ الكثير من الالتباس بين الثقافة بوصفها علم يقوم على الجماليات، وبين الثقافة كممارسة حياتية يومية.

بتطور الخصائص والوظائف المصاحبة لثورة الاتصالات والمعلومات؛ اقترح بعض الباحثين طريقة جديدة لفهم واستيعاب الإبداع في الإعلام الجديد، تتكون من أربعة نماذج هي<sup>(١)</sup>:

- نموذج الرفاهية الذي يقوم على ابتكار أشكال تدفع إلى زيادة معدلات الاستهلاك مقابل الإنتاج.
- النموذج التنافسي، حيث يتحول الإبداع إلى صناعة مثل غيرها من الصناعات تؤثر في طبيعة الأشياء.
- نموذج النمو، إذ يعاني الإبداع من ارتفاع معدل نمو الاقتصاديات وفقاً لنمو تقنيات الاتصال والمعلومات.
- نموذج اقتصاد المعرفة، ويشار إليه بالاقتصاد الجديد.

(1) Bailey Socha & Barbara Eber-Schmid Op.cit, p 174.

## نماذج إبداعية في الإعلام الجديد:

ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت حتى بداية شهر يونيو<sup>(١)</sup> ٢٠١٥؛ إلى أكثر من ٣,٠٧٩ مليار مستخدم، ما يعادل ٤٢,٤٪ من إجمالي سكان العالم، وبالتالي ارتفع حجم المتصلين بتطبيقات الإعلام الجديد؛ سيما من فئة الشباب، وقد ساعد في تحقيق ذلك النسبة الكبيرة من المبيعات التي يشهدها سوق الهاتف الذكي التي فاقت ٥,٣٣٦ مليون جهاز حتى الربع الأول من العام (٢٠١٥)<sup>(٢)</sup>.

---

(1) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

(2) <https://www.idc.com/>

## جدول رقم (١)

## (١) يوضح عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم

World Regions	Population 2015 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2015	Users % of Table
<u>Africa</u>	<b>1,158,353,014</b>	<b>4,514,400</b>	318,633,889	<b>27.5 %</b>	<b>6,958.2 %</b>	<b>10.3 %</b>
<u>Asia</u>	<b>4,032,654,624</b>	<b>114,304,000</b>	1,405,121,036	<b>34.8 %</b>	<b>1,129.3 %</b>	<b>45.6 %</b>
<u>Europe</u>	<b>827,566,464</b>	<b>105,096,093</b>	582,441,059	<b>70.4 %</b>	<b>454.2 %</b>	<b>18.9 %</b>
<u>Middle East</u>	<b>236,137,235</b>	<b>3,284,800</b>	113,609,510	<b>48.1 %</b>	<b>3,358.6 %</b>	<b>3.7 %</b>
<u>North America</u>	<b>357,172,209</b>	<b>108,096,800</b>	310,322,257	<b>86.9 %</b>	<b>187.1 %</b>	<b>10.1 %</b>
<u>Latin America / Caribbean</u>	<b>615,583,127</b>	<b>18,068,919</b>	322,422,164	<b>52.4 %</b>	<b>1,684.4 %</b>	<b>10.5 %</b>
<u>Oceania/ Australia</u>	<b>37,157,120</b>	<b>7,620,480</b>	26,789,942	<b>72.1 %</b>	<b>251.6 %</b>	<b>0.9 %</b>
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>7,264,623,793</b>	<b>360,985,492</b>	<b>3,079,339,857</b>	<b>42.4 %</b>	<b>753.0 %</b>	<b>100.0 %</b>

للحصول على بيانات دقيقة حول حجم إبداعات الشباب في الإعلام الجديد، قام الباحث بتصميم استمارة تحليل مضمون تم تفرغها في (٥) جداول، واستعان بمحركات البحث الخاصة بالمواقع المستهدفة (يوتيوب، فيسبوك، تويتر)، وبحث بحثاً إضافياً بالاتصال بمحرك البحث قوقل، وذلك بعد تحديد كلمات مفتاحية تحدد صفات البيئة المراد دراستها، وهي بيئة المجتمع المسلم الذي يهتم بمكارم الأخلاق ونشر الفضيلة وإغاثة الملهوف، إلى جانب اهتمامه بأمر الدعوة ونشر تعاليم الإسلام السمحة، ولذلك كانت

(1) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

الكلمات المفتاحية هي: (دعوة، مبادرة، تطوع)، وقد كانت الحصيلة كما في الجدول رقم (٢):

### جدول رقم (٢)

#### حجم الإبداع في الإعلام الجديد

الكلمة المفتاحية	يوتيوب/ قناة	فيسبوك/ مجموعة تفاعلية	تويتر/ حساب
دعوة	١٢٩٠٠	٢٩٣	١٠٧
مبادرة	٣٧٢٠	١٠٤	٧٢
تطوع	٤١٤	١٦٤	١٠٥

الوجود الكبير للشباب في فضاءات الإعلام الجديد؛ دليل على حسن الاستخدام وتوظيف الجانب الإيجابي لهذه الأجهزة Devices والتطبيقات Applications، وباستعراض بعض النماذج الممثلة للفئات الثلاثة (دعوة- مبادرة، وتطوع)، يتبين حجم المحتوى المنشور وما حققه من تغيير في فئات الشباب وتعديل سلوكهم إلى مواطنين صالحين وقادرين على تحسين مجتمعاتهم.

## جدول رقم (٣)

## توزيع مضمون القنوات والصفحات في كل المواقع المرصودة

النسبة المئوية %	التكرارات			المضمون
	فيسبوك	يوتيوب	تويتر	
٧,٠٥%	١٥٩٠	٣٧٥٠	٣٢٥٨	فيديو
٥٨,٣١%	١٨٣٦٩	-	٥٢٧٧٠	نصوص (تدوينات)
٠,٣١%	-	-	٩٣٠	صوت*
٣٤,٣٣%	٢٥٨٩٦	-	١٥٩٨٧	صور
١٠٠%				

يبين الجدول رقم (٣) حجم التنوع في تصميم الرسالة الإعلامية الثرية، التي تشمل الفيديو، الرسوم المتحركة، والصوت وهو ما يطلق عليه <sup>(١)</sup>Vlog.

(\*) رفع الملفات الصوتية يتم عبر برنامج The Qube أو كويتر، وأفضل موقع يقدم هذه الخدمة هو موقع Q-Audio، حيث يتم رفع ملف صوتي ثم نسخ روابط لمشاركة المقطع الصوتي ويمكن تشغيل المقطع مباشرة عبر برنامجي The Qube وكويتر دون فتح صفحة.

(1) Helen Sissons (2006), Practical Journalism, sage publication, London pp146.

### جدول رقم (٤) يبين حجم المشاهدين

النسبة المئوية %	التكرارات	المشاهدات (المتوسط)
٢٦,٧٩ %	٦٩٦٣٧٥	تويتر
٣٤,٤٢ %	٨٩٤٨٣٠	يوتيوب
٣٨,٧٩ %	١٠٠٨٢٤٢	فيسبوك

يشير الجدول رقم (٤) إلى مدى الاهتمام في تصفح ومشاهدة الرسائل الإعلامية، وربما يشاهدها شخص واحد لأكثر من مرة وذلك يؤدي إلى ترسيخ الرسالة والمضمون وانتشاره.

### جدول رقم (٥) التصنيف حسب أهداف المضمون

النسبة المئوية %	التكرارات			المضمون
	فيسبوك	يوتيوب	تويتر	
٧,٤٨ %	٦٠	١٦٤	٧٢	ريادة الأعمال
٨,٣٧ %	١٨٦	٢٥	١٢٠	التعليم
٨٢,٦٣ %	٨	٣٢٥٠	١١	تغيير السلوك
١,٥٢ %	٦	٢٩	٢٥	تنمية المجتمع
١٠٠ %				



تنوعت الأهداف من قيام المبادرات، ولكنها تجتمع في إعادة تغيير السلوك وتحقيق وظيفة التعليم والتعلم عن بُعد.

### جدول رقم (٦)

#### يبين عدد المشتركين في تحديثات المواقع المرصودة

عدد المشتركين (المتوسط)	التكرارات	النسبة المئوية %
تويتر	١٢٥٣٠٢	٧٩,٠٢%
يوتيوب	١٤٩٥٧	٩,٤٣%
فيسبوك	١٨٣٠٢	١١,٥٤%

مِيزة تويتر: قلة الحروف المكوّنة للرسائل؛ مما جعل المستخدمين يشتركون في خدمة الإحاطة بالتحديثات.

#### نماذج من المنصات الثلاثة:

يوتيوب YouTube، فيسبوك Facebook، وتويتر twitter وقع الاختيار على النماذج التالية:

١- قناة الدعوة في غينيا<sup>(١)</sup>: وهي قناة إسلامية تربوية أنشئت في ٢ من أكتوبر ٢٠١١، تهدف إلى دعوة الشباب إلى مكارم الأخلاق الإسلامية، تحتوي القناة على ٩٥ مقطع فيديو، ويشترك في الحصول على التحديثات: ٣٢٧ مشتركاً، كما أن ٨٥٥٦٦ من مستخدمي الإنترنت قد شاهدوا محتويات القناة.

(1) [https://www.youtube.com/channel/UCbBOmhMsxXWYqPihR\\_E9yAA](https://www.youtube.com/channel/UCbBOmhMsxXWYqPihR_E9yAA)

- ٢- الدعوة إلى الله<sup>(١)</sup>: هي قناة أنشئت في ١٢ من مايو ٢٠١٢، تحتوي على أكثر من ٣٢٤ مقطع فيديو، توجه القناة خدماتها باللغتين العربية والإنجليزية، ويشاهدها أكثر من ٣٠٢٤٦ مستخدم.
- ٣- الفوائد والنوادر<sup>(٢)</sup>: قناة قام بتأسيسها شخص واحد في ٣ من ديسمبر ٢٠١٢، وكتب في التعريف بها: شخص عادي؛ هدي في إسعاد كل من أعرف، ورضا الله والجنة، في القناة ٧٧ مقطع فيديو ديني، ويشترك في تحديثاتها ٦٣٩٤، ومشاهدها أكثر من ٥٦١٣٠٩ مستخدم.
- ٤- خير السعودية<sup>(٣)</sup>: مبادرة تكافلية أوجدت في ١٠ من مارس ٢٠١٢، يهدف مؤسسوها إلى الشعور بالآخر والإخبار أن هنالك فقيراً ينتظر العطف والشفقة، وتؤسس للسعي بالخير بين الأقارب وبناء عناصر فعالة في المجتمع تنهض بالفكر الخيري الراقى، تحتوي على ١٢ فيديو، ويشاهدها ١٢٣٧ مستخدماً.
- ٥- لأمّتنا نحيا التطوعي<sup>(٤)</sup>: فريق تطوعي موجود على اليوتيوب منذ ٦ من يناير ٢٠١٣، يسعى إلى اكتشاف طاقات الشباب وتفعيلها في خدمة المجتمع وبناء شباب قدوة قادر على تحمل المسؤولية، وتحتوي القناة على ٥٣ مقطع فيديو، وتحظى باشتراك ٢٥٢، ومشاهدة ٢٥٦٩٠ مشاهد.

(1) <https://www.youtube.com/channel/UCSIcj0bH9Kv5NI6cwUxEjVg/about>

(2) <https://www.youtube.com/user/da3wam>

(3) <https://www.youtube.com/channel/UCGKzSc3PCxBg6HinxMlyvzQ>

(4) <https://www.youtube.com/user/4ongm>

٦- مبادرة شارع الحوادث<sup>(١)</sup>: تهدف لمساعدة المرضى والمحتاجين الذين لا يستطيعون دفع تكاليف العلاج الباهظة، وللتأخي والتوادد والتراحم، حيث إن المسلمين (كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى) كما قال نبينا ﷺ، هي مبادرة تُحث المجتمع على التكافل، فهنيئاً للذين ينفقون أموالهم في سبيل الله يبتغون بها وجه الله تعالى، (وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا؛ فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ)، وقد نالت الصفحة إعجاب ٣٦١٨ مشترك.

٧- يلا نبادر الطوعية<sup>(٢)</sup>: مبادرة نالت إعجاب ٣٦١٨، يقودها مجموعة من الشباب للارتقاء بالوعي الطوعي والقيمي بين الشباب، في مبادرات نموذجية للتخطيط والتنفيذ، مدعّمة بالتدريب العلمي، ومقدمة برسالة إعلامية متخصصة جادة، واتخذ هؤلاء الشباب «شركاء في المبادرة.. شركاء في الخير»؛ شعاراً لهم، وقد استطاعت هذه المبادرة تغيير اتجاهات الكثيرين وتغيير سلوكهم نحو الأفضل.

٨- فريق الإعلام التطوعي<sup>(٣)</sup>: مجموعة من الإعلاميين السعوديين أسسوا فريقاً إعلامياً تطوعياً بهدف تقديم خدمات إعلامية للجمعيات الخيرية والمجموعات التطوعية، بالصفحة أكثر من ٢٠٥٤ تدوينة مصغرة Micro blogs، ويتابعها حوالي ٩٧٧٧ مشترك في تويتر.

(1) [https://www.facebook.com/hwadth999/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/hwadth999/info?tab=page_info)

(2) <https://www.facebook.com/yallanbadir/timeline>

(3) [https://twitter.com/mvt\\_ksa](https://twitter.com/mvt_ksa)

- ٩- وُضِلَ التطوع<sup>(١)</sup>: فريق يعمل كحلقة وصل بين المجموعات التطوعية والمتطوعين، يسعى للتعاون مع كافة الجهات الخيرية والتطوعية في نشر الأعمال التطوعية، وتوجيه المتطوعين، ومساعدة الفرق، بالصفحة أكثر من ٢٧٩٨ تدوينة، ومتابعون فاقوا ٦, ١٢ مليون مشترك.
- ١٠- مبادرة أنت مسؤول: مبادرة عربية تطوعية هدفها وطننا العربي الأفضل، بالصفحة أكثر من ٨٨٩ تدوينة، ويتابعها حوالي ١, ٨٤٤ مليون مستخدم.
- ١١- مبادرة المغرد الصغير: مبادرة طلابية بمدرسة كعب بن زيد بسلطنة عُمان، تهدف إلى تعريف بالاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، ونشر كل ما هو مفيد ونافع، تحتوي على ٣٧٦ تدوينة ويتابعها ١١٠ مشترك.
- ١٢- مبادرة علمني: منصة افتراضية لنشر العلم باللغة العربية مجاناً عبر الإنترنت، وتشجيع التعلم الذاتي عن طريق استخدام طرق شرح غير تقليدية لتبسيط المحتوى العلمي باستخدام مقاطع الفيديو بأبسط الطرق للوصول إلى الطالب، وتحتوي المبادرة ١٢٧ فيلم فيديو، ويشارك في تحديثاتها ٥٧٠٨ مشترك، وتحظى بمشاهدة ٣٠٦٣٩١ مشاهد.
- ١٣- قناة اعرف:<sup>(٢)</sup> مشروع ثقافي يسعى لإثراء المحتوى العربي على الإنترنت بمعلومات مفيدة ونشر الثقافة بأسلوب جديد، ويرحب بكل فكرة لتطويره وكل نقد بناء، تحتوي القناة على ٨ مقاطع فيديو، ويشارك في تلقي التحديثات ٢٣٤٢٢ مشتركاً، بينما شاهد المحتوى أكثر من ١٩٨٢٩.

(1) [https://twitter.com/wasll\\_t](https://twitter.com/wasll_t)

(2) <https://www.youtube.com/channel/UCKk-thCHLXocqIshJCNvuhA/featured>

## المناقشة والنتائج:

- اتضح من خلال الاطلاع على المحتوى الذي يتم تداوله عبر الصفحات والقنوات والحسابات الإلكترونية لهذه المبادرات الابتكارية، أن أغلب هذه المبادرات ركزت على تغيير السلوك البشري بنسبة ٦٣ ، ٨٢٪، باستهدافها تنمية ريادة الأعمال التي ظهرت بنسبة ٤٨ ، ٧٪، وإنشاء منصات تعليم إلكتروني بنسبة ٣٧ ، ٨٪، يتم من خلالها إدارة حوار تفاعلي يشارك فيه الطرفان (المرسل والمتلقي)، إضافة إلى استخدام تطبيقات الوسائط المتعددة في إنتاج المحتوى وبثه.
- حظيت المبادرات الخيرية والمجتمعية بوجود كثيف، مما يدل على انتقال الموروث الإسلامي وسمات المجتمع القائم على التكافل وسماحة الأخلاق.
- غالبية المبادرات توظف مقاطع الفيديو باحترافية عالية الدقة بنسبة وجود ٥ ، ٧٪ في الشكل والمضمون، لتأثير اندماج الصورة والصوت في نفوس المتلقين، وهي نسبة قليلة مقارنة بحجم الاستخدام العالمي.
- الموضوعات التي عالجتها هذه المبادرات؛ تنوعت بين العمل الطوعي والتعليمي وريادة الأعمال بنسب متقاربة بلغت في مجملها ٣٧ ، ١٧٪، ولكنها جميعاً اتفقت على إحداث تغيير في سلوك الشباب للقيام بدور إيجابي تجاه مجتمعاتهم والأمة الإسلامية.
- لم تُظهر الدراسة وجود فوراق جوهرية في أعداد المشاهدين والإعجاب بالصفحات والقنوات، حيث شكّل يوتيوب نسبة ٤٢ ، ٣٤٪ من متوسط المشاهدين، وبلغ حجم الإعجاب على صفحات فيسبوك ٧٩ ، ٣٨٪،

والمتابعون لحسابات تويتر بنسبة ٧٩, ٢٦٪، بينما متابعو التحديثات في تويتر بنسبة ٧٩, ٠٢٪، ويوتيوب بنسبة ٤٣, ٩٪، وفيسبوك بنسبة ١١, ٥٤٪.

- تنوع المضمون: الصوت بنسبة ٣١, ٠٪، الصورة بنسبة ٣٣, ٣٤٪، والفيديو بنسبة ٧, ٠٥٪ وذلك ينبىء بالتوظيف الجيد لوسائل الإعلام الجديد، والاستغلال الأمثل للقضايا المجتمعية.
- يتضح من جودة المحتوى؛ إبداعاً في استغلال وسائل العرض، واستخدام جيد لوسائل الإظهار (الألوان، الخطوط، والأشكال.. إلخ).
- كذلك اتضح أن ٢٦, ٣٪ من هذه المبادرات؛ تشكل وجوداً دائماً في الوسائل الثلاثة، وأن ٤٤, ٧٪ يستغلون أكثر من وسيلة، و ٢٩٪ يستغلون وسيلة واحدة.

## مقترحات الورقة:

تقترح هذه الورقة لتحسين فرص التوظيف الأمثل لخصائص الإعلام الجديد؛ ما يلي:

- تشجيع مثل هذه المبادرات وتوفير الرعاية اللازمة بما يعينها في أداء دورها في تغيير المجتمعات وتحسين فرص العيش.
- تبني شركات الاتصالات طرَحَ عروض تشجيعية للشباب تتيح لهم امتلاك أحدث الأجهزة والبرمجيات وأجهزة الاتصال بالإنترنت.
- تنظيم مسابقات تُعَلِي من تنافس هذه المبادرات، تتبناها شركات القطاع الخاص في إطار المسؤولية الاجتماعية.
- إدراج مناهج متخصصة في المراحل التعليمية المختلفة، تشرح الفرص التي يوفرها الإعلام الجديد في إحداث التغيير.
- المبادرة إلى الشروع في إجراءات جديّة وجماعية لترسيخ أدوات التنظيم الذاتي للإعلام الجديد، وتعزيز مسؤوليته تجاه المجتمعات.
- رفع مستوى القدرات المهنية والتركيز على ما يهّم التغيير المجتمعي، وتقديم مبادرات ابتكارية في التوظيف والمحتوى.
- تعزيز دور الشباب في ترسيخ وتعميم ثقافة الابتكار والإبداع؛ باستغلال وسائل الإعلام الجديد في بناء نماذج غير مألوفة.
- تبني رابطة العالم الإسلامي إنشاءً مؤسسة بحثية متخصصة في قضايا الإعلام الجديد في العالم الإسلامي.

## المراجع والمصادر

## ١ - القرآن الكريم

- 2- Bailey Socha & Barbara Eber-Schmid, Defining New Media Isn't easy, <http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>
- 3- Helen Sissons (2006), Practical Journalism, sage publication, London
- 4- Terry Flew, (2008) New Media an introduction, 3rd edition, OUP Australia and New Zealand.

٥- بُشري جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٨، ٢٠١٢ م.

٦- خالد بن عبد الله الحلوة - الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام: بحث في الإطار النظري، مقدم للمتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال «الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية»، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٣ - ٢٤ من جمادى الأولى ١٤٣٣هـ الموافق ١٥ - ١٦ من أبريل ٢٠١٢ م.

٧- دين كيث سايمتن. ترجمة: د. شاكر عبد الحميد. العبقرية والإبداع والقيادة. الكويت: عالم المعرفة، ١٩٩٣ م.

٨- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع - التحديات والفرص - المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ١٨ - ٢٠ من المحرم ١٤٣٣هـ



- ٩- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات - مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٦ - العدد الأول و الثاني ٢٠١٠.
- ١٠- فريد صالح فياض، الانترنت وصحافة المدونات الالكترونية، مجلة الباحث الإعلامي - كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد ١٨ / ٢٠١٢.
- ١١- محمد أكرم العدلوني <http://islamselect.net/mat/83833>.
- ١٢- محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح (تحقيق محمود خاطر) - مكتبة لبنان، ناشرون، بيروت.
- ١٣- مها فالح ساق، ماهية الإعلام الجديد- (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة) - الجامعة الإسلامية - غزة،  
[http://mahasaqallah.blogspot.com/2013/10/blogpost\\_3286.html](http://mahasaqallah.blogspot.com/2013/10/blogpost_3286.html)
- ١٤- نسرين حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة:  
[http://www.alukah.net/authors/view/home/10031 /](http://www.alukah.net/authors/view/home/10031/)
- 15- <http://ar.wikipedia.org/wiki/7/6/2015> - الإعلام الجديد
- 16- [http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A%D9%86\\_%D9%85%D8%B5%D8%BA%D8%B1](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A%D9%86_%D9%85%D8%B5%D8%BA%D8%B1)
- 17- <http://iphoneislam.com/2010/05/podcast>
- 18- <http://www.igi-global.com/dictionary/content-communities/39266>

- 19- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- 20- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- 21- <http://www.kse.org.kw/Al-Mohandesoon/issue/113/article/365>
- 22- [https://twitter.com/mvt\\_ksa](https://twitter.com/mvt_ksa)
- 23- [https://twitter.com/wasll\\_t](https://twitter.com/wasll_t)
- 24- [https://www.facebook.com/hwadth999/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/hwadth999/info?tab=page_info)
- 25- <https://www.facebook.com/yallanbadir/timeline>
- 26- <https://www.idc.com/>
- 27- [https://www.youtube.com/channel/UCbBOMhMsxXWYqPihR\\_E9yAA](https://www.youtube.com/channel/UCbBOMhMsxXWYqPihR_E9yAA)
- 28- <https://www.youtube.com/channel/UCGKzSc3PCxBg6HinxMlyvzQ>
- 29- <https://www.youtube.com/channel/UCSIcj0bH9Kv5NI6cwUxEjVg/about>
- 30- <https://www.youtube.com/user/4ongm>
- 31- <https://www.youtube.com/user/da3wam>