

الدكتور فاضل محمد البدراني

# الإعلام الرقمي في عصر التدفق الأخباري



منتدى المعارف  
alMaaref Forum



الدكتور فاضل محمد البدراني

# الإعلام الرقمي في عصر التدفق الأخباري

منتدى المعارف

alMaaref Forum



---

## الفهرسة أثناء النشر - إعداد منتدى المعارف

البدراني، فاضل

الإعلام الرقمي في عصر التدفق الأخباري/ فاضل البدراني.

٢٥٠ ص.

ببليوغرافية: ص ٢٣٧ - ٢٥٠.

ISBN 978-614-428-127-7

١. وسائل الاتصال الجماهيري - التأثير الاجتماعي. ٢. التواصل الاجتماعي. ٣. الاتصالات الرقمية. أ. العنوان.

297

---

«الآراء التي يتضمنها هذا الكتاب لا تعبر  
بالضرورة عن وجهة نظر منتدى المعارف»

جميع حقوق الطبع والنشر  
محفوظة للمنتدى

الطبعة الأولى، بيروت، ٢٠١٧

---

## منتدى المعارف

بناية «طيارة» - شارع نجيب العرداتي - المنارة - رأس بيروت

ص.ب: ٧٤٩٤ - ١١٣ حمرا - بيروت ٢٠٣٠ ١١٠٣ - لبنان

بريد الكتروني: info@almaarefforum.com.lb

## الإهداء

لأصحاب الأقسام الحرة الشريفة ولطلبتي في كلية الإعلام

﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾ (سورة طه: ١١٤).

## المحتويات

المقدمة	٩
الفصل الأول: التربية الرقمية في تعزيز الدور الاتصالي ...ما هو الإعلام الرقمي (Digital Media)؟	١١
الفصل الثاني: التأثير السيكولوجي والاجتماعي لوسائل الاتصال علاقة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال	٦٥
الفصل الثالث: المحتوى الرقمي الإعلامي ومستقبل الخصوصية طبيعة التعامل مع المحتوى الإعلامي	٨١
الفصل الرابع: الإعلام الرقمي ومخاطره التقنية في حرب العقول تقنية الفوتوشوب في تزوير الصورة	١٢٥
الفصل الخامس: التربية الإعلامية وعلاقتها بالوظيفة التربوية العلاقة السببية بين الإعلام والتعليم	١٧١
الفصل السادس: التربية الرقمية في مواجهة الإشاعة والدعاية ماهية الإشاعة في مجتمع الامية الرقمية	١٩٣
المراجع	٢٣٧

## المقدمة

إن الاتصال الرقمي في عصر تكنولوجيا المعلومات أضحي حكماً عملياً وفكرياً يعطينا مقياساً دقيقاً عن مديات المسافة والهوة الحاصلة بين الأمم المتقدمة والنامية منذ زمن طويل، وأخذت تتعاظم تدريجياً مع حركة عقارب الساعة حتى وصلت إلى أبعد مدياتها في العصر الحالي، وبديهاً، أن العالم المتقدم هو من أوصلنا جميعاً إلى التعامل الرقمي وأسس لبرامجه وتطبيقاته، وتعامل بها، قبل أن يعرف عنها العالم النامي شيئاً، سوى بعض الباحثين والدارسين على أيدي كبار علماء التكنولوجيا في الغرب الذين كان من بينهم عدد كبير من جنسيات بلدان نامية، ومنهم عرب هاجروا منذ زمن بعيد وتطوحت عقولهم للعمل في كنف التكنولوجيا ووسائط التعامل معها فكانوا مساهمين في تفجير الثورة المعلوماتية.

إن عصر الإعلام الرقمي (Digital Media) الذي اعتبرت فيه المعلومات كنوزاً ثمينة جرت متابعتها في مختلف الفضاءات الدولية، إنما هو انعكاس فعلي لفلسفة التعريف الأكاديمي الغربي للأخبار الذي يأتي من دمج أربعة حروف مأخوذة عن الاتجاهات الأربعة لتتشكل كلمة (NEWS)، إنما هو وخزة فكرية استفزت العالم (النامي) الخامل المتراخي بالعطاء الفكري الذي يعتمد النمطية. والأنكى من هذا، حولته إلى مستخدم ومتعاط سلمي للمعلومات، وحتى هذه اللحظة رغم مرور سنين على ظهوره وتناميه شيئاً فشيئاً، فلم تتبدل هذه المجتمعات نحو الأفضل بقدر ما أصبحت فريسة وضحية وضياع واندهاش بلا رؤية. ولقد شكل الإعلام الرقمي مرحلة مفصلية لنهاية مرحلة امتدت طويلاً تمثلت بمرحلة الإعلام التقليدي والورقي على وجه التحديد الذي يحتضر الآن ويعيش لحظة اندهاش وعجز مثل سبّاح يبحر في محيط هائج الموج وليس على شواطئه هادئة للاسترخاء والكسل الجسدي كما كان يعيش على مدى عقود طويلة.

وبرغم أن الكثير من الباحثين أبدوا تشاؤماً محبطاً لغياب العرب عن اللحاق بفضاء

العالم الرقمي، لكننا ننظر بخلاف رأيهم ونرى بأن العرب بدأوا أولى خطواتهم الجديدة وسيحجزون موقعا لهم ضمن القافلة الرقمية في المستقبل القريب والذي هو مرهون باعتماد النهج المؤسساتي، وأن ما سمي بـ "الثورات العربية" منذ ٢٠١٠ أثبتت أن العرب في واقع الكبوة والتراجع، لكنها بالمحصلة عدت تجربةً وامتحاناً عسيراً لاكتشاف الذات العربية، وأين يقفون. وهذا دفعهم للتفكير بآليات جديدة بخلاف ما كانوا عليه من خمول وضياع وقهر حكومي رسمي. وفي المنطق الحياتي أن التراجع لنقطة الصفر لا حدود تراجعية بعدها، وينبغي أن تكون نقطة شروع للانطلاق بحسب التجارب السابقة للأمم. إن تقنيات الإعلام الرقمي التي تمارس تفاعلاً معلوماً رهيباً مستنداً إلى خدمات التكنولوجيا الخارقة جعلت الباحث يطرح تساؤلات عدة، وهي:

ماذا يطلب من العرب لكي يكون تعاملهم إيجابياً مع الإعلام الرقمي؟

هل ستخضع الدولة في النهاية لنفوذ وسطوة الإعلام الرقمي؟

هل من فرصة لهندسة التفكير للأفراد والحكومات؟

ماذا يعني الإعلام الرقمي؟ هل هو غزو فكري أم خدمة إنسانية؟

ما الذي يجب أن تنازل عنه لتكون جزءاً من حركة الأداء الرقمي؟

إلى أين ستتحه أوضاعنا وأمورنا في المستقبل الرقمي؟

يشكّل الكتاب محاولة علمية جادة لتسليط الضوء على أبرز خصائص وسمات الإعلام الرقمي والآفاق الجديدة التي ينمو فيها المحتوى الإعلامي في ظل تطور تقنيات الإعلام بآليات متميزة ومتقدمة على الآليات المعمول بها سابقاً في الإعلام التقليدي التي كان يجري التعامل بها في تداول الأخبار والبرامج والتعليقات، فضلاً عن رصد التوجهات الجديدة لطبيعة نقل الرسالة الإعلامية التي لم تعد تعترضها حواجز وعقبات تحد من انتشارها. وسيوفر الكتاب فرصة ثمينة للمختصين والدارسين في علوم الاتصال والإعلام للاطلاع على طبيعة العمل الإعلامي الرقمي والتوجهات والاستراتيجيات التي تخطط لها المؤسسات الإعلامية والتكنولوجية في مسيرة عملها المتنامية، وكذلك الجهات الحكومية في استغلال هذه الخدمات المعلوماتية والتقنية لإحاطة الإنسان وتطويره لما تريد وتخطط.

## الفصل الأول

### التربية الرقمية في تعزيز الدور الاتصالي ما هو الإعلام الرقمي (Digital Media)؟

برز الإعلام الرقمي بشكل ملفت للنظر، حديثاً، بظهور تقنيات الاتصال والإعلام، وأخذ يشق طريقه بقوة بين المستخدمين ويمارس دوره في نقل المحتوى الاتصالي بنجاح، حيث يرادف مفهوم «الإعلام الجديد والإلكتروني والاجتماعي»، وهذه المفاهيم الحديثة هي إحدى سمات العصر الجديد للإعلام، تكشف عن مرحلة جديدة من الخدمات الإعلامية والاتصالية تختلف عن سابقتها التي كانت تمارس في عصر الإعلام التقليدي مثل الصحيفة والإذاعة والتلفاز، قبل ظهور البث الفضائي. ويمكن ذكر بعض التوصيفات والمفاهيم عن الإعلام الرقمي بما يلي:

١ - عبارة عن مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

٢ - تكون جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات بشكل رقمي ومخزنة في وسط خزن إلكتروني وظهور مرحلة التفاعل.

٣ - يتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، أي إن الفرد يمكن أن يكون رئيساً لتحرير المجلة التي يختارونها، مثل الفيسبوك والمدونات بأنواعها والفديوتيكس والتلفزيون الرقمي، أي أصبح الجمهور مشاركاً في وسائل الإعلام، بدل أن يكون متلقياً فقط.

#### نبذة عن الثورة الرقمية

رغم أن ثورة الحاسب الآلي قد بدأت منذ عام ١٩٤٢م على يد هوارد إيكن



(Howard Aiken) إلا أن فترة الثمانينيات قد حملت تطورات هائلة في مجال الحاسب الآلي، بينما جاءت فترة التسعينيات بما هو أكثر، حيث صاحب التطور في مجال الحاسب تطور كبير في مجال الاتصالات، بجانب إمكانية نقل المعلومات عبر خطوط شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» (Internet)، وهو ما عرف باسم «الثورة الرقمية»، والذي يتوقع له التعاطم بشكل كبير في القرن الحادي والعشرين فيما يعرف باسم «المعلوماتية» (طريق المعلومات فائق السرعة) .

وتتميز الثورة الرقمية بأنها ثورة معرفية تتضاعف فيها المعلومات بشكل مذهل، فلم يحدث تغيير كبير في البنية الحركية والتطورية للعالم مثلما يحدث اليوم، فقد احتاج الإنسان إلى ١٧٥٠ عاماً لمضاعفة معارفه التكنولوجية، بعدها أخذت القفزات تتسارع؛ ففي ١٥٠ عاماً تضاعفت مرة أخرى علوم البشر، ثم مرة أخرى خلال خمسين عاماً، هذه الخبرة البشرية تضاعفت مرة خامسة بين عامي ١٩٦٠ و ١٩٨٠. وقد قُدرت موسوعة المستقبل (*Encyclopedia of the Future*) أن المعلومات العلمية العامة تتضاعف كل ١٢ سنة، وأن المعلومات العامة تتضاعف كل سنتين ونصف السنة، مما يعني أن ما كان يقتضي آلاف السنين من التطور أصبح يتم خلال عقد واحد وربما أقل. بشكل عام، فإنه يوجد مفاهيم كثيرة للثورة الرقمية، نجد أهمها وأقربها لخدمة هدف هذا البحث هو تعريف الثورة الرقمية بأن: «كل أشكال المعلومات يمكن أن تصبح رقمية؛ النصوص، والرسومات، والصور الساكنة والمتحركة، والصوت. وتلك المعلومات يتم انتقالها خلال الشبكة بواسطة أجهزة إلكترونية وسيطة (الكمبيوتر - الهاتف)، تماماً كما يتم انتقال رسالة تقليدية بمظروف خلال عدة مكاتب للبريد، حتى تستقبل في النهاية بنقطة معينة. لقد فتحت الثورة الرقمية إمكانية تحقيق الشبكات الحالية للاتصالات بين نقاط عديدة، والتي يمكن من خلالها تخزين وتوزيع كم هائل من المعلومات الرقمية المستمرة في التزايد المضطرد.

## الثورة الرقمية والبيئات التعليمية

إن موضوع الثورة الرقمية من المجالات البحثية الحديثة في مجالي العمارة وال عمران، بسبب حداثة التطورات المذهلة التي صاحبها والتي لم تتجاوز العقد الثالث. وهناك الكثير من الدراسات التي تفرض نفسها على الباحثين في هذا المجال، بل ونحتاج إلى دراسات متنوعة ما بين الدراسات العامة التي تتناول مجموعة ظواهر، بجانب الدراسات المتخصصة التي تتناول ظاهرة واحدة أو نقطة بحثية واحدة بقصد معرفة التأثيرات التي أحدثتها الثورة الرقمية على المباني في أبعادها الثلاثة (وظيفي،

إنشائي، تشكيلي) أو التأثيرات المتوقعة في المستقبل من خلال ما يحدث في مجالات الحياة التي تحيط بنا.

لذا فإن البعد الثاني لإشكالية الدراسة في هذا البحث يهدف إلى إجراء دراسة في محاولة التعرف على التأثيرات التي حدثت في البيئات التعليمية وتلك المتوقع حدوثها في المستقبل بسبب تطبيقات الثورة الرقمية. ولأن بيئة التعليم من أهم البيئات التي يمكن التوجه نحو دراستها، بسبب كونها تؤثر في عقول أبنائنا كما أثرت في عقولنا، من هنا كانت هذه الفكرة تبحث بشكل رئيس في العلاقة ما بين الثورة الرقمية والبيئات التعليمية التي يمكن أن يقال عنها ما يلي:

١ - المعلوماتية (طريق المعلومات فائق السرعة): هو التغييرات الكبيرة التي تنتظر شبكة الإنترنت الحالية، حيث ستحل الألياف الضوئية محل الأسلاك النحاسية الحالية، وسيتبع ذلك إمكانات مذهلة لنقل المعلومات بأنواعها وأشكالها وأحجامها المختلفة.

٢ - مفهوم المبنى الذكي ظهر بشكل واضح في مبنى الاتصالات AT&T بنيويورك (تصميم المعماري فيليب جونسون (Philip Johnson) عام ١٩٨٢)، فهذا المبنى يوضح كيف أن تكنولوجيا المعلومات (IT) (Information Technology) من مصادر مختلفة يمكن أن تستخدم في المبنى الذكي، كما استخدم المبنى أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في ذلك الوقت، وهو ما تمثل عرض الأنظمة من خلال شاشة Systems on Display.

## خصائص وأدوات الإعلام الرقمي

تعددت وسائل الإعلام الرقمي وأدواته وهي تزداد تنوعاً ونموً وتدخلاً مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والتلفزيون الأرضي الرقمي، وتلفزيون الـ بي، وتلفزيون الإنترنت والفيديو عند الطلب، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، المدونات، المواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، الإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، الهواتف الجوالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، البث التلفزيون التفاعلي، مواقع الإنترنت، الموسيقى، المتاجرة بالأسم، الخرائط الرقمية، مجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة. ومن عناصر الاختلاف بين الإعلام الجديد (الرقمي) عن الإعلام القديم في: «استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البيئات بدل الذرات (Atoms not Bits) كأدوات رئيسة في حمل المعلومات والكلمات والصور والأصوات والبرامج، وتوصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي، وبالتالي يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلاً

من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق «مغلقة». إذ يشكل الإعلام الرقمي اليوم نظاماً عكسياً لما جرى عليه النظام في الإعلام التقليدي الذي يستند إلى جانب وفير من القواعد والضوابط والقوانين التي تحكمه وتراقب توازنه، وذلك لما ينطوي عليه من كسر للتقاليد المعرفية والمهنية المتعارف عليها في البيئة الإعلامية التقليدية. فالإعلام التقليدي (الكلاسيكي) يقابله في زمننا الحالي الإعلام بصيغة الفرد، والرسائل الإعلامية المبنية والمعدّة بصيغة مهنية عالية، بدأ يغمرها سيل متدفق من الرسائل المنحرفة من ضوابط التحرير والكتابة، والحرية النسبية تقابلها اليوم حرية مطلقة تسري وسط فضاء شاسع. ويتميز الإعلام الرقمي بعدة خصائص تجعله يحتل موقعاً فاعلاً لدى المستخدمين، ومنها ما يلي:

### أولاً - التفاعلية (Interactivity)

تقوم فكرة الإعلام الجديد على أن للجمهور القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي من صياغة وتحرير ومونتاج صحافي باستخدام الوسائل التكنولوجية المتاحة لديه، فيكون هو المتحكم بما يبث ويرسل، ويتحقق تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، فيكون الاتصال ذا اتجاهين (two way communication) ونعني بالتفاعل قدرة المتلقي على الاستجابة للرسالة الموجهة إليه من خلال وسائل الاتصال الحديثة، وهو ما أحدث نقلة نوعية وبعداً جديداً مهماً لأنماط ووسائل الإعلام الجماهيري التقليدية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي كالصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو، إلى الجمهور. فقد شكل ظهور المدونات (Blogs)، وما تبعه بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، الفرصة الحقيقية التي أتاحت للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة، فمكنت الفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد، بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل فقط، حيث أصبح للمتلقي دور مؤثر في عملية الاتصال، وازدادت درجات التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية. وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال التقليدي، وتمثل هذه المواقع عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

### ثانياً - حرية الأداء الإعلامي (Freedom of media performance)

خاصية أخرى مهمة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها أعلنت من سقف حرية الإعلام بشكل غير مسبوق. فارتباط أي شخص بشبكة الإنترنت أهله لأن يكون ناشراً قادراً على إيصال رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر. كما أن شبكات

التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات ومجموعات الأخبار، إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية استقطب جمهوراً لا حدود له لمناقشة أي موضوع يخطر ببالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، بكل حرية ويمتهدى السهولة، مخترقن كل الحواجز الجغرافية والزمانية.

### ثالثاً - تفتيت الجماهير (Fragmentation Media)

نتيجة تعدد وسائل الاتصال الحديثة، وتنوع وغزارة المعلومات والإنتاج الإعلامي، لم تعد جماهير وسائل الإعلام الجديد هي الكتل الضخمة الموحدة والمتجانسة ذاتها، بل تحولت في عصرنا الحالي إلى وحدات صغيرة، وأصبح كل فرد يتلقى من منفذه الخاص مختلف المواد التي تناسبه. فزادت وتعددت الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام وأصبح وقتهم موزعاً بين المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية، إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية من تلفزيون وصحافة وإذاعة. فأضحى من الصعب السيطرة على، أو التحكم في، أو متابعة المعلومات الواردة أو الأخبار التي تصل للجمهور، وهذا ما يشكل قلقاً وتحدياً في التعامل مع الشعوب، ومحاولة معرفة أفكارهم والسعي لإرضائهم. وبشكل عام، يمكن أن نحصر سمات الإعلام الجديد في ما يلي:

1. تنوع وشمول المحتوى: أحدثت الإعلام الجديد ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو.
2. تعدد الثقافات واختلاف التوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
3. تحقيق الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيوخه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع إلى حد ما، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.
4. حرية وسهولة النفاذ والحصول على المعلومات.
5. توسيع دائرة التنافس الإعلامي بين الوسائل والقنوات الإعلامية المختلفة.
6. تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي والإعلاني.
7. ظهور أشكال جديدة من الإعلام سمي «إعلام الفرد»: القائم على البث الشخصي وإنتاج المحتوى الإعلامي، عن طريق الوسائل التكنولوجية الحديثة المتاحة، ككاميرا الفيديو، وبرامج التصميم، والتطبيقات المختلفة، أو الكتابة في المواقع

والمدونات، ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. ولعل من أبرز هذه الأشكال قنوات اليوتيوب الخاصة وما يبث فيها من برامج وحلقات مُعدّة ومخرجة من قبل أشخاص بعضهم لا يمت إلى الإعلام بصلة، وتتطرق لمواضيع تمس قضايا ترتبط بالمجتمع المحلي وتطرح هموم المواطنين، ومن الملاحظ أنها تحظى بنسبة مشاهدة كبيرة، وتلقى أصداً عالية وترحيباً واسعاً من قبل الجماهير.

## الإعلام الرقمي: المعنى والمفهوم

من المتعارف عليه أن الواقع الإعلامي المعروف بعصر «الإعلام الإلكتروني» المتمثل بالفنائيات والإنترنت فرض ضرورة التنبيه إلى وضع قواعد وآليات لأساليب تعامل الشباب والمراهقين والأطفال مع ما يقدمه هذا الإعلام الذي سمي بـ «الرقمي» حرصاً على سلامة البناء القيمي والأخلاقي في المجتمعات العربية، ولو ترك الأمر على ما هو عليه من عزوف الأسرة والمدرسة عن القيام بدورهما التربوي، فإن ناقوس الخطر سيدق بشدة على مستقبل الأجيال الجديدة، لعله في ظل هذا الواقع الذي أوجدته تكنولوجيا الإعلام والاتصال يكون من الضروري البحث عن أساليب جديدة لتوعية المواطن وتحذيره وتحصينه ضد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، ومن هنا أصبح تعليم مبادئ التربية الإعلامية أمراً ذا أهمية وضرورة جدية. لقد أطلق على الإعلام الرقمي العديد من التسميات إذ إنه بظهور الإعلام الاجتماعي الذي كانت بدايته في ٢٠٠٤م أطلقت عليه تسميات متعددة منها الإعلام الجديد (New Media) آنذاك، الإعلام التفاعلي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (online media)، الإعلام السيبروني (Cyber Media)، الإعلام الشعبي (Hyper Media)، وهو بالأصل الإعلام الرقمي (Digital Media) لكونه مصطلحاً يضم جميع تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تمارس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأجهزة الإلكترونية (الوسائط المتعددة) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وهي فلسفة العولمة التي تدعو إلى التفرد والتوحد بالعمل والفعل. وقد وردت تعريفات عدة مختلفة عن الإعلام الرقمي، ومع أن أقرب تعريف ورد على أنه «الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة للوصول إلى الجمهور أينما كان وكيفما يريد». لكن (مجلة بي سي PC) عرّفته بأنه «أشكال التواصل في العالم الإلكتروني والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص دي في دي DVD وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت». بينما أعطى سعود صالح تعريفاً للإعلام الجديد «الرقمي» بأنه: «مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي». وبالنظر إلى علاقة هذا

المصطلح بوسائل الإعلام التقليدية القديمة والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها». وبحسب توصيف أكاديمي لقاموس التكنولوجيا الرفيعة (High-Tech Dictionary) فالإعلام الاجتماعي يتحدد بالتعريف القائل بأنه «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة».

ولم يتحدد الإعلام الرقمي بتعريف واحد، لأنه ببساطة يشكّل جملة تفاعلات تكنولوجية مرتبط بعضها ببعض وتنتج بالنهاية معطيات جديدة تفتح المجال أمام الباحثين لتقديم مزيد من الاجتهادات في توصيفاته. وانطلاقاً من هذا، يرى المؤلف أن هذا اللون الإعلامي الذي مر بتسميات عدة، منها: الإعلام الجديد أو الإعلام الاجتماعي، وهو في النهاية يصب في خانة الإعلام الرقمي الذي هو «مجموعة تقنيات الاتصال الرقمي التي انبثقت عن تزاوج برامجي بين تقنيات الحاسوب والأجهزة الذكية (Mobile) والوسائط التقنية للإعلام كالصوت والفيديو والتصوير الفوتوغرافي والطباعة والصورة». ويمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب وغيرها، وسائل وقنوات إعلامية مكتملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلاماً يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تخلق للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهو الهدف من العملية الاتصالية والإعلامية. ويصنف ريتشارد ديفيز (Richard Davis) وديانا أوين (Diana Owen) الإعلام الرقمي ثلاثة أنواع هي: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة، والإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة، الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة.

**النوع الأول:** الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة، يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحافية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، كالراديو التفاعلي وتلفزيون (Talk Show) والمجلات الأخبارية وبرامج الأخبار الحية.

**النوع الثاني:** إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة، تمثله جميع الوسائل المرتبطة بشبكة الإنترنت، وهي الوسائل التي مكنت من خلق حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، كمواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها والمدونات ومواقع الأخبار وغيرها.

**النوع الثالث:** إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة، وفيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، ويكون التماهي والذوبان في الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة، وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد.

## جمهور الإعلام الرقمي

في ظل مساحة الحرية التي يوفرها الإعلام الجديد، تزايد الإقبال عليه من جميع

طبقات وشرائح المجتمع، كل حسب احتياجاته ومتطلباته، ويمكن أن نقسم جمهور الإعلام الجديد إلى ثلاث فئات اجتماعية، هي:

١ - طبقة المهتمين: الفاعلة للزاد المعرفي والتعليمي، حيث يمثل ما يتناقلونه من الإشاعات والنكت الشعبية الاجتماعية والسياسية الساخرة والناقدة، المادة الأساسية المتداولة في أوساطهم، وهذه النافذة هي المتنافس في جوّ حالة التهميش والإقصاء التي يعيشونها يومياً، وهو النوع المفضل لما يوفره لهم من حماية وحصانة تجنبهم المساءلة القانونية، فالنشر في هذه الوسائل يتم دون ذكر اسم المرسل، إضافة إلى إمكانية تحويلها من مستقبل إلى آخر ومن جهة إلى أخرى.

٢ - النخبة: نظراً لامتلاكهم للزاد المعرفي والتعليمي والموقع الاجتماعي المتميز، نلاحظ بأن استخدامهم الإعلام الجديد يكون أكثر تطوراً وجدية ومسؤولية، وأكثر انجماً مع مستجدات ومتطلبات المجتمع الذي يعيشون فيه، لأجل ذلك نراهم يفضلون الإنترنت كإعلام بديل.

٣ - النخبة الشبابية المهتمّة: وتحديداً خريجو الجامعات والمعاهد العليا والفئات الشبابية، والتي تعاني من تهميش من قبل السلطة وكذلك المجتمع، وهو ما جعلهم في مفترق طريق، إذ لا ينتمون إلى الصنف الأول نظراً لامتلاكهم العلم والثقافة، ولا إلى الصنف الثاني، وذلك لحمرانهم من المكانة الاجتماعية المرموقة. لأجل ذلك يستعملون الإنترنت كإعلام بديل، عادة ما يكون بأسماء مستعارة، ليتجنبوا المساءلة من السلطة، وأيضاً من بعض مكونات المجتمع المدني.

### الفروقات المهنية بين الإعلام الرقمي والتقليدي

يمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الإعلام الإلكتروني الرقمي والإعلام التقليدي في ما يلي:

١ - المساحة الجغرافية: يمكن الموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، على عكس عدد كبير جداً من وسائل الإعلام التقليدية، التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محددة.

٢ - عامل الكلفة: يميّز الإعلام الجديد بقلّة تكاليفه كثيراً، مقارنة بالإعلام التقليدي القديم.

٣ - عنصر التفاعلية.

كما أن هنالك مميزات وفوارق فنية تفصل بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي وهي ما يلي:

١ - الإعلام الرقمي هو نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف.

٢ - الإعلام الرقمي يتميز عن الإعلام التقليدي بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر.

٣ - تسهم شبكة الإنترنت بمنح الإعلاميين فرصة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية من دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت. وهذه ميزة تلغي الحاجز بين المتلقي والمرسل عند مناقشة المضمون الإعلامي، سواء مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.

### قصور النظريات الإعلامية عن مواكبة واقع الإعلام الرقمي

من يحاول الاهتداء إلى النظريات الإعلامية المواكبة لواقع الإعلام الجديد، لا بد له أن يلاحظ افتقار زماننا الراهن إلى التنظير الإعلامي بصفة عامة، وبروز حاجة ملحة إلى نظريات جديدة تناقش وتفسر وتصف واقع وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة متعددة الوسائط، وما نتج عنها من تأثيرات على الأفراد والمجتمعات. فحتى نظرية مارشال ماكلوهان التي تعتبر من النظريات الحديثة، التي تطرقت إلى تكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على مجتمعاتنا المعاصرة، وصفت العالم على أنه قرية صغيرة بفعل التطور التكنولوجي والتقني لوسائل الاتصال والإعلام التي قربت العالم بعضه من بعض، إلا أن الواقع المعيش يبين بأن الأمر قد تعدى هذا الجانب وأصبح العالم أصغر بكثير من كونه مجرد قرية. وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والشباعات المرتبطتان بقرار الفرد في اختيار الوسيلة الإعلامية والاعتماد عليها لتلبية رغباته واحتياجاته، من النظريات الملائمة والمنسجمة مع وصف وتفسير واقع الإعلام الجديد الذي يتسم بالحرية والتفاعلية والانفتاح.

### ١ - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

وهي نظرية بيئية، تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية، صغيرة وكبيرة، كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير



سلوك الأجزاء في ما يتعلق بهذه العلاقات. ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً مهماً من النسيج الاجتماعي الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تتم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية، أو غير مباشرة وضعيفة. وكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقات الرئيسة التي تحكم، هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها.

والفرضية الأساسية للنظرية أن للاعتماد المتبادل دوراً أساسياً في تبادل المعلومات بما يؤثر في المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية والمنافع، مع الأخذ في الاعتبار أن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات، وتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية، فالدوافع الترفيهية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية، مع ملاحظة ديناميكية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية إذ إنها من الممكن أن تضعف، لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تضعف قوتها بما يؤثر في فاعلية الاعتماد المتبادل. ومجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تنحصر في ما يلي:

#### أ - التأثير المعرفي (Cognitive Effects)

يتم بإزالة الغموض الناتج عن الافتقار إلى المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات وافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضاً التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، ومن التأثيرات المعرفية أيضاً تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

#### ب - التأثير الوجداني (Affective Effects)

المرتبط بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، والتأثيرات المعنوية كالاغتراب عن المجتمع.

#### ج - التأثيرات السلوكية (Behavioral Effects)

أما التأثيرات السلوكية فهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد وترسيخ تلك الآثار أو تجنبها، نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهم المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها.

## ٢ - نظرية الاستخدامات والإشباعات

يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أهم المداخل للتعرف على طبيعة التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، ودوافع الاستخدام والنتائج الناجمة عنه، حيث قدم كاتز (Katz) وبلاملر (Blumler) وجورفيتش ((Gurevitch) نظرية اتسمت بطبيعة نفسية اجتماعية تتخذ من الجمهور محوراً لها، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تفاعله مع وسائل الإعلام بهدف إشباع حاجاته النفسية والاجتماعية، حيث تحول التساؤل الرئيس من «ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟»، إلى «ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟». ويقوم هذا المدخل على مقولة رئيسة هي:

إن الجمهور يختار وسيلة إعلامية معينة، أو رسائل إعلامية معينة لإشباع حاجة معينة لديه، وقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات، ومن أهم تلك الاتجاهات ما يلي:

أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي احتياجاتهم. ويعبر استخدام وسائل الاتصال عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور. وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد. التأكيد أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد. ويستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

أ - دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

وتصنف معظم دراسات الاتصال الدوافع إلى فئتين أساسيتين هما:

١ - الدوافع النفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم المكتسبة من الأخبار التعليمية والثقافية.

٢ - الدوافع الطقوسية: وتهدف إلى تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والصداقة والهروب من المشكلات وقضاء وقت الفراغ.

ويكون الجمهور - بصفة عامة - أقل نشاطاً في أثناء التعرض لوسائل الإعلام بدوافع طقوسية، كما أن أهدافه تقل أيضاً في أثناء التعرض، في حين تمثل الدوافع النفعية الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات. وقد أضاف بعض الباحثون نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، وهما:

١ - الدوافع الاجتماعية: وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي، والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

٢ - الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة: مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون التي ترجع إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل.

ب - إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن أفراد الجمهور مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات. وقد صنفت الدراسات الإشباعات إلى نوعين:

١ - إشباعات الوسيلة: التي تنشأ من استخدام الوسيلة، مثل إنشاء ملف شخصي (Profile) على مواقع التواصل الاجتماعي، وتخفيف الإحساس بالتوتر، والراحة والاسترخاء، والتخلص من الملل والعزلة.

٢ - إشباعات المضمون: مثل إشباعات الحصول على المعلومات، واكتشاف الواقع، والربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من شبكة علاقاته الاجتماعية، والقدرة على التحدث مع الآخرين وتكوين العلاقات.

العلاقة بين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباعات عندما نتناول صمود النظريات الإعلامية أمام موجة الإعلام الإلكتروني، أو ما يعرف بالإعلام الجديد، يجب أن نعيد النظر في الأسس النظرية التي بنيت عليها النظريات الإعلامية، التي تعرف بالنظريات التأثيرية والتي تتناول عناصر العملية الاتصالية، فالدراسات العلمية تؤكد بأن جميع نظريات الإعلام ذات صلة ببعضها، وأن هناك العديد من التداخل بين النظريات التأثيرية، فالنظريات الإعلامية ظهرت نتيجة دراسة ظواهر اجتماعية ثقافية، معتمدة بالأساس على العملية الاتصالية، وأصبح هناك اتجاه حديث لدى الباحثين في مجال تأثيرات وسائل الاتصال الحديثة، للربط بين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباعات، ويعدّ الاهتمام المتزايد لاستخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجماهيري المرتبطة بالإنترنت، نتيجةً منطقيةً لخصائص هذه الوسائل وأهمها: التفاعلية، والجمهور المجزأ، وصفة اللاتزامن، فالتفاعلية عززت من المفهوم الرئيس للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة عالية من السيطرة والتحكم.

أما المفهوم الثاني، وهو «الجمهور المجزأ»، فيتمثل في إمكانية القائم بالاتصال أن يصل برسالته إلى جماهير جديدة كل منها يمثل قطاعاً متجانساً في داخله، بخلاف الحال مع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي تصل إلى جمهور عام متباين وغير قادر على الاتصال المباشر والفوري مع القائم بالاتصال، أو بأعضاء آخرين من الجمهور نفسه. ويشير المفهوم الثالث «اللاتزامنية» إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة عبر الوسيلة الاتصالية في الوقت الذي يناسب ظروف طرفي العملية الاتصالية، أي إن المرسل والمتلقي لديهما إمكانية إرسال واستقبال وتخزين واستدعاء المعلومات من الوسيلة في الوقت الذي يرونه ملائماً.

## تحديات الإعلام الرقمي

الإعلام الرقمي يشكّل في عالم اليوم منافسة شرسة ومخيفة لضياح مستقبل وتاريخ عريق لكثير من المؤسسات الإعلامية التقليدية، ليس فقط المطبوعة وإنما المسموعة والمرئية التي تحتل منزلة كبيرة من حيث قوة الانتشار والتأثير الأخباري والبرامجي، وكذلك من حيث نسبة جمهورها الكبير، وتاريخها العريق، والدعم الذي كانت تحتله من الحكومات، ومن بينها هيئة الإذاعة البريطانية التي بدأت تبحث جاهدة عن أساليب وأفكار جديدة لإرضاء الجمهور والمحافظة على نسب المشاهدة، بعد أن كانت تسعى إلى زيادة متابعيها واستقطاب مشاهدين جدد، لكن طبيعة المشهد الإعلامي المتسع تجرّاء العصف التقني المذهل الذي أضيف إلى خدمات البيئة الإعلامية جعلت طبيعة الأولويات تتراجع، وعليه، دفع كبريات المؤسسات العريقة، ومنها على سبيل المثال هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) تنفق مبالغ طائلة على استطلاعات الرأي لمعرفة ذائقة الجمهور، ونوعية اهتماماته، وهو الإجراء الذي انتقدته صحيفة الغارديان البريطانية عندما قالت، «من يعيش على استطلاعات الرأي و«المشاورات» سيروح مكانه». هذه المخاوف التي رصدها الخبير الإعلامي فيصل الياسري في مقالة بجريدة العرب.

وتنتقد صحيفة الغارديان سياسات استطلاعية للرأي لجأت إليها كبريات الوسائل الإعلامية لأجل الحفاظ على جمهورها، لكن ذلك، وبحسب الصحيفة، لن يجدي نفعاً برغم المبالغ الهائلة التي تنفقها على حملة الاستطلاعات. وتقول الغارديان إن هيئة الإذاعة البريطانية، التي تقدم للمستمعين والمشاهدين خدمات رقمية جديدة وأخرى متعلقة بالقنوات التقليدية المختفية (مثل BBC 3 التي تم التخلي عنها) تسعى لكسب ثقة وحماس الجمهور للمضيّ قدماً. لكن الثقة مع القليل من المساعدة من مؤسسة «أي. سي. أم» (التي تقوم باستطلاعات الرأي) لن يمنحها الكثير من النتائج المرضية.

لكن مختصون في المجال الإعلامي يرون بأن أفضل طريقة لنجاح المؤسسة الإعلامية في إطار مرحلة التنافس العام والتنافس الجديد الذي يفرضه الإعلام الرقمي، هو التفكير بمنتج إعلامي راقٍ لأجل بقاء تلك العلاقة الطيبة مع الجمهور الذي فرضت عليه الثقافات الإعلامية الجديدة المتعددة أنه لن يكون مخلصاً سوى للمنتج المفضل له، وعليها وضع حد لاستطلاعات الرأي المكلفة التي ليست سوى رش رماد على أفضل الأفكار. حتى إن الغارديان وحسب استعراض الخبير الإعلامي العراقي ياسري انتقدت تجربة قناة الجزيرة، التي قررت بعد عامين فقط من المحاولة - كلفت ٥٠٠ مليون دولار لإغلاق « الجزيرة/ قناة أمريكا» التي لم تنجح في خطابها الموجه لجمهور الولايات المتحدة الأمريكية نيسان/ أبريل ٢٠١٦، وربما يتعلق الأمر بسمعة القناة الأصلية الجزيرة في بث صور وفيديوات وأقراص لزعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن، وأبو مصعب الزرقاوي، وقادة القاعدة، وتنظيم الدولة الإسلامية «داعش»، هو الذي يرفضه المواطن الأمريكي ويعتبره توجهاً لثقافة العنف التي تروج لها الجزيرة التي هي من إنتاج فكر عربي شرقي. وإعلان فشل الجزيرة من خلال المؤشرات والأرقام التي تحدثت عن تسجيل حوالى ٣٤٠٠٠ مشاهدة ليلاً و٢٤٠٠٠٠ نهاراً. وهي إحصائيات تدلل على مستوى المتابعة المحدودة للغاية. وفي بعض الأيام لم تكن نسبة المشاهدة تذكر، بحسب تقارير أمريكية. فأصحت عملية إغلاق المحطة وفقدان جميع الوظائف ليس سوى انعكاس لحقيقة أن ما قدمته القناة إلى حد الآن، لا تريد أمريكا أن تعرفه.

حتى إن BBC هي الأخرى لم تتجاوز نسبة مشاهدة الجمهور الأمريكي لها ٦٠ مليون أمريكي في منازلهم. وفي أحسن الحالات يمكنها التحكم في ٢٨ ألف مشاهد في أوقات الذروة، و١٩ ألف فقط خلال كامل اليوم. ودللت الإحصائيات على أن المحطة الأمريكية الاخبارية «إم. إس. إن. بي. سي» جذبت الأعداد الهائلة من المشاهدين، رغم أنها لا تعتبر منافساً شرساً، حيث تم ضربها بمحطة CNN وطمسها بمحطة فوكس نيوز. ورغم أنها تتمتع بثقة ودعم كبيرين من مؤيديها داخل المجتمع البريطاني، لكنها اليوم ليست في أحسن حالاتها، كونها تواجه مشكلات اقتصادية، ويساير إدارتها القلق والخوف من المستقبل الذي لا يبشر بدعم حكومي، لأنها تجذب أقل من ٥٠ بالمئة من الجمهور المحلي. وبحسب آراء خبراء في الإعلام فإن الـ BBC رغم امتيازها بمقبولية لدى المشاهد والدولة إلا أنهم يعتقدون بأن عوامل مثل المحطات التجارية، الإعلان، المشاركة في السوق، وقياس معدلات الاستماع والمشاهدة يجب أن تحدد مستقبلها، كون المخاطر حقيقية سواء في التمويل أو في تأثير المنافسة من الإعلام الرقمي. ولا غرو بأن إدارة الـ BBC على دراية دقيقة بتلك التحديات، لهذا تعهدت بالعمل مع

المؤسسات الفنية والعلمية في بريطانيا، من أجل «جعل بريطانيا أكبر قوة ثقافية في العالم»، وأنها ستكون منصة مفتوحة لعصر الإنترنت مع فتح مكاتب في بلدان عدة منها إرتيريا وإثيوبيا وتوسيع نشاطها الأخباري والبرامجي في روسيا وكوريا الشمالية لدعم التغطية الأخبارية في المناطق التي تفتقر إلى الموضوعية في نقل الأخبار، وكذلك زيادة البث المباشر عبر الإنترنت للأطفال، للتطمين بأنها ستكون حاضرة في الإعلام الرقمي عبر منصاتها. وبرغم هذه الخطط التي شملت أيضاً العمل بشكل وثيق مع الحكومة على تجديد ميثاق عمل الهيئة لعام ٢٠١٦، فإن مخاوف تقليص التمويل للهيئة سيؤدي حتماً إلى إغلاق أو تقليص بعض الخدمات.

## الإعلام الرقمي للسبيل للمعلومات

ببساطة، إن معرفة كيفية استخدام تويتر أو فيسبوك يساعدنا في الوصول إلى معلومات معيّنة، أو يساعدنا في كيفية إعادة صياغة شيء ما لكي يروق أكثر لجمهورنا الذي يعاني محو الأمية لوسائل الإعلام، وبدلاً من ذلك، ربما يظهر كفاءة مشهودة لوسائل الإعلام قيد البحث التي تشمل أشكالاً تقليدية وجديدة. وفي الوقت الحاضر ومع انجذاب الناس على نحو متزايد باتجاه استخدام وسائل الإعلام الرقمي، أصبحوا أكثر معرفة بمعلومات الاتصال والتكنولوجيا (ICT)، وأخذت المؤسسات الإعلامية حيال هذا الاندفاع تستثمر أكثر في تطوير وإنتاج الأخبار وفق برامج رقمية. وفي الحقيقة فإن بعض وسائل الإعلام الجديدة تعتمد فقط على برامج رقمية تميزها من البقية من الإعلام التقليدي، سيما بعد أن أصبحت البرامج الرقمية سهلة الاستخدام وتهدف بدرجة أكثر إلى مشاركة المحتوى مع الناس الآخرين قدر المستطاع، وأن من ينشر أو يشارك أو يعلق على المعلومات أولاً، يكون هو المهمم الأساسي، كونه كما يشار إليه بأنه أول من يعرف، وبعد ذلك تأتي دقة المعلومات بالدرجة الثانية. وقد يجادل المرء بأن الناس بعد أن أصبحوا متمرسين إعلامياً وسط تقدم معلومات الاتصال والتكنولوجيا، فإن المشاركة العالمية في ثقافة مشتركة وتوفير محتوى الخدمة العامة المجانية للجميع يمكن أن توضع على جدول الأعمال، وهكذا يتم تدعيم التحول الديمقراطي في البلد.

على أي حال، عندما نضع أنفسنا مجرد وسطاء من أجل أن نسهل على الناس الآخرين عملية فهم وإدراك قضايا معيّنة من دون القدرة على تحليل وتقييم المعلومات التي نتشارك بها، فهذا لا يعني بالضرورة أننا نساهم بالديمقراطية.

تقول ديورا إيرين كريستين بجريدة الرأي بجاكارتا: إن حادث تعرض العاصمة جاكارتا في الرابع عشر من كانون الثاني/يناير ٢٠١٦ لهجوم إرهابي لبضع ساعات هو

دليل على أننا بحاجة إلى أكثر من كفاءة وفاعلية إعلامية للمساهمة في بناء البلد، وبدلاً من إعطاء تنوير وتخويل للجكارتيين، فإن الاستخدام الواسع الانتشار للتكنولوجيا الرقمية للمشاركة في التحديثات أو الصور أو الأفلام المتعلقة بالحادثة زادت من الخوف بين المواطنين الإندونوسيين، لقد اختلفت آراء الناس حول تفاصيل الحادثة، فيما إذا كانت رمانات أو قنابل قد استخدمت، وما هو شكل الإرهابيين؟ ولاية مجموعة ينتمون؟ وماذا ركبوا؟ وماذا حملوا؟ وما هي دوافعهم؟ وإلى أين توجهوا بعد ذلك؟ وفيما إذا كان الهجوم نسخة طبق الأصل لما حدث في باريس قبل أيام من حادث جاكارتا الذي نفذته مجموعة إرهابية، من دون حتى معرفة دقة الأخبار التي زودتها المؤسسات الإعلامية أو الأصدقاء الذين تشاركوا بها أو علقوا عليها وعملوا هاشتاغات لتأكيدتها، ومع التجمهر الذي وضع الزيت على النار المشتعل أصلاً مكوّناً هشاشة غير ضرورية، يجب علينا أن نظهر الآن أن أي شخص يستطيع أن ينتج محتوى بأنواع مختلفة وقليلة من المرشحات عند الحالات الطارئة، عليه الذهاب لأبعد من الكفاءة الإعلامية، وإنه لأمر حاسم أن تكون عارفاً بيوطن وقدرات الإعلام.

إن المعرفة بوسائل الإعلام تمثل استعداداً طبيعياً لاستهلاك منتوجها الفكري عن طريق استخدام مرشحات تفكير انتقادية وحاسمة لتحديد سوء الفهم التي تتراوح من التلاعب بالإعلان وتشمل الدعاية السياسية إلى تبيان الإثارة من الأخبار أو تشويه هوية معينة (عرق أو جنس أو دين أو مجموعة) في الروايات الإعلامية، وكون التقييم أمراً حاسماً بالنسبة إلى المعرفة بوسائل الإعلام فإن الأسئلة المتعلقة بمدى كون المعرفة سياقية انتقادية تكون مطلوبة وما هي الأرضية المناسبة والشرعية للانتقاد فيما إذا كانت جمالية، سياسية، أيديولوجية أو اقتصادية. إن تطوير مهارات التفكير الانتقادية الحاسمة والفهم بخصوص كيفية أن طبيعة وسائل الإعلام تعطي شكلاً لثقافتنا ومجتمعنا، وكيفية عمل المؤسسات الإعلامية في إنتاج الأخبار، وكيفية تأثير أجندة معينة في وسائل الإعلام، هي كلها خطوات يمكن اتخاذها لكون عارفين بوسائل الإعلام.

وفي المؤسسات الإعلامية فإن العديد من القرارات تتخذ بين وقت وقوع الحدث وبثه أو نشره، حيث أن نقاط قرار الأخبار يشار إليها بأنها بوابات، ويشار إلى صناع القرار على أنهم حراس البوابات. ومعلوم أن حارس البوابة سواء كان صحافياً أو محرراً، فإنه يتحكم بمدى معرفة الجمهور بالأحداث الفعلية عن طريق ترك بعد الأخبار والقصص تمر من خلال النظام، لكن مع الإبقاء على البعض الآخر خارجه، وعندئذ فإن حارس البوابة هو عبارة عن مؤسسة اجتماعية تقرر ما الذي يمكن تضمينه من المعلومات، وما الذي يمكن استبعاده أو استثناءه في مقالة إخبارية تنشر للجمهور. إنها

عملية حتمية، وإن فهم العملية قد يساعدنا بأن نكون أكثر إدراكاً ووعياً في تمييز الانحياز أو الدوران بسرعة، أو إعطاء معلومات خاطئة، وفي كشف أجزاء القصة أو الخبر الذي لم يُقَل بعد.

وعلى نحو منظّم، فإن عمل مدخرات صغيرة في بنك معلوماتك وبصيرتك عن طريق قراءة كتب ذات جودة ونوعية حول السياسة والثقافة، وعلم الاجتماع، وعلم الاقتصاد، تفتح آفاقك وتساعدك على فهم كم هي قوية اللغة، ليس فقط في تغطية الرسائل لكن أيضاً في التأثير بطريقة تفكير الناس، وهكذا تعطيك المرشحات التي تحتاجها لتقييم محتوى وسائل الإعلام فيما إذا كانت مقالات أو صوراً أو أفلاماً، وأن لا تضع نفسك مجرد مستهلك للإعلام، ولكن كمواطن مسؤول يشارك على نحو فعال في بناء بلده. إنه كذلك واجب علماء وباحثي الاتصال الإعلامي، وكذلك الأطباء والمحامين ليساعدوا بتثقيف الناس حول المعرفة بوسائل الإعلام، خصوصاً في الوقت الحاضر، ونحن نواجه عصرأ أصبحت فيه المؤسسات الإعلامية متكيفة تجارياً بدرجة كبيرة، وأصبح الناس أكثر كفاءة في التعامل مع وسائل الإعلام وهي تتعامل مع الأزمات التي تحدث في الغالب أكثر من قبل. وأثناء وقت الأزمة فإن الناس ليسوا الطرف الوحيد الهش، بينما الحكومة غالباً ما تساهم في هذه الهشاشة خصوصاً عندما لا تستطيع أن تشرح ما الذي يحدث وما الذي سوف يحدث لاحقاً، وبالإجابة عن المسائل أثناء الأزمات لا تقدم أحكاماً متسارعة واستنتاجات غير ناضجة وتشارك بها الآخرين من خلال كل نوع محتمل من أنواع برامج التواصل الاجتماعي.

وبدلاً من ذلك، فإن تجميع المعرفة من مصادر مختلفة وتقييمها أو مناقشتها بعقل منفتح مع الأصدقاء والعائلة بشأن تفسيرات وتوضيحات محتملة، وبعد كل ذلك فإن أي شخص يستطيع وعلى نحو غير مسبوق، مشاركة أو إعادة التعبير عما قيل بواسطة وسائل الإعلام، لكن ما هو أكثر أهمية، هو التعبير عن نقاش مسؤول يمكن أن يساهم على نحو إيجابي في النقاش وتوير الناس الآخرين.

## الإعلام الرقمي وتطور شبكات الاتصال

في ضوء التطور الحاصل في تقنيات الاتصال خلال السنوات الأخيرة، أصبح الإعلام الرقمي واقعاً مفروضاً، على الجميع أن يتماشى معه ويستفيد من خدماته خاصة في مجال التربية الإعلامية، إذ إن الشبكات الرقمية المعاصرة هي كونه الطابع خاصة مع التوسع في الشبكات التفاعلية العنكوتية واسعة النطاق (Broadband) التي تتيج للأفراد الانغماس (Immersion) في بيئات تفاعلية كونية.



إذ إن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية للبقاء من دون فهم طبيعة وقوة التفاعلية نفسها، وإن الفرد المثقف إعلامياً هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني، لذلك يصبح الوعي الكوني (Global Sensibility) مفتاح الثقافة الإعلامية، وهو ما يعني أن الحياة المعاصرة تفاعلية. وضمن توصيف دقيق لأهمية التربية الرقمية الإعلامية مع بداية انطلاقها في آب/أغسطس من العام ٢٠١٢، قال الدكتور جاد ملكي من الجامعة الأميركية في بيروت، بأنها حركة أكاديمية عالمية، هدفها تمكين المواطنين عبر امتلاكهم مهارات التفكير النقدي، ليفهموا كيف يؤثر الإعلام في حياتهم ومجتمعاتهم. كما أنها تساعد في تحويل المواطنين إلى مستهلكين ناقدين ومنتجين للإعلام، بحيث يشاركون بفاعلية في الحوارات الوطنية والعالمية باستعمال الإعلام الرقمي، وعندها، سيتمكنون من الأداء كمواطنين عالميين مسؤولين ومشاركين في ثقافتهم.

لقد أصبحت الخدمات الرقمية اليوم قوة انطلاق الإعلام الجديد وأخرجته من تقاليده السابقة، حيث كان الإنسان متلقياً مضطهداً، وتمارس عليه عملية فرض الآراء والأفكار والإملاءات، من دون أن يكون مشاركاً أو معارضاً في نقد النص أو تقييمه.. واعتبرت شبكات التواصل الاجتماعية جزءاً مهماً من المشهد الإعلامي المتطور بفضل تطور الوسائط الجديدة في الإعلام، حتى إن الفيسبوك أصبح أبرز نافذة للإنسان للتفاعل والتشارك مع غيره، وبقدر ما هو نافذة إعلامية لنقل وتداول المعلومات والتواصل مع الآخرين، فضلاً عن التسلية المتحققة منه وقضايا أخرى ذات فائدة، لكن تبقى هناك مهمة أساسية لأصحاب هذه الشركة تشكّل مصدراً ربحياً مهماً حيث استفادت الشركات التجارية من الفيسبوك لجني الربح المالي من خلال الإعلانات، حيث يأخذون منكم الآراء، ومن ثم يتم القيام بعمليات التحليل لها وفلترتها والاستفادة منها في التعرف على ميول ورغبات الناس بطريقة سهلة. والمستخدم لدى شركة فيسبوك هو مجرد أداة، لأنهم يعرفون كل رسالة يرسلها.. وعلى سبيل المثال شركات الملابس والأحذية والمأكولات والمشروبات، كلها أمور مرصودة من قبل شركة فيسبوك، حيث تذهب إدارة الشركة إلى وكلاء الإعلانات وتقدم لهم قائمة بالسلع المطلوبة من قبل الزبائن، وتجري عملية الاتفاق بينهم لوضع الإعلانات أمام كل واحد منا مشترك بصفحات الفيسبوك مقابل ثمن تتقاضاه من المعلنين، سيما وأن هذه الإعلانات مقبولة مسبقاً، انطلاقاً من معرفة رغبات الناس لها من خلال حواراتهم مع بعضهم بعض، والأهم من كل هذا فإن وضع «لايك» على قضية معينة يشكّل مؤشراً للقائمين على شركة الفيسبوك، وتحديدًا في الجانب الإعلاني لمعرفة رغبات وميول المستخدم، للإحاطة والاهتمام بالأمر، وبكل ما تكتب

عنه. وعلى سبيل التجربة، ذهب رجل إلى رئيس شركة وصرخ في وجهه قائلاً: لماذا تتلاعب بمشاعر ابنتي التي هي بعمر ١٦ سنة وحامل بالشهر الثامن، وأنتم تدخلون على صفحاتها وتعرضون ما يغريها بنشر إعلانات استهوتها لشراء الكثير من الملابس للأطفال الصغار والألعاب وحليب الأطفال؟ وجاء غضب هذا الرجل لأنه توقع بأنهم يسرقون صفحة ابنته لكنه لما تأكد فيما بعد بأن الأمر ليس بهذه الفكرة التي كان يحملها، ذهب لرئيس الشركة وقدم اعتذاره له. وهنالك وظائف أساسية للتربية الرقمية يمكن إدراجها في هذا المجال بما يلي:

١ - المواطنون الذين تلقوا المعلومات الرقمية وتمكنوا من فهم الرسائل ضمن وصفها الصحيح، أصبحوا أكثر الناس فاعلية بالمشاركة الاجتماعية. لكن هنالك خطورة أخرى، وهي الروح الانعزالية التي خلقت عند مدمني الفيسبوك.

٢ - المواطنون الذين تلقوا التربية الرقمية هم فاعلون في التواصل وابتوا صانعي الإعلام، ويعيدون إنتاجها.

٣ - المواطنون الحاصلون على التربية الإعلامية يصبحون فاعلين في التأثير على الجمهور، وقادرين على استخدام صوتهم، ومحاولة حل المشكلات، وتحسين العالم المحيط بهم.

### قواعد الاندماج في التربية الرقمية

لم يأت موضوع التربية الإعلامية والرقمية من فراغ أو وليد صدفة برز على السطح، بل جاء متماشياً مع ضرورات الحياة وملبياً لحاجات الناس في التعليم والإعلام، وأخذ يتفاعل مع أبرز تفاصيل حياة المجتمعات، بالانفتاح والتعامل الفكري ونقل الخبرات والأفكار والتداول المعلوماتي، في ما بين الناس، وهذه العملية الإعلامية التي أصبحت أداة بيد غالبية الناس في الحاسوب أو الخليوي بتطبيقات الاتصال أو الرسائل، أو الصورة، أو الاتصال بالصورة، كل هذا جعل من الإعلام الرقمي أمراً هاماً لأن يكون ضمن منهج التدريس لعامة الناس، وفي المدارس والجامعات إجمالاً. وعليه، دخلت هذه المجالات الإعلامية حقل البحث العلمي لدراسة سلوك الإنسان عند تناول هذه التطبيقات الإعلامية الرقمية. وبموجب هذه الأهمية، دعت دراسة علمية متخصصة بالتربية على وسائل الإعلام الرقمية، بضرورة تدريس شبكات التواصل الاجتماعي والسلامة على الإنترنت في المدارس من أعمار صغيرة، انطلاقاً من الموجبات الآتية:

١ - تحقيق طموحات فكرية وذهنية واضحة لهذه الفئة العمرية الصغيرة التي يعوّل

عليها في بناء المجتمع وحمل المسؤولية المجتمعية والمساهمة في خطط البناء والتنمية.

٢ - قطع الطريق أمام انتهاكات بعض الجهات والأشخاص الذين يترصون بالشباب وتعويق أفكارهم أو خطفها من خلال إنتاج برامج تساهم في الانحراف السلوكي.

٣ - من خلال اخضاع هذه الفئة العمرية لدراسة الإنترنت والتواصل الاجتماعي من خلال برامج علمية هادفة سينتج هذا شباباً واعياً لديه معرفة جيدة بما هو إيجابي وما هو سلبي، وهذا الفرز ضروري تجنباً للوقوع في الخطأ.

وعليه، استندت هذه الاقتناعات إلى دراسة علمية حديثة شملت ٨٨٣ شاب وشابة من مختلف أنحاء دولة الإمارات العربية المتحدة، وكشفت بأن ٩٥ بالمائة من طلبة المدارس ضمن الفئة العمرية بين (١٤) و(١٨) عاماً مستخدمون نشطون لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يستدعي ضرورة الدخول إلى التربية الرقمية واعتبارها منهجاً دراسياً في المدارس، وحتى الجامعات، لمعرفة خصوصياتها وأهميتها في الحياة الفكرية اليومية وتأثيرها المباشر على سلوكيات ونوعية تفكير معين سيفرض عليهم. وانطلاقاً من قوة التأثير الفكري والمعلوماتي المكثف الذي يتعرض له الطلبة، فإن الدراسة ركزت على قضايا مهمة تواجه الطلاب في المدارس، بأن واحداً من كل اثنين من العينة قد واجه على الأقل شكلاً من أشكال التهديد الإلكتروني بما في ذلك ما معدله ٢٠ بالمائة للتسلط عبر الإنترنت، و١٥ بالمائة لسرقة الهوية، و١٣ بالمائة للتحرش. وبما يعد مؤشراً مقلعاً للغاية، أفادت الدراسة أن ٦ بالمائة من العينة لا يعلمون إلى من يتجهون في حال التعرض لأي شكل من أشكال الجريمة الإلكترونية، مشيرة إلى أن الأسباب وراء ذلك شملت احتمالية الخجل مما واجههم أو لتعرضهم للتخويف لكتمان ما حدث. وأظهر الاستطلاع أن الأطفال يفضلون في غالب الأحيان التحدث إلى ذويهم أو أصدقائهم حول التعرض للتهديد الإلكتروني بمعدل ٤٢ بالمائة و٢٧ بالمائة على التوالي، في حين أن ١٣ بالمائة فقط منهم يتوجهون إلى السلطات المعنية. وفي المقابل ٧ بالمائة من الطلبة يستنجدون بمعلميهم، و١ بالمائة بإدارة المدرسة، الأمر الذي يؤكد الحاجة الملحة إلى زيادة الوعي العام حول وسائل التواصل الاجتماعي والسلامة على الإنترنت في المدارس. وأوضحت الدراسة أن معظم أولياء أمور الطلبة المشمولين في الدراسة على علم باستخدام أبنائهم لوسائل التواصل الاجتماعية ويساعدونهم في هذا المجال، حيث أكد ٨٦ بالمائة من الطلبة بأن أولياء أمورهم مستخدمون نشطون لشبكات التواصل الاجتماعي. كما أفاد سبعة من أصل عشرة من الطلبة بأن أهلهم يفرضون نوعاً من أنواع الرقابة على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعية، في حين أفاد ٧٠,٥ بالمائة منهم بأن أولياء أمورهم على معرفة بجميع حساباتهم النشطة على الإنترنت، كما أكد ٧٧,٥

بالمائة، أي أكثر من ثلثي الطلبة، بأن أولياء أمورهم يندرجون ضمن قائمة أصدقائهم على منصات التواصل الاجتماعي. ويحذّر خبراء الإعلام من لجوء أولياء الأمور من حرمان الأبناء من الاطلاع على التصفّح للحصول على الترفيه والمعلومات والدراسة تحت مبررات الدخول في المحظورات، ويوجهون بأهمية اتخاذ إجراءات الحماية الفكرية من المخاطر المترتبة عن العالم الافتراضي، بوضع معايير وأطر تشمل أفضل ممارسات الاستخدام الآمن والمسؤول للإنترنت، وتنبية الأطفال والشباب إلى المخاطر التي تحفل بها الإنترنت.

لذا، فإن التفاعل الإيجابي من قبل أولياء الأمور والمعلمين والمشاركة الفاعلة في الرقابة على نشاط الطلبة عبر شبكة الإنترنت مهم جداً، حيث إنه سيختصر الطريق للحد من مخاطر التعرض لأي شكل من أشكال الانتهاكات الإلكترونية. وحسب الدراسة العلمية التي تؤشر لنا مستوى الاندماج بين الطلبة والشبكات الاجتماعية، فإن موقع «تويتر» يحتل صدارة المنصات الاجتماعية الأكثر شعبية بين الطلاب في الإمارات بمعدل ٣٦ بالمائة، يليه موقع «فيسبوك» بـ ٢٩ بالمائة. ويتجه ٥٠ بالمائة من الطلبة نحو وسائل الإعلام الاجتماعي بغرض البقاء على تواصل مباشر مع الأصدقاء، ثم للدراسة والدراسة بمعدل ٢١ بالمائة، و١٨ بالمائة على التوالي. وأوضحت الدراسة أن ٥ بالمائة من العينة لم يسمح لهم باستخدام قنوات التواصل الاجتماعي في المنزل، في حين أن ٥٧ بالمائة منهم لا تتاح لهم إمكانية الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي في المدرسة. وفيما يختص بتحديد أهمية استخدام أجهزة الكمبيوتر، أجاز الطلبة بأن الوظائف المدرسية تحتل الأولوية بمعدل ٣٠,٥ بالمائة، تليها الألعاب الترفيهية بمعدل ٢٣ بالمائة ومن ثم تحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو بمعدل ١٨,٧ بالمائة.

إن هذه الإحصائيات والنائج تعدّ مؤشرات لضغوطات الإعلام التي تواجه الإنسان في حياته اليومية وتفرض عليه واقعاً جديداً يحتاج أن يتفهم ما هو الإعلام وما هي الأساسيات التي يجب أن يتعلمها في مناهج التربية الإعلامية والرقمية ليكون واعياً لما يتعرض له، وما يمارسه، بالتعرض لوسائل الإعلام جميعاً والإعلام الرقمي بشكل خاص.

### برامج الدعاية في العصر الرقمي

تعدد وسائل الإعلام الممكن استخدامها في الدعاية (البروباغندا propaganda)، وقد تستخدم التقارير الأخبارية، التقارير الحكومية، الكتب، المنشورات، الأفلام، الإذاعة والتلفاز أو الملتصقات في نشر الدعوة. ففي حالة الراديو والتلفازية يمكن استغلال

نشرات الأخبار والبرامج الحوارية كمصدر للحملات الدعائية. وتعتمد حملات البروباغندا على استراتيجية أنماط بث ممنهجة لتلقين المجموعة المستهدفة بالدعاية. وقد تبدأ الحملة بواسطة دعابة بسيطة كالمشورات أو الإعلانات، وبصفة عامة ستحمل هذه الوسائط أساليب للحصول على قدر كبير من المعلومات، سواء عن طريق موقع على شبكة إنترنت أو خطوط هاتف أو برنامج إذاعي... إلخ. وتهدف الإستراتيجية إلى تحويل الفرد من مستقبل للمعلومات إلى باحث عن المعلومات، ومن ثم إلى صاحب رأي عن طريق التلقين. مع تطور وتوسُّع دُور وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال التي تجتاح عالمنا اليوم، تتماهى باطراد تلك الحدود التي كانت تفصل في الماضي بين دور كل من الإعلامي والمعلن، إذ يضطر كل منهما للتحايل على ارتفاع مستوى الوعي الاجتماعي، مستفيدين من تطوُّر مهارات الاتصال وتقنيات الإبهار، مما دفعهما للانتقال إلى مستويات أعلى من الإسفاف في نقل الصور «المؤدجة» عن الواقع، أو الإمعان في ترسيخ صور أخرى في ذهن المتلقي. ويعتمد عدد من تقنيات البروباغندا على أساليب أبحاث علم النفس الاجتماعي نفسها، ففي كثير من الأحيان يتم الاعتماد على المغالطات المنطقية حيث يقوم القائم بالدعاية باستخدام عبارات مقنعة وإن كانت غير سليمة أو واقعية.

إن دراسة الأساليب التي يتم من خلالها بث الرسائل الدعائية ليست بدراسة جديدة، وتحليل الوسائل التي يتم من خلالها إرسال رسائل دعائية، يتضح أن أساليب نشر المعلومات ووسائل الإعلام تتحول إلى إستراتيجيات دعائية عند تضمين رسائل دعائية من خلالها. ويعتبر التعرف على هذه الرسائل من ضرورات دراسة الوسائل المستخدمة في نشرها، ويعتمد الإعلاميون والمعلنون، على حد سواء، على التطور الملفت في تقنيات الإعلام والتسويق، حيث تستفيد معظم الجامعات المختصة بهذين الفرعين من دراسات تقنيات التأثير والاتصال، والتي تتركز في معظمها على النفوذ إلى العقل الباطن والتأثير اللاواعي على اهتمامات المتلقي ورغباته، ثم توجيهها وفق مصالح النخبة.

## أساليب الدعاية في الإعلام الرقمي

إن المرونة التي يتسم بها الإعلام الرقمي من حيث سرعة الانتشار وقابليته في الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، نبهت الجهات المستخدمة غيره، سواء كانت مؤسسات أو منظمات أو جماعات أو حتى أفراد، إلى ضرورة الاستفادة من خدماته في ممارسة الأساليب الدعائية والحرب النفسية ضد أطراف أخرى، وأخذ هذا النمط الإعلامي يشكّل ركيزة أساسية في ممارسة أنواع الدعاية المغرضة.

عندما قرأت خبراً في صحيفة عربية في آذار/مارس ٢٠١٥ عن استنفاً عسكري وحريق ضخم قرب الكرملين واختفاء الرئيس الروسي بوتين، وانتشار الشائعات بانقلاب عسكري بالتنسيق مع بعض الساسة من مناوئيه، خاصة وأن قراءتي للخبر جاءت بعد مضي أيام على نشره الخبر وانتهاء مفعوله من قاعدة السبق الصحافي، ومع علمي بأن من محاسن الصحف المطبوعة أنها تبقى في متناول يد القارئ ليطالعها متى يشاء، عند ذلك تذكرت مقولة «بريجنسكي» في سبعينيات القرن الماضي في أحد فصول كتابه أمريكا بين عصرين حيث ذكر: «قال لي علماء البحث في بلادنا ومختبراتنا إننا نستطيع خلال سنوات قليلة أن نوصل برامج التلفزة الأمريكية إلى كل بيت في العالم عن طريق هوائي لا يتجاوز قطره المتر والمتر ونصف، وبالتالي عندما نقول إن هذه التكنولوجيا الرقمية التي هي «الديجتال» وبثها عبر الأقمار الصناعية، سنصل إلى طريقة نوصل فيها كافة أفكارنا وطريقة عيشنا الأمريكية إلى أي بيت في العالم». وتوقع نتيجة هذه الحرب الإعلامية والنفسية والاقتصادية سقوط الاتحاد السوفياتي من دون خوض معركة عسكرية معه.

وصيغة هذا الخبر الذي جاء في الأصل من رسالة نصية نقلها أحد النشطاء الغربيين بحسب الصحيفة التي تعاملت معه على أساس أنه مصدر موثوق به، ومن وجهة نظرنا هي دعاية غربية ضد بوتين ضمن حملة صراع معروفة، تعني أن الغرب أدرك مسبقاً قبل غيره في العالم أن التكنولوجيا الرقمية «الديجتال» إذا تم إصالتها بالشكل الصحيح، فإنه بالإمكان إثارة جدل وتحول في العالم، ولذلك بدأ في بناء استراتيجية إعلامية متكاملة مع استراتيجية الأمن القومي، وعلى ما يبدو أن ماكنة السياسة الغربية تجاه الرئيس الروسي فلاديمير بوتين عجزت حتى الآن عن مواجهته سياسياً في العديد من الملفات الدولية الرئيسة، وفي المقدمة منها الملفان الأوكراني والسوري، وما عادت لغة العقوبات الاقتصادية ذات جدوى مقابل إصرار القيادة الروسية والرئيس بوتين على عدم تغيير مواقفها تجاه هذه القضايا، ما دفع بالغرب إلى اللجوء إلى سلاح الإعلام، وممارسة تضليله المعهود في مثل هذه الأزمات، وجر وراءه جميع وسائل الإعلام المرتبطة به أيديولوجياً وعقائدياً، لينفذ كل ما يمكن ترويجه من أخبار ومعلومات، بعيداً عن الأخلاق الصحافية في دقة المعلومة ونقل الحدث.

والمتتبع لخبر اختفاء الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يخلص إلى أن وسائل الإعلام البريطانية كانت هي البطل الرئيس في عملية تضليل الرأي العام العالمي في إطلاق الإشاعة تلو الأخرى لتضخيم أسباب غياب بوتين، في محاولة إثارة الرأي العام الروسي. وكانت صحيفة الإندبندنت أدعت في بعض التقارير أن بوتين حجز غرفتين في إحدى

العيادات الخاصة في سويسرا، ويقاءه إلى جانب صديقه لاعبة الجيماز الأولمبية السابقة «ألينا كاباييفا» في سويسرا ليستقبل مولوده الجديد، واحدة للأم والأخرى لطاقم الحراسة الشخصية، والملاحظ أن جميع مصادر هذه الأخبار كانت مجهولة وغير دقيقة، فمثلاً نقلت قناة الجزيرة عن صحيفة كورير اليومية المستقلة على موقعها الإلكتروني أن طبيب عظام نمساوي سافر إلى موسكو من أجل علاج الرئيس الروسي فلاديمير بوتين الذي يبلغ من العمر ٦٢ عاماً من أيام الظهر «دون ذكر اسم الطبيب، أو مصدر سفر الطبيب وتحت عنوان» سر اختفاء بوتين بين الانقلاب أو الوفاة ماذا يحدث في موسكو؟ أوردت صحيفة الشروق المصرية سبباً فيه من السخرية ما يكفي، وتبرر اختفاء الرئيس بوتين بأنه يتزامن «مع فصل الكرملين شركة العلاقات العامة الأمريكية «أما صحيفة انترناشونال بيزنس تايمز فقد نقلت عن ما أسمته رئيس اللجنة الإسلامية الموالي للكرملين، أن رئيس جهاز الأمن الفيدرالي السابق نيكولاي باتروشييف، قام بانقلاب في موسكو «وتزعم الصحيفة نقلاً عن تقارير إعلامية لم تحدددها، لأن عدة دبابات شوهدت خارج الكرملين بعد انقطاع التيار الكهربائي لمدة ثلاث ساعات في حين زعمت صحيفة الدبلي ميل أن بوتين موجود الآن تحت سيطرة وكالات «الفي تو» الروسية، بعد أن تم تجريدته من صلاحياته».

وبعض النظر عن الموقف من الرئيس بوتين وتوجهاته السياسية الدولية، لكن لو أخضعنا هذا المثال لمنطق التحليل الإعلامي، فإنه يندرج ضمن التوصيف الدعائي المغرض الذي يمارسه الإعلام الغربي ضد بوتين، وهو لا يخلو من أنباء تحمل من الطرافة بعض الشيء، على حساب الصدقية، فمثلاً تناقلت بعض الشائعات إلى نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، منها ما زعم أن الرئيس بوتين اعتنق الإسلام، ما تسبب في غيابه عن الساحة، خوفاً من ردود الأفعال التي ستثار ضده، وأخرى أن الرئيس الروسي كان بحاجة إلى عملية تجميل في وجهه! وأن سبب الغياب كان بسبب إجراء هذه العملية. وأخيراً جاء ظهور الرئيس الروسي وهو يستقبل رئيس جمهورية قيرغيزستان في سانت بطرسبورغ رداً على الإشاعات، بعد أن غيَّب الإعلام الغربي، وسقطت بظهوره جميع التكهنات والأقاويل والإشاعات، وفي كل الأحوال، فإن ظهور الرئيس الروسي لم يشبع رغبة الإعلام الغربي، لأنه كان «شاحب الوجه» ولم تُجر له عملية تجميل، من وجهة نظره.

## أدوات الإعلام الرقمي وإدارة مخاطره

إن هذا الموضوع بقدر ما يساعدك لفهم التحديات المقبلة في عالم الصحافة الإلكتروني أو الإعلام الرقمي، فإنه يهدف إلى تعزيز مهارات المشتركين في كيفية

استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي (social media) في صناعة الأخبار والقصص الصحافية، ومواكبة ما تقدمه التكنولوجيا يومياً في عالم الإعلام والتواصل وفعالية «السوشال ميديا» كأدوات في خلق التغيير. ويركز هذا المجال من الإعلام الاجتماعي على الجمع بين النظري والتطبيقي، بغية إطلاع المتدرب على طرق السيطرة على تدفق المعلومات وإفادة الناس والمواطنين منها عبر التواصل وزيادة التفاعل معهم، واختيار الصحيح والدقيق منها بشكل حاسم. ويعطي هذا المجال للإعلاميين العاملين عليه فرصاً ثمينة لإنتاج تقارير وسائط متعددة. كما ينبغي أن يتعدى الأمر إلى اشراك المجاميع من الصحفيين الاجتماعيين بجانب التقليديين في دورات وورش عمل فرصة ثمينة لزيادة الاحتكاك، والأهم من ذلك خلق الوعي لديهم المتعلق بواقع الحياة الاجتماعية وهموم الناس، والتوغل في كشف أدق تفاصيلها، لتكون الجهات المعنية على دراية بها لأجل المعالجة، وهذه هي المسؤولية والأهداف الاجتماعية المقصودة من ذلك. وهناك بعض النتائج التي يجب التركيز عليها في نهاية التدريب للاستفادة منها، وهي:

- ١ - مهارات جديدة في استخدام السوشال ميديا في جمع الأخبار والترويج للمنتوج الإعلامي الخاص بهم أو بمؤسساتهم.
- ٢ - إنتاج مواد وتقارير صحافية باستخدام السوشال ميديا لوسائل الإعلام وغيرها.
- ٣ - طرق جديدة في استخدام الويب ومحركات البحث في جمع الأخبار.
- ٤ - التدوين للصحافيين، فرصة أم تهديد؟
- ٥ - الموضوعية والصدقية عند كتابة الأخبار باستخدام الويب.
- ٦ - صناعة وترويج الفيديوهات الخاصة.
- ٧ - استخدام مهارات التخزين الحسائي في العمل.
- ٩ - إعداد تقارير تلفازية بجودة عالية باستعمال التطبيقات (Apps).
- ١٠ - إدارة المخاطر الرقمية عند استخدام الويب.

### مميزات الجيل الرقمي في عصر تقنيات الانصال

من الواضح أنه كلما ندخل إلى عالم الإنترنت فإننا نعرف على خواصه وميزاته الفاعلة، حيث يسهم في تقريب المسافات، ويسهل عملية الانصال والتواصل بين الاشخاص والجماعات، بطريقة تفاعلية تتسم بالمرونة. وإذا كان لتقنيات الاتصال والإعلام في الـ ٢٠ سنة الماضية وتطور آليات التعامل بالإعلام الإلكتروني أو الفضائي



دور في خلق نقلة نوعية بمفهوم الاتصال حولت العالم إلى ما يطلق عليه بـ «القرية الصغيرة»، لكن التطور الذي لحق خلال السنوات الأخيرة مع دخول خدمة الإنترنت، الأمر الذي يجعلنا نقول بأن هذا الجيل هو الجيل الرقمي بامتياز، وأصبحنا نَصِفُ العالم بـ «الشاشة الصغيرة» لدقة تطبيقات الإعلام الرقمي ونفاذه إلى أدق التفاصيل الحياتية. وفي هذا الصدد يقول إبراهيم حمداوي أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بطنوان: «في دراسة علمية عام ٢٠١١، إنه يمكن أن نسجل مفارقة غريبة بين هذا الجيل والأجيال التي سبقته، بحيث إن الجيل الحالي يتقن استعمال الشبكة العنكبوتية «الإنترنت» بطريقة سهلة تتم عن تنشئته الحديثة والمتوازية مع تكنولوجيا المعلومات السريعة الاستهلاك، الأمر الذي يجعل مجاله مجال تواصل بامتياز». وما دامت تكنولوجيا المعلومات اخترقت العالم، فإن الإعلام الإلكتروني الذي انبثق من الثورة التكنولوجية والرقمية المعاصرة فرض نفسه في الساحة الإعلامية كمبهر وكإعلام جديد ينافس غريمه التقليدي المتمثل في الإعلام المكتوب والورقي، والدليل على ذلك هو أن الصحافة الإلكترونية تؤسس لملايين من المنابر الإعلامية المتخصصة في جميع المجالات، فمن جانب، هناك مواقع إخبارية وصحافية تجدد مدارها على رأس كل ساعة ومواقع إعلامية للبيع والشراء والإشهار، وما إلى ذلك، ومواقع صحة ومجتمع ورياضة وجمال من جانب آخر.

والأمر الآخر الذي زاد من توجه الأفراد للإعلام والصحافة الإلكترونية على حساب الورقية هو تفاعلها الآني واستخدام الصوت والصورة بطريقة سريعة وسهلة، لذلك لا غرابة في الأمر إن قلنا إنه لا توجد معطيات محددة لإحصاء المواقع والمنابر الإعلامية والصحافية الإلكترونية.

هذا، ويعود ظهور الإعلام الإلكتروني إلى أوائل تسعينيات القرن الماضي، كما يعود صدور أول نسخة إعلامية إلكترونية في العالم إلى مطلع سنة ١٩٣٣، وهي الصحيفة الإلكترونية الأمريكية «سان جوزيه ميركوري». وقد أجريت في هذا المجال مجموعة من الدراسات تؤكد على تزايد نسبة قراءة الصحف الإلكترونية من ٩ بالمائة سنة ٢٠٠٦ إلى ١٤ بالمائة سنة ٢٠٠٨، هذه الزيادة تضاهي أكثر من ثلث قراءة الصحافة الورقية المكتوبة التي أخذت تتضاءل صورتها ويختفي وجودها أمام انظار قراءها.

أما على المستوى العربي فتعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام ٢٠٠١ أول صحيفة إلكترونية عربية، وبهذا تزايد عدد مستخدمي الإنترنت المتكلمين باللغة العربية بحسب إحصاء عام ٢٠٠٧ بنحو ٢٨,٥ مليوناً، أي ما يناهز ٢,٥ في المائة من تعداد المستخدمين في العالم، إلا أن هذا العدد عرف وتيرة سريعة جداً ما بين سنة

٢٠٠٠ و ٢٠٠٧ حيث بلغت نسبة النمو ما يقارب ٩٣١,٨ بالمائة. وبتحديث المعلومات في إحصائية لعام ٢٠١١ إذ شهد الإنترنت ازدياداً ملحوظاً في أعداد الناطقين باللغة العربية، فكان عدد الناطقين باللغة العربية في الإنترنت قد بلغ في ٣١ أيار/مايو ٢٠١١ نحو ٤,٦٥ ملايين مستخدم، وبلغت نسبة نمو العرب في الإنترنت بين عامي ٢٠٠٠ - ٢٠١١ نحو ٥٠١٢ بالمائة، وهذه نسبة نمو كبيرة وأسرع من نسبة نمو الناطقين باللغة الصينية والإنكليزية والروسية والبرتغالية وجميع اللغات الأخرى. هذا ما جعل اللغة العربية من بين أكثر عشر لغات انتشاراً في عالم الإنترنت. أما الآن فقد ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في المنطقة العربية ليبلغ حسب آخر إحصائية بتاريخ ٣١ كانون الأول/ديسمبر ٢٠١١ حوالي ١٠,٨٦ مليون مستخدم. أتت اللغة العربية في المرتبة السادسة على حسب عدد مستخدمي الإنترنت الناطقين بها خلف اللغة البرتغالية بفارق بسيط حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت الناطقين باللغة البرتغالية ٦,٨٦ مليون مستخدم، وتقدمت اللغة العربية على اللغة الألمانية والفرنسية والروسية. وهذه المؤشرات تدل على أن هناك مستقبلاً جيداً للإعلام الإلكتروني في العالم العربي.

وفي المغرب، فقد دافعت شريحة كبيرة عن الإعلام الإلكتروني لأجل وضع قانون معترف به من الحكومة لغرض توفير حماية للإعلاميين في هذا المجال، فتأسست في أقل من سنة ونصف، الرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية والنقابة الوطنية للصحافة الإلكترونية، بهدف ترسيخ مبادئ الإعلام الجديد والدفاع عن أخلاقيات المهنة وتقليل الشوائب التي ترافقه، وتفيد معطيات مهمة لموقع الإحصاءات على الإنترنت «إنترنت وورلد ستات» بأن المغرب يحتل المرتبة الثانية في بلدان شمال إفريقيا والشرق الأوسط بعد مصر في عدد مستخدمي الإنترنت، مما يعني أنه يوجد في المغرب ما يقارب ١٠,٤٤ ملايين مستخدم للإنترنت، أي بنسبة تقدر بـ ٣٣ في المائة من المغاربة الذين يستخدمون الشبكة العنكبوتية بنسبة نمو كبيرة جداً في السنوات العشر الأخيرة، ويكفي أن نذكر على سبيل التوضيح بعض المواقع الإعلامية الإلكترونية الوطنية والجهوية كبلادي بريس، وهبة بريس، وهسبريس ونيوز وبريس تطوان، وغيرها من المواقع التي تستقطب ملايين الزوار في الساعة الواحدة.

وبرغم الدفاع الذي يبديه مدراء وعاملون في صحف ورقية باستمرار الحياة للصحافة الورقية، لكن المؤشرات تؤكد الانخفاض الكبير التي عرفته وستعرفه نسبة المبيعات والقراء، التي بدأت في التراجع يوماً بعد آخر، بأننا نودّع عهد الصحافة الورقية، والدليل الآخر أن كبريات الصحف العالمية التي تتمتع بعمر طويل من صدورها أعلنت شهادة وفاتها من قبل أصحابها، وتحول صدورها اليومي إلى إلكترونية، وليس

بعيداً أن نشهد انقراض الإعلام المطبوع، ولكن من المؤكد بأن بلدان العالم الثالث ستكون هي الأخيرة التي تعلن انقراض هذه الصحافة، لأنها ولدت في العالم الغربي وتموت في العالم النامي.

## الإعلام الرقمي وتعزيز الحريات الثلاث

مراحل تطور الإعلام بصيغته التجديدية التي يعبر عنها البعض بمصطلح «الثورة» بدأت منذ عقدين من الزمن، وبحلول خدمة الإنترنت اختلفت الأمور واختلفت طبيعة أداء الإعلام، وفي هذه الخصوصية لم يبق للمسافات من دور معيق، واخترت السدود والحدود، مازجة بين الصوت والصورة والكلمة، في صيغة رقمية، بعد أن دمجت الحوسبة بالاتصال وأزالت الفواصل بين العمل والترفيه، وفتحت نافذة واسعة للجماهير الغفيرة كي تشارك في ثورة اتصال، وتغيير في كل يوم أنماط الحياة والتفكير في مختلف دول العالم بدرجات متفاوتة، وتنتج مشاهدة ومعالم وأحوالاً لا تصم عنها أذن سمعية ولا تغمض عنها عينٌ بصرية وهي مرحلة تجديد.

إن الذي جرى في البيئة الإعلامية خلال السنوات الأخيرة هو عملية تجديد بكل المقاييس تساهم في تعزيز الحريات الثلاث نحو «التفكير والتعبير والتدبير»، ويمكن أن نصفها بأنها حقبة إعلامية أو اتصالية تضاف إلى ما يشهده العالم من حراك فكري ونعول عليها في إحداث تغيير في منظومة تفكيرنا، من دون إراقة أي قطرة من الدم، لا سيما بعد أن صارت الثورات السياسية نفسها تنساب في سلاسة وسلامة عبر الآليات الديمقراطية كما يقول جون فوران وزملاؤه في كتابهم الأثير مستقبل الثورات والثورة الاتصالية، تلك تكسر النماذج الإرشادية التقليدية متسقة في هذا مع الطفرات المعرفية التي شهدتها العالم في العقد الأخيرين، ومن ثم لا يمكن فهمها أو الإحاطة بها اعتماداً على طرق التفسير التقليدية لأداء الإعلام ونظرياته البسيطة المعهودة، بل تحتاج إلى اقترايات ومداخل مبتكرة وجديدة تواكب التطور المتنامي الذي يشهده عالم الاتصال، ولهذه المراحل التجديدية سمات عدة كنوع من العصف الذهني:

**السمة الأولى:** هي توسيع المشاركة الشعبية في صناعة الإعلام بما جعلنا نشهد ما يمكن أن يسمى بالمواطن الصحافي، إذ بوسع أي شخص أن يكتب ما يشاء ويثه على الإنترنت في موقع خاص أو مدونة أو حتى في تعقيب على مقالات الكتاب وأخبار وتقارير وتحليلات وتحقيقات الصحافيين، وهذا الاتساع حقق كل ما حلم به من كتبوا منذ عقود عن مسرح المهوورين متخيلين ومطالبين بأن يشارك المتفرجون في صناعة النص المسرحي وتمثيله. حيث إن الإعلام الرقمي الذي تتأكل قدرة السلطة المستبدة

على حصاره وتقويضه وإسكات صوته، سيؤدي بتتابع إلى تعزيز الحريات الثلاث في التفكير والتعبير والتدبير.

**السمة الثانية:** هي تعزيز الفردية التي تتوغل دوماً بفعل التقدم التقني وتغيير بعض أنماط وطرق المعيشة، فاختراع الطباعة وتقدمها أدى إلى إنهاء التجمعات البشرية التي كانت تحلق حول شخص يقرأ لهم مخطوطاً، ويات بوسع كل شخص أن يقرأ كتابه بنفسه. كما أدى اختراع الساندويتش إلى انصراف أفراد الأسرة عن التجمع لتناول الوجبات اليومية المعتادة، على المنوال نفسه، فإن الإنترنت ستزيد من عزلة الفرد عن المحيطين به مباشرة من أفراد الأسرة والأصدقاء، وتعيد دمجه في مجتمع افتراضي ليصبح له أصدقاء من شتى أرجاء المعمورة، قد لا يرى وجوههم أبداً، لكنه يتواصل معهم ويقضي بصحبتهن ساعات طويلة عبر البريد الإلكتروني، والماسنجر، والتشات، والفيديو، والتويت، واليوتيوب، ومثل هذا الوضع قد يعيد في المستقبل تشكيل الهويات والانتماءات.

**السمة الثالثة:** هي إعطاء دفعة قوية لاقتصادات المعرفة، فإذا كان النفط قد لعب دوراً حيوياً في الثورة الصناعية، فإن عالم الرقميات ستكون له القوة الدافعة في الطفرات الاقتصادية الحديثة التي تسعى جاهدة إلى الاعتماد على بدائل جديدة للطاقة وإلى إنتاج سلعة جديدة لم يعرفها العالم سابقاً.

**السمة الرابعة:** هي التي تتعلق بتحدي السلطة عبر منازعتها في امتلاك وسائل الإعلام والرد عليها حين تستخدم هذه الوسائل في التعبئة والحشد وتبرير السياسات القائمة وتزييف الوعي في شقه المناهض للاستبداد والفساد، وهنا يكسر الإعلام الرقمي تسلطية وأحادية ورسمية وقديسية أهداف الإعلام التقليدي، ويضغط على السلطة من أجل تحسين الأوضاع القائمة وتغييرها بما يؤدي إلى مزيد من الحرية والكفافية، حتى وصل الإعلام لممارسة سلطة الرقيب الحقيقي على أداء الحكومات في ظل نظم تتراوح بين الشمولية والطغيان، حولت البرلمان إلى مقهى عام، وسلبتها وظيفة المراقبة، ووظفت دورها في تشريع القوانين لخدمة من هم في سدة الحكم وتابعيهم.

إن الإعلام الرقمي الذي تتآكل قدرة السلطة المستبدة على حصاره وتقويضه وإسكات صوته، سيؤدي بالتتابع إلى تعزيز الحريات الثلاث حول «التفكير والتعبير والتدبير» إذ إنه يساعد الناس على الاطلاع على ما يجري في مختلف أرجاء المعمورة من ظفوس وطرق تفكير وتصرف، ويفتح أمامهم باباً واسعاً ليعبروا عن آرائهم، ثم يمنحهم وسيلة مهمة لممارسة النضال المدني، حيث يعينهم عن التواصل والتعبئة

والتحريض على معارضة النظم المستبدة، لكن الإنترنت تبقى هنا مجرد وسيلة وليست غاية، فالدعوة إلى العصيان المدني والاضطرابات والاعتصامات من خلال البريد الإلكتروني أو الفيسوك، إن لم تتبعها استجابة في الواقع، فإنها تفقد معناها.

**السمة الخامسة:** وترتبط بالإفراط في استخدام الإعلام كركيزة أساسية في السجال العقائدي الذي يدور في العالم أجمع، لا سيما أن الدين يشكل عاملاً بارزاً من عوامل الصراع الدولي الراهن بفعل إذكاء الولايات المتحدة لمسار الإسلاموفوبيا في سياق بحثها عن عدوّ عقب انهيار الاتحاد السوفياتي السابق، من جهة، وطرحها فكرة الفوضى الخلاقة التي تقوم على إشعال النعرات الطائفية والمذهبية والعرقية، من جهة ثانية. ومع تَعَوُّل العولمة وعودة الاستعمار التقليدي، بعد أن ظن الأغلبيّة من علماء السياسة أنه قد ذهب إلى غير رجعة، بدأ دور الإعلام يتصاعد في المقاومة، وتظهر أيضاً مواقع على شبكة الإنترنت لبعض الجماعات والتنظيمات والحركات المناوئة للولايات المتحدة.

هذه السمات الخمس للإعلام المتجدد تضع الإعلام التقليدي في تحدٍّ واضح، لكن ليس بوسعها أن تهيل عليه التراب كاملاً، ونظريات التحديث على اختلافها تنبؤنا بأن القديم لا يموت كله، وأنه لا ينطوي دائماً على شرور أو نقائص يجب التخلص منها، بل إن بعضه أجدى للناس، وقد ظن بيل غيتس أن الصحف الورقية ستختفي تماماً في عام ٢٠١٨، لكن الأمر الواقع جعله يعيد النظر في رأيه ويعترف بأنه لا يمكن أن يقطع بشيء خاص لمستقبل لا يراه ولا يلمّ بقوانينه وظروفه كافة.

## الإعلام الرقمي ومفهوم الإدارة الإعلامية

أثير الجدل في أكثر من محفل ثقافي فكري عن التوصيف الحقيقي للإعلام في عصر تقنيات الإعلام الذي نشهده في الوقت الحاضر وهو يرتقي سلماً عالياً تدريجياً، حيث شهد منتدى الإعلام العربي في دورته العاشرة في دولة الإمارات نقاشاً مطولاً في أكثر من جلسة، بشأن ما أطلق عليه الإعلام الكلاسيكي و«الإعلام الحديث» ودورهما في الحراك الذي يشهده الوطن العربي، ودار النقاش حول التسمية بـ «الإعلام الحديث» أو «الإعلام الجديد»، ويتضمن الشبكات الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الإلكترونية، مثل الفيسبوك وتويتر ويوتيوب، والبريد الإلكتروني، والتراسل الفوري وغيرها. ويتحمس بعض جمهور الشباب وغيرهم من المنبهرين بإطلاق صفة الإعلام على شبكات التواصل، واعتبروا أنها لعبت دوراً مهماً في تحريك الشارع العربي في أكثر من عاصمة، ويرجع لها الفضل في إحداث تحولات جذرية في مجتمعاتها.

وتشغل الكثير من المنتديات الإعلامية المتخصصة بدراسة أطر الإعلام الإلكتروني

وطرق وأساليب التعامل به عبر منصات الاتصال على الصفحات الاجتماعية أو غرف الدردشة في بث المعلومات والتواصل مع المستخدمين، وأكثر ما يشغل أصحاب هذه المنديات في مؤتمرات وندوات ونقاشات معمقة البحث في التسمية هل أن هذه الشبكات الاجتماعية من الفيسبوك والتويتير واليوتيوب، والإيميل، والتراسل الفوري وغيرها تصنف على أنها تندرج ضمن «الإعلام الحديث»؟ ويقول الباحث حمد سالمين السويدي في مقالة عن «الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية» إن تصنيف هذه الشبكات الاجتماعية ضمن الإعلام الجديد يتجاوز واقعها بكثير، فهي ليست وسائل إعلامية ولا يمكنها أن تكون كذلك بمعطياتها الحالية. ويرى أنه ربما جاءت هذه الصفة من الترجمة الحرفية لكلمة «ميديا» من اللغة الإنكليزية (Social Media)، والترجمة الدقيقة لهذا المصطلح تعني شبكات التواصل الاجتماعي. وتعريف (Social Media) هو وسائل التواصل الإلكترونية، مثل صفحات الإنترنت والشبكات الاجتماعية والمدونات، لنشر معلومات وآراء المستخدم، ورسائل شخصية، وتكوين مجتمعات افتراضية ذات اهتمام مشترك. ولعبت هذه المواقع دوراً مهماً، بالإضافة إلى القنوات الإخبارية المتميزة والهواتف النقالة وغيرها، في تحريك الشارع العربي وإحداث التغييرات المجتمعية بتوجهاتها السياسية والأمنية والاقتصادية، وكما حصل في منطقتنا العربية، لكنها لم تكن الفاعل الوحيد وصاحبة الفضل في هذه التغييرات.

إن مفهوم الإعلام الحديث ببساطة يُقصد به دمج تقنيات الإعلام الحديثة في عمل وسائل الإعلام، واعتماد العملية التفاعلية مع القارئ والمستمع والمُشاهد، حيث كان التواصل بين الإعلام الكلاسيكي و«المتلقي» في اتجاه واحد. لكن اليوم في الإعلام الحديث، اختلفت المعادلة، وأصبح المستخدم سواء كان القارئ أو المستمع أو المشاهد عنصراً فاعلاً ومؤثراً في عملية تحديد واختيار محتوى الوسيلة الإعلامية. وأخذ القارئ يتحكم باختيار الأخبار التي ترده على بريده الإلكتروني، أو حتى على هاتفه الجوال، وأصبح بإمكانه الاطلاع على اللقطات الفيديوية من خلال مواقع الصحف الإلكترونية بدلاً من الاكتفاء بالصور. وفي إطار هذه العملية التفاعلية أخذت الفضائيات تلتقى الرسائل النصية والفيديوية من المواطنين أو المراسلين الهواة، وساهم هذا التشابك والتعاون الثنائي المتبادل إلى حد كبير في تغيير مفاهيم إدارة العمل الصحفي، ورسم بوضوح طبيعة عمل الإعلام الحديث التفاعلي. ونظراً لأهمية الإعلام الرقمي الذي بدأت بواكير عمله في الإعلام الغربي، دفع كليات الإعلام بالجامعات الأمريكية إلى تدريس كيفية استخدام الوسائط المتعددة من الفيديو والفلش والغرافيك والتصوير الرقمي وتصميم المواقع على الإنترنت، في صناعة الإعلام والإعلان والتسويق، وتوظيفه في

الميدان المهني. وقد أشاطر الباحث حمد سالمين السويدي في ما يراه خطأ من اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي وسائل إعلام حديثة، فليس أبداً، كل ما يقال في هذا الميدان الاجتماعي من آراء المواطنين، أنه إعلام. فليس كل من حمل المقياس هو مهندس معماري، فربما يكون عامل بناء. وحتى إن أصاب في تصميم عمارة، فلا يمكن أن يصبح مهندساً معمارياً.

إن هذه المواقع تفتقر إلى المهنية والصدقية، وهما من صميم العمل الصحافي، والقائمون عليها ليسوا إعلاميين، ربما تتضمن شبكات التواصل معلومات أو مادة أولية يمكن توظيفها، بعد التحقق منها، في الخبر أو القصة الصحافية. إن هذه المعلومات لا بد أن يتم التعامل معها كما يتم التعامل مع ما يسمى بلغة الصحافة «خط خبر» وبالإنكليزية (News tip)، وهي معلومات أولية تحتمل الصواب أو الخطأ، ولا بد من التحقق منها لاعتمادها في كتابة خبر أو تحقيق. وكثيراً ما تقع قنوات فضائية كبيرة في خطأ جزاء تضليل يمارسه بعض الهواة الذين ينشرون مواد إعلامية عبر الشبكات الاجتماعية مثل اللقطات التلفزيونية، ومن ذلك الخلط في نقل صور تلفزيونية لأحداث حصلت في العراق ووظفت في أحداث سوريا، أو في أحداث مصر، ووظفت لأخبار تخص أزمة اليمن مع الفارق الزمني في حقيقة وقوع هذه الأحداث. لقد منح الإعلام الرقمي أفراد المجتمع فرصة ثمينة في إعادة صياغة أفكارهم ربما بطريقة أكثر زخماً من التي تفرضها آراء الأحزاب على قواعدها الجماهيرية وساهم إلى حد بعيد في بلورة نظرة الشباب على وجه التحديد لإعادة صياغة واقعهم وفق منظور الواقع المشيع بالمعلومات التي يتم ضخها عبر منصات الشبكات الاجتماعية، وربما منحهم فرصة في طرح أفكارهم بجرأة وشجاعة، عبر الفائدة التي تمتع بها رواد الفضاء الإلكتروني في التعبير عن آرائهم حول مختلف القضايا والأحداث، ورسخت لديهم مفهوم الحرية في طرح الرأي، وبرغم ذلك فإن الشباب بدل أن يمارسوا حياتهم بطريقة أفضل، راحوا يصرخون بأصوات عالية في بعض المرات سببت ضجيجاً في الأوساط الاجتماعية.

## الإعلام الرقمي وفرص التعليم

إن عالم اليوم مليء بالصور والصوت عبر الوسائل المختلفة من تلفزيونات، راديوهات، حواسيب، وجراند، ومجلات، وإعلانات. ويمكن وصف الثقافة المعاصرة بأنها ثقافة القراءة والكتابة عن طريق الوسائط التي أخذت تزحف كثيراً على حقوق الكتابة المطبوعة، ومن المتوقع أن يُحدث العصر الرقمي ثورة في التعليم حيث تمكن تقانات هذا العصر الطلاب من أن يصبحوا أكثر نشاطاً وأكثر استقلالية في تعلمهم.

شبكة الإنترنت تسمح بإقامة تجمعات ذات بنى معرفية جديدة يمكن فيها الأطفال والبالغين في أنحاء العالم من أن يتعاونوا وأن يتعلموا الواحد من الآخر، وربط الناس مع بعضهم عبر أجهزة حواسيب أو أجهزة اتصال ذكية حتى اتسمت بخواص وفرص تعليمية إيجابية للغاية. وهذه الخواص ما يلي:

١ - توفر هذه الحواسيب للطلاب فرصة تحمل مسؤولية التعلم عن طريق الاستكشاف والتعبير والتجربة. وهذا سينقل دور الطالب من كونه متلقياً إلى متعلم، ودور المعلم من خبير إلى متعاون أو موجه ضمن طبيعة التعليم بالشراكة أو المشاركة الفكرية والحوارية، تلك هي سمة العصر الرقمي الحالي، وستتطور لأكثر من هذا مستقبلاً. حول هذه الأفكار تتمحور البنية التعليمية لهذه المرحلة، حيث إن المعرفة ليست فقط عملية نقل من الأستاذ إلى الطالب، وإنما أيضاً الكيفية لتلقي الطالب لهذه المعرفة من الناحية الذهنية. والمقترح الذي يفرض نفسه هنا، يدعو إلى ضرورة إيجاد اتصال قوي بين ما يتم عمله وما يتم تعلمه: فالنشاطات مثل عمل، بناء، برمجة تؤمن وسيلة غنية للتعلم، وتمكّن الطلاب من حمل مسؤولية أكبر في العملية التعليمية.

٢ - توفر هذه التطبيقات الهامة لتقانة الحاسب أسلوب المحاكاة الحاسوبية التي تمكّن الطلاب من استكشاف ظاهرة ما تكون كلفة العمل بها في حال عدم استخدام المحاكاة عالية، أو يكون من غير العملي البتة العمل بها خلال الدرس. ويمكن التأكيد بأن أعمال المحاكاة فعالة لأنها تؤمن أداة توجيه جيدة للطلاب لفهم ومكاملة ما تعلموه.

وتشغل مؤسسات التعليم والتكنولوجيا بمناقشات معمقة على صعيد عالمي حول التقانات الجديدة ودورها في المجتمع وارتباط مدرسة المستقبل بهذه التقانات. على صعيد الاتحاد الأوروبي، أقرّ رؤساء دوله منذ اجتماعهم في لشبونة في آذار/مارس ٢٠٠٠ بأن الاتحاد الأوروبي يواجه تغييراً مفاجئاً ناجماً عن العولمة والاقتصاد الجديد المُقاد بالمعرفة، ووضعوا أمامهم هدفاً استراتيجياً رئيساً هو أن يصبح اقتصاد الاتحاد الأوروبي الأكثر منافسة وديناميكية وقيادةً بالمعرفة في العالم، قادراً على النمو بشكل مستمر مع فرص عمل أكثر وأفضل، وتماسك اجتماعي أقوى. لقد استند المعنيون في الاتحاد الأوروبي في قراراتهم المشار إليه أعلاه إلى أن الطريق قد أصبح معبداً لأجل الاقتصاد الجديد وللمجتمعات التي توجه بشكل متزايد بواسطة المعلومات والمعرفة، وإلى اقتناعهم أنه، وعلى الرغم من أن أنظمة التعليم والتدريب في أوروبا تأتي ضمن المواقع الأفضل في العالم، إلا أن بلدانهم تعاني ضعفاً أساسياً، وتقع خلف الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك فيما يخص استخدام التقانات الجديدة للمعلومات والاتصالات، ويظهر ذلك بشكل أساسي في مجالات عدة، أبرزها قلة أعداد المعلمين



المختصين بالتعليم عبر الحاسب وكلفة شراء الحاسب، وأعداده في الصفوف الدراسية وقلة البرمجيات المتعلقة بالتعلم، وكلفة الاتصالات عبر الإنترنت آنذاك، وغيرها من المعوقات، الأمر الذي دفع تلك الدول خلال ذلك المؤتمر في ٢٠٠٠ إلى مراجعة الوضع التعليمي الرقمي وإيجاد الحلول اللازمة، ووضعت أهدافاً خاصة بمواءمة أنظمة التعليم والتدريب للمجتمع المبني على المعرفة شملت:

أ - تدريب عدد كاف من المدرسين على استخدام الإنترنت وموارد الوسائط المتعددة، خلال سنتين.

ب - التأكد من أن المدارس ومراكز التدريب قد أصبحت مراكز محلية لتحصيل المعرفة ومتاحة لأي شخص.

ج - تزويد التلاميذ بثقافة رقمية واسعة خلال مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات.

إن الهدف من مبادرة التعليم الإلكتروني هو تقوية عرى التعاون وتحسين الروابط بين الإجراءات والمبادرات على كل المستويات، سواء المنطقية، المحافظة، الدولة، ودول الاتحاد، وبين كل المعنيين في هذا المجال: الجامعات، المدارس، مراكز التدريب، متخذو القرار، المعينون بانتقاء التجهيزات والبرمجيات والخدمات بأنواعها. وقد تشكلت ثلاث فرق عمل للعمل في موضوع مبادرة التعليم الإلكتروني لبلدان الاتحاد الأوروبي.

في المملكة العربية السعودية أكدت دراسة علمية إن التعليم شهد تطوراً متسارعاً بشكل ملموس وأخذ يتوسع منذ مطلع الألفية الثالثة، وبلغ عدد الطلاب والطالبات في عام ١٤٢٢/١٤٢٣ للمراحل التي تسبق المرحلة الجامعية ما يزيد على ٤,٦ مليون، وعدد المعلمين والمعلمات والإداريين للعام الدراسي ١٤٢٣/١٤٢٢ كان بحدود ٤٠٠ ألف. ولا بد عند وضع الخطط لمدة منظورة (مثلاً ٥ سنوات) للانتقال إلى المدرسة الإلكترونية من مراعاة التطور للأعداد المذكورة أعلاه والتي تقدر سنوياً بحوالي ٢,٥ بالمائة للطلاب و٤,٢ للمعلمين و١,٧ للإداريين. والواقع أنه خلال السنوات ما بعد العام ٢٠٠٠ أولت غالبية البلدان العربية اهتماماً بتدريس الحاسوب في المدارس، واعتبرت أن دراسة الحاسب الآلي مادة إجبارية منذ عدة سنوات لطلاب المرحلة الثانوية، مما يشكل خطوة جيدة باتجاه مدرسة المستقبل. ومن المناسب استكمال الخطوات الأخرى لهذه المدرسة بتحقيق أفضل استفادة ممكنة مما تقدمه التقانات الجديدة من إمكانات لكسب المعرفة. إضافة إلى تعميم استخدام الحاسب والتقانات المشار إليها في المراحل التي تسبق المرحلة الثانوية ووفق خطط معدة لهذه الغاية.

وتوصلت الدراسات العلمية المختصة بالتعليم الرقمي في عدد من البلدان إلى تنمية

هذا اللون التعليمي باعتباره سمة العصر الحالي والمستقبلي في التطور العلمي المتقدم ومن سماته أنه:

- سيؤدي إلى تغييرات أساسية في مجالات الحياة المختلفة، ومن الضروري مواكبته بشكل ملائم.

- المدرسة الإلكترونية، بما في ذلك التعليم عن بُعد، هي إحدى النتائج الهامة للعصر الرقمي وتقاناته الجديدة، وتعتبر الركيزة الرئيسة في تعليم الغد.

- متطلبات المدرسة الإلكترونية متشعبة وتشمل: التأهيل والتدريب، التجهيزات (حواسيب ووسائط متعددة) البرمجيات (التشغيلية والتعليمية)، الشبكات (المحلية والإنترنت)، التحديث ومعدلاته، الخدمات والصيانة.

- ضرورة الانتقال التدريجي إلى المدرسة الإلكترونية وفقاً لخطة معدة بشكل محكم، تلبي الاحتياجات الفعلية للمجتمع من النواحي المختلفة، وتكون بكلفة معقولة وذات مردود منظر عال:

- ضرورة تبني التوجهات بشأن هذه المدرسة بحيث يستفاد من التقانات الجديدة المرتبطة بها في المحافظة على الثقافة الإسلامية، بل وتعزيزها.

- الحاجة إلى تشكيل فريق عمل مهني رفيع المستوى تشارك فيه الجهات المعنية لوضع الدراسة اللازمة بشأن عملية الانتقال إلى المدرسة الإلكترونية، وتهيئة الأعداد المناسبة من الطلبة مع توفير الملاكات التعليمية والإدارية.

### مميزات الإعلام الرقمي في التعليم

أصبح الكثير من الراغبين بالدراسة، يلجؤون إلى ممارسة التعلم عبر الإعلام الرقمي مستغلين الإمكانيات الضخمة التي يوفرها هذا النمط الإعلامي التفاعلي الذي يمتاز بمهاراته العالية في الحصول على المعلومة والفكرة، ومن شأنه أن يؤدي إلى إمكانية رسم صورة خيالية، وهناك الكثير من المميزات للإعلام الرقمي في التعليم أهمها: -

١ - زيادة الحماس لدى المتعلم من خلال الصور والطرق المشوقة للعرض.

٢ - تمتع الدارس باستقلالية التعلم، وبذلك ينتقل من التعلم الموجه من قِبَل المعلم مثلاً إلى تعلم يقوم هو بنفسه بضبط إيقاعه.

٣ - يساهم في سرعة التعلم والمادة التي يرغب في دراستها والوقت المناسب له للدراسة.

- ٤ - يوفر فرصة للدارس كيف يتحمل المسؤولية أيضاً عن أفعاله.
- ٥ - بإمكان الدارس أن يحصل على معلوماته من أي مكان في العالم، وألا يبقى في الحدود الضيقة للمدرسة أو الجامعة.

## معوقات وسلبيات الإعلام الرقمي

- برغم الخصائص والمميزات الإيجابية التي يتسم بها الإعلام الإلكتروني وقدرته في الأداء الإعلامي، فإن هنالك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وتوسّع سبل التعامل به، ومنها:
- ١ - ضعف المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الرقمي.
- ٢ - المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، وأدوات الإعلام الرقمي.
- ٣ - صعوبة توفر المال لتمويل مشروعات الإعلام الرقمي.
- ٤ - غياب التخطيط للإعلام الرقمي نوعاً ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- ٥ - عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.
- ٦ - السرعة في البث الإلكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- ٧ - انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.
- ٨ - صعوبة الوثوق والتحقق من صدقية العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.
- ٩ - انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
- ١٠ - التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
- ١١ - مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على تناقص عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية التقليدية، وبالتالي زادت من حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.
- ومن جانب آخر، أثبتت الدراسات العلمية أن هناك بعض السلبيات التي ترافق أداء

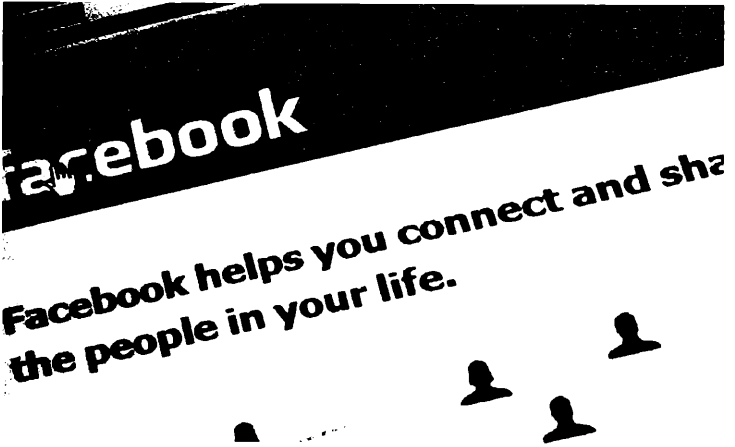
عمل الإعلام الرقمي التي يمكن متابعتها من خلال التقرير الآتي:

### الشخصية على فيسبوك تؤثر على فرص عملك

وجدت دراسة حديثة نشرتها صحيفة الديلي ميل أن الحسابات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على فرص عمل الأشخاص المتقدمين للحصول على وظائف معينة.

وقال أكثر من نصف الخبراء في الموارد البشرية، إن المعلومات الشخصية والطريقة التي يعرف بها المستخدمون عن أنفسهم على المواقع الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وأنستغرام، تؤثر على فرص توظيفهم. هذا، ومن الممكن أن تأتي الطلبات المقدمة للحصول على مقابلة عمل بالرفض، بعد إطلاع أرباب العمل على صفحات المتقدمين الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي. ولذلك يبدو أن الباحثين عن عمل أصبحوا حذرين تجاه هذا الموضوع، حيث تمكنوا من تحديد بعض النقاط السلبية التي يجب عدم إدراجها في المعلومات الشخصية على صفحات المواقع الاجتماعية.

وقال أندي سمنر منفذ هذه الدراسة: «المزيد والمزيد من الموظفين وأصحاب العمل يبحثون عن طرق جديدة لاختيار الشخص المناسب أو العمل المناسب، لذا يقدم غوغل «للبحث» أكثر مما يمكن أن تقدمه السيرة الذاتية».



© صفحتك الشخصية على فيسبوك تؤثر على فرص عملك www.news18.com

كما أن على المتقدمين للعمل إعادة التفكير في ما يكتبونه أو يضيفونه إلى ملفاتهم الشخصية والمهنية على مواقع التواصل الاجتماعي، من أجل بناء صورة صحيحة عن شخصيتهم. والأمر نفسه ينطبق على أرباب العمل وملفاتهم الشخصية على الإنترنت، من خلال إعطاء صورة جاذبة للباحثين عن عمل وللمواهب الشابة إلى مؤسسة ما. وأكدت نتائج الدراسة أن الحسابات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن تلعب دوراً سلبياً أو إيجابياً في إعطاء الباحثين عن الوظائف فرصة للعمل في شركة ما.

### الوسائط المتعددة في التعليم (multimedia)

هذه الوسائط هي آخر أجيال ثورة الاتصال، وأخذت تتبنى دوراً كبيراً في التعلم والتعليم ورفد الأشخاص بالمعلومات والبيانات وزيادة معارفهم عبر آليات نشر متطورة، ويطلق عليها بالوسائط الجديدة أو الوسائط المتكاملة التي تمزج بين مختلف أنواع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال لتكون تحت التصرف في وقت واحد، مما يعطيها الامتياز في سرعة الانتشار ونقل المعلومات والبيانات. ومن ذلك مثلاً الصوت والصورة والرسوم والنص متوفرة في آن معاً مع إمكانية التفاعل فيما بينها. وترتكز هذه العملية التجديدية الاتصالية على مجموعة مرتكزات رئيسة أهمها الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس، وأنظمة الذكاء الصناعي، إضافة إلى تقنية الألياف الزجاجية أو الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية، ودفع هذا الامتياز الاتصالي إلى تزواج بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات يصعب الفصل بينهما.

### عناصر الوسائط المتعددة

يتضمن برنامج الوسائط المتعددة مزيجاً من الوسائط لعرض المحتوى والتي تمثل فرصة كبيرة للتعليم والأخبار ونقل المحتوى للمستخدمين والمتابعين لوسائل الإعلام الرقمي من خلال هذه المواد الآتية:

أ - النصوص Texts

ب - الكلام Spoken Words

ج - الصور الثابتة/ الفوتوغرافية Still Pictures

د - الرسوم الخطية Graphics

هـ - الرسوم المتحركة Animations

و - الصور المتحركة/ الأفلام Motion Pictures/ Movies

لكن هل يشترط أن يُوجد جميع هذه العناصر في برنامج الوسائط المتعددة؟ بلا شك، إن التعدد يتطلب وجود حد أدنى، لكن لا يشترط وجود هذه العناصر مجتمعة دائماً، وعموماً ينبغي أن لا يقل عدد الوسائط بأي حال عن ثلاثة. ويتضمن مصطلح الوسائط المتعددة عدداً من تكنولوجيا الحاسوب، ولكنه يدل بشكل أساسي على الفيديو والصوت والتخزين اللازم لهذه الملفات الضخمة. ويمكن أن نحدد بعض الخدمات التي تقدمها تقنية الوسائط المتعددة بما يلي:

١ - التعليم والتربية، إذ تساهم هذه التقنية في تغيير الطرق الاعتيادية في التعليم وتعطيها المزيد من الديناميكية. وتضفي عليها طابع المشاركة (التفاعلية) إذ بشكل الحاسوب أداة تربوية متممة لوسائل تعليمية أخرى. فبإستطاعة الطالب العودة إلى القواميس الإلكترونية أو الموسوعات، للبحث عن مضامين معلومات وافية، فضلاً عن انتقال البرامج من النص إلى التصميم، ومن التصميم إلى الفقرة السمعية والبصرية، ومنها إلى الحركة الإعلامية، وفقاً لتطور الدرس، في الوقت نفسه الذي يمكنه من الحصول على شرح أكثر تفصيلاً للأجزاء (المعلومات) غير المفهومة، وبذلك، فهي قادرة على تقييم وقياس التقدم الذي يحرزه الطالب، بل ويطوِّع العملية التعليمية لاحتياجاته وقدراته.

٢ - المؤتمرات عن بعد، توفر إمكانية المستخدم لإدارة حوار مفتوح معزز بالصوت والصورة من خلال كاميرات فيديو وبرامج للصورة والصوت.

٣. توزيع البيانات والفهارس، وهذه تفيد بشكل كبير المعلومات كبيرة الحجم، إذ بالإمكان حفظ تلك المعلومات مهما كان نوعها (بيانات - صورة - ملفات صوتية - لقطات فيديو) على أسطوانة ليزيرية قابلة للكتابة عليها (Recordable CD's) حيث تصبح عملية نقلها وتوزيعها سهلة وغير مكلفة بالجهد والوقت والتنفقات.

٤ - الحاسبات متعددة الوظائف، ومن خلال كارت الصوت، يتم إرسال الفاكسات والمعلومات والصوت والتعامل عن بعد مع الأشخاص، ومن هنا يتحول الكمبيوتر إلى جهاز متعدد الوظائف، حتى بمقدوره أن يتحول إلى جهاز هاتف مزود بألة رد تلقائي للمكالمات الهاتفية.

٥ - وظيفة ثقافية (المساعدة الراقية) توفر إمكانية تزويد المستخدم بالخرين الثقافي والمعرفي والوثائقي، ففي الوقت نفسه الذي نستمتع فيه مثلاً إلى إحدى مقطوعات (موزارت) بالإمكان أن ننظر خلال الشاشة لنص عن سيرة حياته، أو أجزاء المقطوعة نفسها، أو التعليق المرافق لها، وهكذا... إذ بإستطاعة المستخدم أن يبدل في كل لحظة مساره ضمن البرنامج. وبذلك أصبحت المساعدة لا تقتصر على إظهار المعلومات

النصبة فقط، وإنما وجود مؤثرات صوتية ولقطات فيديو تكون مخزونة على الأسطوانة المدمجة أو متوفرة على أي موقع في شبكة الإنترنت، تعطي شرحاً وافياً عن التطبيق أو تقدم معلومات مساندة له.

٦ - الألعاب التعليمية والثقافية، إن إدخال صورة الفيديو المتحركة مع إدخال تقنيات الواقع الخيالي (الافتراضي) يعطيان بعداً جديداً للعب على الكمبيوتر، فالسباق بسيارات حقيقية، وحرب الشوارع والمصارعات الحرة وقيادة لعبة كرة القدم بأبطال حقيقيين، وتقديم صورة مقاربة للواقع والمناظر التي تجري فيه، لها أهميتها في التأثير على الخيال الاجتماعي للأطفال وعلى تركيبتهم الذهنية، وبالتالي على سلوكهم وقدراتهم المعرفية.

### الإنفوغرافك (صحافة البيانات) بين الإلكتروني والمطبوع

ظهرت صحافة الإنفوغرافك التي تُعدّ من الأشكال الصحافية التي انتشرت في المواقع الإلكترونية كمحاولة لجذب القارئ من فيض صحافة المواطن والفيديو والتويتر، ويقوم هذا النمط الصحافي على تقديم المعلومات باستخدام الرسوم البيانية والعلامات البصرية المميزة لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القارئ، ويعتمد بشكل أساسي على المعلومات المجردة بحيادية من دون ظهور أي رأي للمحرر. لاقت الصحافة الإلكترونية، صحافة المواطن، إقبالاً شديداً من قبل المستخدمين خلال العقد الأول من القرن الحالي الحادي والعشرين، باستخدام الفيسبوك والتويتر في نشر الأخبار، وغيرها من العناصر التي أدت إلى تطور سريع في مجال النشر الصحفي، وخلقت جيلاً جديداً من القراء يسعى وراء «خير الكلام ما قلّ ودلّ» وأبسط وأسرع وسيله لإيجاد الخبر، ونتيجة لتلك السرعة في إيقاع الحياة عموماً، وفي عملية نقل الأخبار بالإضافة لتسارع الأحداث نفسها، اتسم القارئ المستخدم للصحافة الإلكترونية بجميع أشكالها بالملل، ولم يعد يطيق قراءة موضوع تصل كلماته إلى ٧٠٠ كلمة أو أكثر، وأصبح أيضاً يسعى وراء الجديد سواء في شكل المادة المعلوماتية المقدمة أو المضمون.

لم يعد «سحر الكلمات» جاذباً للقارئ كما كان في الماضي، وأيضاً بدأ يعزف عن ارتياد المواقع الأخبارية التي اعتاد عليها نظراً لما يقدمه «الفيسبوك والتويتر» وشبكات الأخبار السريعة من تغطية سريعة للخبر، أسرع من أي موقع إخباري.

لجأت أغلب المواقع الإلكترونية إلى الإنفوغرافك في محاولة لجذب القارئ، وخاصة في التغطيات الصحافية للأحداث الكبرى كتغطية الانتخابات على سبيل المثال، أو في المقارنة بين زمنين مختلفين، أو في تغطية حدث رياضي وغيرها. وبما أن

إمكانات المواقع الإخبارية في تصميم الإنفوغراف بأشكال مختلفة وتقنيات متعددة لا توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، أجبر القارئ على متابعة الإنفوغرافك من خلالها، وبالتالي ضمنت المواقع الإلكترونية نسب مشاهدته عالية وخاصة في الأحداث الكبرى.

## لماذا نفضّل الإنفوغرافك؟

إن الأسباب التي دعت المؤسسات الإعلامية والتعليمية المختصة لتبني موضوع الإنفوغرافك تعود للأسباب الآتية:

١ - تسهيل نقل المعلومة للقارئ وعرض كم معلومات كبير في مساحة قليلة وخاصة في عرض تسلسل زمني أو مقارنات.

٢ - يوفر الوقت والجهد.

٣ - تحليل البيانات ومعرفة الأسباب والنتائج وإيضاح العلاقات بين العناصر المختلفة للحدث.

٤ - يمكن استخدامه كصورة يتم نشرها بشكل واسع على مواقع التواصل الاجتماعي.

٥ - يمكن أن تستخدم أشكالاً متنوعة للتعبير عن المعلومات (الرسم البياني، الخرائط التفاعلية، الدوائر، تصميمات غرافيك) وهذه الأشكال تقوم مقام الكلمات.

٦ - وسيلة تشويقية لنشر تقارير قد تكون معقدة أو طويلة، ولكنها غير مملة.

وينتشر بين الصحفيين مفهوم خاطئ مفاده أن الصحافة الإلكترونية هي صاحبة السبق في استخدام الإنفوغراف، لكن أراشيف الكثير من الصحف العربية والعالمية تحمل تاريخاً لافتاً في استخدام الإنفوغراف والرسوم التوضيحية المعلوماتية الجاذبة للانتباه لتوصيل المعلومات للقارئ من دون استخدام الكثير من الكلمات. ولكن كفانا من التاريخ، فلا يمكن إنكار فضل الصحافة الإلكترونية على الإنفوغراف خاصة أنها وفرت ميزات التفاعلية التي تتيح جذب المزيد من القراء، كما، أنها جعلت من إمكانية المراجعة والإضافة التي تتيحها إمكانات المواقع الإلكترونية سبقاً جباراً في جعل عملية تحرير بعض أنواع الإنفوغراف عملية ممتدة ودائمة (مثل الخرائط التفاعلية كخريطة التحرش في مصر مثلاً التي يمكن الإضافة إليها طوال الوقت). وتحاول الصحف المطبوعة استخدام الموتيغات (أحداث قصصية أو أفكار أو صور نمطية) يتم استخدامها في المواقع الإلكترونية، إلا أن هذا الأمر يتطلب مجهوداً مضاعفاً وتقنيات خاصة.



## الفرق بين إنفوغراف المواقع الإلكترونية والوسائل المطبوعة

يمكن الفرق بين النوعين في نقاط عدة يتميز بها كل نوع منهما بما يلي:

### أولاً - إنفوغراف المواقع الإلكترونية:

- ١ - تتميز بإمكانية استخدام وسائل مختلفة للتعبير عن الإنفوغراف مثل استخدام الخرائط - والرسم البياني - والملفات التفاعلية - تحليل الخطاب في موضوع واحد.
- ٢ - يمكن استخدام تقنيات الموقع الإلكتروني التي تضمن إدراج تحديثات على الإنفوغرافات التفاعلية (إضافة تحديثات في بيانات نتيجة الانتخابات على الخريطة التفاعلية الخاصة بالمحافظات مثلاً) نموذج (أكتب دستورك) ملف تفاعلي.
- ٣ - تتيح المواقع الإلكترونية سهولة استخدام ألوان وتصميمات مختلفه جذابة للقارئ.
- ٤ - يتيح نشر الإنفوغرافك على الموقع الإلكتروني الاستفادة من تعليقات القراء خاصة في حالة البيانات التفاعلية، يضاف إلى ذلك سهولة تداوله على وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر).
- ٥ - يمكن المحرر أو مصمم الجرافيك تعديل، أو تغيير، أو حذف أجزاء من الإنفوغراف بسهولة.

### ثانياً - إنفوغرافك الوسائل المطبوعة:

- ١ - قامت بعض الصحف باستخدامه كبديل عن الموضوعات المكتوبة خاصة في حالة التعبير عن حقبة زمنية معينة أو المقارنة بين حالتين.
- ٢ - يستخدم الإنفوغرافيك كذلك كمكمل للموضوعات المكتوبة، وذلك وفقاً لإمكانيات الجريدة المطبوعة مثل الجانب المعلوماتي أو رصد تاريخي لمشكلة ما يتناولها تحقيق معين فيلجأ الصحفي لاستخدام الإنفوغرافك للتقليل من حجم مساحة الكلام، ولإراحة عين القارئ من طول الكتابة مثل: Time Line (سرد زمني) عن محاولات خروج السوريين بشكل غير شرعي إلى أوروبا.
- ٣ - تحليل للمضمون، بمعنى تحليل خطابات الرؤساء، على سبيل المثال، لمعرفة أهم القرارات وأكثر الكلمات انتشاراً في الخطاب وغيرها.

### شكل الإنفوغراف المطبوع ومشكلاته

يعدّ شكل الإنفوغراف المطبوع من أصعب الأشياء، لأنه يكون صورة مصمته

دائماً، وبها عناصر قليلة طبقاً لمساحة النشر المتاحة حيث يصعب فيها التغيير أو التعديل، فيجب تجنّب أي خطأ فيها، لأنه من المستحيل تغيير إنفوغراف بعد طبعه في الجريدة. ولا يوجد حرية في استخدام الألوان أو تصميمات مختلفة، لأنه يجب الالتزام بالألوان الخاصة بالجريدة المطبوعة وموتيفاتها (أحداث قصصية وأفكار وصور نمطية) محددة سلفاً لدى المخرج الصحفي.

لإنجاز إنفوغرافك مطبوع ناجح يجب أن:

١ - لا تجعل القارئ يبذل مجهوداً في استيعاب الإنفوغراف.. فشرط المضمون الصحفي الناجح هو البساطة.. استخدم أبسط الأشكال لتوصيل المعلومة.

٢- يجب أن يتم استخدام عناصر مترابطة ببعضها في تصميم الإنفوغراف ومناسبة للمساحة المتاحة للنشر.

٣ - لا يجوز استخدام كلمات السرد، أو الكلمات المبهمة التي تحتل أكثر من معنى. لا تستخدم الصفات أبداً كلمات مثل (أضخم - أكبر - أسوأ - ... إلخ) مرفوضة في الكتابة الصحافية عموماً وهي مرفوضة كذلك في الإنفوغراف.

٤ - يجب أن تكون معلومات الغراف دقيقة وموثقة ومعلومة المصدر.. أذكر مصدرك دوماً.

٥ - يجب أن يكون هناك تنسيق بين الصحفي والمخرج حتى يتمكننا من إنجاز إنفوغراف جيد وسهل ومناسب للنشر في الجريدة.

٦ - في حالة عدم تناسب الموضوع مع الصورة المنشورة يجب أن يتم اختصار المادة سواء بإعادة التحرير أو بحذف عناصر غير مؤثرة في الإنفوغرافك.

٧ - استخدم أدوات مناسبة للتعبير عن الفكرة، لا تفرط في استخدام الموتيفات والأدوات الخاصة بالإنفوغراف من دون حاجة حقيقية.. فالإفراط يؤدي لتعقيد الإنفوغراف وعدم فهم القارئ له، هذا يعني أنك فشلت في مهمتك.

٨ - يمكن استخدام أشكال مبتكرة كبديل للموتيفات المرسومة في حالة عدم وجود موتيفة مناسبة للموضوع في مكتبة المخرج.

٩ - الخرائط يصعب رسمها في الصحيفة المطبوعة، وبالتالي، من الصعب التعبير عن نتائج الانتخابات على سبيل المثال باستخدام الخريطة ويمكن التعويض عنها

باستخدام الرسومات البيانية التي توضح اتجاهات التصويت في كل محافظة، أما المواقع الإلكترونية فيمكن معها استخدام الخرائط بسهولة.

١٠ - يمكن استخدام الصورة الصحافية في حالة عدم وجود مونيّة مناسبة للتعبير عن الموضوع المطلوب.

### المجتمع العلمي والمحتوى العربي الرقمي

إنّ تناولنا لموضوع تعزيز المحتوى الرقمي العربي من طرف المجتمع العلمي لم يكن إلا لشدة الانتباه لعامل طبيعة ونوعية المضمون الذي ينبغي تعزيزه. فليس أي مضمون باللغة العربية في أي مجال ينبغي أن ينال الدعم والتطوير، وإنما ينبغي التركيز على المضامين الأكاديمية المعرفية بدرجة أكبر، فهي الكفيلة بخدمة اللغة العربية وجعلها لغة حية ورائجة بين اللغات الأخرى. فإجراء الدراسات والبحوث في مختلف الميادين، ونشرها عبر الإنترنت باللغة العربية يسهم في التنمية الاقتصادية والفكرية، وفي نهضة العالم العربي، ويجعله يستفيد من غفوته وغيوبته التي كان السبب الرئيس فيها تخلفه في الميدان العلمي.

وعلى هذا الأساس، فإن المجتمع العلمي المتكون من الأساتذة، الباحثين، الطلبة وكل المشتغلين في الميادين والهيئات العلمية كالجامعات والمكتبات ومراكز البحث والدراسات، له دور كبير وأساسي في أي محاولة لتطوير وتعزيز المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت، وذلك لعدة أسباب، فهذه الفئة هي التي تملك المهارات التقنية والعلمية، التي تسمح لها بإيجاد برامج وخلق مضامين باللغة العربية، وهي التي تستطيع إطلاق مبادرات ومسابقات ومشاريع في هذا المجال. وإذا كانت الظروف المهيئة لهذه الفئات ملائمة جداً في الدول المتقدمة، مما يسمح لها بالإنتاج العلمي بكل الأشكال، ونشره بمختلف الطرق (ورقياً، وإلكترونياً)، فإن الأمر يختلف تماماً في العالم العربي. بحيث نجد في بعض الدول ظروفاً سيئة وواقعاً مزريراً، لا يسمح بتأناً بالنشاط والإنتاج العلمي، لا بشكله الورقي ولا بشكله الإلكتروني.

ففي الوقت الذي تتوجه فيه الدول المتقدمة إلى امتلاك كل باحث لوسيلته الخاصة لنشر بحوثه ودراساته عبر التطبيقات الإلكترونية، عبر مختلف التقنيات والخدمات الإلكترونية (كالمواقع الخاصة، المدونات، مواقع الأرشيف المفتوح...)، فإن الكثير من الجامعات العربية والمراكز لا تزال لحد الآن، من دون مواقع خاصة بها، وما زال الكثير من أساتذتها وباحثيها يفتقرون إلى هذه الخدمات، مما يجعلهم يجدون صعوبات جمة في التواصل مع باحثين آخرين، وفي الاطلاع على آخر المستجدات في الدراسات التي

تعنى بمجال تخصصهم. وحسب دراسة للباحثة تهاني عمر عبد العزيز، فقد تبين أن غالبية الأساتذة المبحوثين يشيرون إلى أنهم لا يجدون ما يشبع رغبتهم من المصادر الإلكترونية بالعربية في مجالات تخصصهم. وفي دراسة أخرى للباحثة عزة جوهرى حول «واقع الإفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية بالبحث العلمي بجامعة الملك عبد العزيز بجدة»، تبين أن الاستشهاد بالمصادر الإلكترونية باللغة العربية ضعيف، وبالتالي هناك ضرورة لدعم مصادر النشر الإلكتروني العربي من جانب الناشرين والباحثين كقناة للنشر العلمي، حيث يمثل القدر الضئيل بجانب الأجنبي كمصادر إلكترونية، فمن نتائج بحث حول تحليل استشهادات مقالات دوريات علوم المكتبات والمعلومات كأحد العلوم الحيوية وجد أن الاستشهاد بالمصادر الإلكترونية العربية بلغ ٢ بالمئة مقابل ٩٦ بالمئة بالإنكليزي. وإن دلت هذه الدراسات على شيء، فإنما تدل على النسبة الضئيلة للمصادر الإلكترونية العلمية باللغة العربية عبر شبكة الإنترنت، مما يجعل الباحثين يستعملون مصادر بلغات أخرى - وما أكثرها - في بحوثهم ودراساتهم.

ويشير كذلك الكاتب زين عبد الهادي إلى «انعدام مؤسسة تعمل على تجميع الرسائل الجامعية والأوراق البحثية وأعمال المؤتمرات والتقارير والمطبوعات الحكومية وتقوم بتكثيفها وإعداد مستخلصات لها ووضعها في مرادف». وهذا ما أدى إلى هذه الحالة من التردّي التي تعرفها المضامين الرقمية باللغة العربية. فحتى النسبة الضئيلة الموجودة على الشبكة هي مضامين غير ذات قيمة. وفي ظل هذا الوضع تتعاطم أهمية اضطلاع المجتمع العلمي بمهمة تطوير المحتوى الرقمي العربي العلمي، الذي يقدم الحضارة العربية والإسلامية ومنجزاتها في أرقى صورة، ويجعل الثقافة العربية تعلق مكانتها عبر هذا الفضاء التواصلي الذي تزداد أهميته يوماً بعد يوم في كل المجالات. وينبغي على المجتمع العلمي أن يعمل جاهداً على تطوير التقنيات والخدمات الاتصالية الجديدة وتوظيفها لتعزيز المضامين باللغة العربية، ونشرها إلكترونياً عبر هذه الخدمات والتطبيقات.

إن النشر الإلكتروني يساهم في نشر وتوزيع الإنتاج العلمي، عبر نشر الأطروحات، المقالات، الكتب، أعمال المؤتمرات، وبالتالي يساهم في تطوير اللغة التي نشرت بها هذه المواد، فبقدر ارتفاع نسبة المنشورات العلمية المختلفة بلغة معيّنة، بقدر ما تزداد أهمية هذه اللغة وتزيد نسبة انتشارها. وإذا كان كثير من الكتاب يلقي باللوم والمسؤولية على الجامعات والمؤسسات فيما يخص عملية تطوير المحتوى الرقمي العربي، فإننا نعتقد أن الأساتذة والباحثين وطلبة الدراسات العليا، يتحملون كذلك جزءاً هاماً من هذه المسؤولية، فلو أن كل أستاذ يمتلك موقعه الخاص أو صفحته أو مدونته الخاصة عبر

شبكة الإنترنت، ونشر فيها مختلف المضامين، لما كان الأمر على ما هو عليه الآن، ولو أن كل طالب جامعي يتقن مهارات إنشاء مدونات وصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وحاول أن ينشر عبرها ما أمكنه من مضامين علمية وثقافية، لما كان واقع المحتوى العربي الرقمي كما هو الآن. فعلى سبيل المثال، نجد أن طلبة بعض التخصصات العلمية (تكنولوجيا الاتصال، الصحافة الإلكترونية، الإعلام الآلي، الإلكترونيك...إلخ) يملكون قدرات في هذا المضمار، ولكنها لا تستغل لتحقيق هذه الغاية، نظراً لقلة مبادرات تحفزهم على ذلك. ولذلك، فإننا نركز بشدة على الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الفئة في عملية تعزيز المضامين العلمية بالعربية على شبكة الإنترنت، والتي يمكن أن تساهم بدورها في تطوير التعليم والبحث العلمي في العالم العربي، عبر توظيف هذه المضامين من دراسات وبحوث.

### التقنيات وتعزيز المحتوى الرقمي العربي

تحتوي شبكة الإنترنت على مجموعة من الخدمات والتطبيقات الإلكترونية التي يمكن المجتمع العلمي من خلالها، أن يقوم بإنتاج مضامين إلكترونية ونشرها، وغالبية هذه التطبيقات لا تتطلب مهارات كثيرة للتحكم في استعمالها لنشر مضامين إلكترونية (سواء كانت نصوصاً مكتوبة أو محاضرات وتسجيلات فيديو)، وهو ما يجعل توظيفها من طرف المجتمع العلمي لتعزيز المحتوى العربي الرقمي أمراً سهلاً للغاية. ومن بين هذه التطبيقات نذكر:

١ - المدونات الإلكترونية (blog): وهي كلمة اشتقت من «إدغام كلمتين اثنتين هما (log web) وقد وضع هذا المصطلح (weblog) الكاتب الأمريكي (jorn barger) في كانون الأول/ ديسمبر ١٩٩٧م، للإشارة إلى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر آرائهم»، ويقصد بها كذلك الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على عناصر ومواد منشورة وفق ترتيب كرونولوجي، ويتضمن نصوصاً، صوراً، وأفلام فيديو مرئية أو مسموعة، ويمكن أيّ زائر أو قارئ أن يبدي تعليقاً حولها. وتعتبر منبراً لأصحابها لنشر ما لم يتح نشره في غيرها من المنابر. وبالتالي فهي «تطبيق من تطبيقات الإنترنت يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة واب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير/ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة. وإن

كانت المدونات في بداياتها الأولى مجالاً لتفريغ مكتوبات الأفراد ولتوثيق حياتهم الشخصية وللتعبير عن أحاسيسهم وشعورهم، فإنها أخذت تياراً آخر في السنوات الأخيرة، «ونأت عن الطابع الاحتجاجي والإسقاطات الذاتية، وتحولت إلى منبر يرفع أصواتاً ويضم مواد متعددة: نصوص إبداعية، رؤية نقدية وفلسفية، قراءات للأحداث، شهادات وتجارب فردية، مُحولَّةٌ بذلك هذا الفضاء إلى بوابة تنبعث منها مختلف الأفكار، والثقافات، والآراء حول مختلف القضايا السياسية، الثقافية، الدينية... إلخ، وتزواج خلالها مختلف التوجهات الفكرية عبر النقاش والحوار والتبادل للأفكار والتعليقات. وتطورت المدونات بشكل كبير مما أدى إلى جلب الآلاف من الأفراد ليصبحوا مدونين، خاصة مع إدخال تقنية السمععي البصري، فأصبحت المساهمات مكتوبة ومسموعة على شكل فيديو ومرئية على شكل أفلام، ربما هذا ما جعل التقنيين يطلقون عليها تسمية «وسائل الإعلام الثرية (rich media). وتأخذ المدونات شكلين، فأحدهما يتم تحريره والمشاركة فيه عبر الحاسوب المتصل بالإنترنت (weblogging)، والآخر يُتاح عبر الهواتف المحمولة، ويشار إليه بكلمة (moblog) الذي يُعد اختصاراً لكلمتي (Mobile Blog) أي الموقع المفتوح الشخصي المحمول. وقد تنامت المدونات وازداد عددها بشكل مذهل، فحسب موقع تكنوراتي (Technorati) الذي يعنى بأرشفة وتبويب المدونات على الإنترنت، فإن عدد المدونات الموجودة عالمياً، وذلك حتى شهر أيلول/ سبتمبر ٢٠٠٧م، بلغ ١٠٦ ملايين مدونة بمختلف اللغات، وبلغ ١١٢ مليون مدونة في ٢٠٠٨ وفي سنة ٢٠٠٩ بلغ حوالى ١١٢,٨ مليون مدونة.

٢ - مواقع بث تسجيلات الفيديو: أو مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو، وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويثونها، ومن أبرز هذه المواقع، موقع يوتيوب (youtube) الذي أنشئ سنة ٢٠٠٥. وتشير بعض المصادر أن هناك ١٠٠ مليون فيديو تَتم مشاهدتها يومياً عبر يوتيوب، كما يتم منه إنزال ١٣ ساعة من التسجيلات كل دقيقة. وفي سنة ٢٠١٠م فاق عدد التسجيلات المشاهدة ٠٢ بليون، ويتم بث ٢٤ ساعة تسجيل كل دقيقة؛ كما أن ما نشر من تسجيلات عبر الموقع في ٦٠ يوماً، يفوق ما تنتجه أكبر ثلاث شبكات أمريكية في ٦٠ سنة. «وتشير مصادر أخرى إلى أن ٧٠٠ مليار فيديو تم نشرها في ٢٠١٠. أما موقع (dailymotion) فقد تمت مشاهدة مليار فيديو شهرياً». هذا واشتهر كذلك موقع (myvideo) المملوك من طرف شركة غوغل (google).

٣ - مواقع البودكاست (podcasting): كلمة «البودكاست» هي مزيج بين كلمتين (broadcast) و (iPod)، وهي تقنية تتيح مجموعة من ملفات أو تسجيلات فيديو سمعية

وبصرية، والتي يشترك معها الجمهور بصفة مجانية عبر شبكة الإنترنت، وتعرض آخر الملفات وأحدثها، ويمكن الأفراد مشاهدتها وتحميلها. وهناك أعداد كبيرة من مواقع وتطبيقات البودكاست، ونظراً لتعدد مضامينها (سياسية، اقتصادية، ثقافية...) فقد عرفت رواجاً وشهرة كبيرة، ففي سنة ٢٠٠٥م كان عدد المستعملين ١٠ ملايين، وقد توقعت بعض الهيئات أن يصل الرقم إلى ما بين ٤٥ و٧٥ مليوناً عام ٢٠١٠م، وقد اعتبرت الكلمة بمثابة «كلمة العام» من طرف قاموس (New Oxford American Dictionary) سنة ٢٠٠٥م. والبودكاست منتشر جداً على الشبكة، ويقوم على مبدأ المحتوى الصوتي حسب الطلب الذي لا يرتبط بموعد بث البرامج على الراديو، أي يتاح عبر مواقع للتحميل ولا يكون البث آنياً، البودكاست الإذاعي مختلف جذرياً عن الاستماع مباشرة عبر الإنترنت، لأن المستمعين قادرون على حمل البرنامج معهم والاستماع له حينما يكونون مستعدين لذلك. وهناك تقنية التدوين الصوتي التي تسمح للأفراد بالتسجيل في الموقع لتلقي كل ملف جديد.

٤ - مواقع التشبيك الاجتماعي (social Networking sites): أو وسائل الإعلام الاجتماعية (social media)، ويسمى سرج برولكس تطبيقات النشئة الاجتماعية (outil de socialization)، وهي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية، ونشر ما يرغبون من مضامين (صور، تسجيلات، نصوص...)، وهي تلعب دوراً كبيراً في بناء علاقات اجتماعية بين الأفراد. وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، ففي دراسة أعدها «ديوان الاتصالات البريطاني»، «تؤكد أن نموها السريع وانتشارها الحالي يشير أنها تقنيات الاتصال السائدة حالياً لكثير من الناس» لدرجة أن من لا يملك صفحة خاصة يبدو منعزلاً عن العالم، كما تقول (danah boyd) من لا يوجد على صفحات الماي سبايس فهو غير موجود (If you're not on MySpace, you don't exist) وتشير بعض الأرقام أنه «من بين ٥٠ موقعاً أكثر زيارة نجد ١٠ مواقع للشبكة الاجتماعية». «وما يثير الانتباه هو السبب الذي جعل المستخدمين يقبلون على المواقع الاجتماعية بكثرة، مقارنة بالخدمات الأخرى للإنترنت»، ويرى البعض أن «الطبيعة التشاركية (The participatory nature) لوسائل الإعلام الاجتماعية جعلتها تختلف عن الواب»، بالإضافة إلى حرية التعبير المطلقة مع إمكانية إخفاء الهوية، وما تتيحه من إمكانية تغيير الشخصية ولعب الأدوار المختلفة، وإشباعها لرغبة الهروب الاجتماعي، والأهم من ذلك كله هو إمكانية إقامة العلاقات مع أفراد من كل مناطق العالم. ومن أشهر هذه المواقع، موقع ماي سبايس (myspace) الذي أسسه كل من: Tom Anderson ، Josh Berman ، Brad Greenspan و Chris DeWolfe سنة ٢٠٠٣، وفي ٢٠٠٥ قامت مؤسسة روبرت

ميردوخ (News Corporation) بشراء الموقع بمبلغ ٥٨٠ مليون دولار. وقد صُنِف الموقع في المرتبة السابعة عالمياً سنة ٢٠٠٨م، كما احتل المرتبة الأولى من بين عشر مواقع في العالم عام ٢٠٠٧. أما بالنسبة إلى موقع فيسبوك (Facebook) فقد أسسه مارك زوكربيرغ (Mark Zuckerberg). وحسب إحصائيات استعمال الإنترنت سنة ٢٠٠٨ فإن موقع فيسبوك صُنِف في المرتبة الخامسة عالمياً وفي سنة ٢٠١٠م بلغ عدد مستعمليه ٥٠٠ مليون فرد. واشتهرت مواقع أخرى مثل «تويتر twitter»، و«لينكد إن linkedin».

٥ - مواقع الويكي (wiki): وقد اخترعتها (Ward Cunningham)، وهي مواقع للتحريير الجماعي التشاركي (collaborative authoring)، تمكن كل فرد من الكتابة والنشر، وتعديل مضمونها ومقالاتها، عبر إضافة أشياء أخرى، وتمتيز بنصوصها المتشعبة (hypertext)، فالويكي «موقع نشيط يمكن أي زائر أن يغيّر صفحاته حسب مشيئته، وتسمية ويكي (Wiki) مشتقة من التعت المستعمل في لغة هاواي «wikiwiki» بمعنى السرعة، وقد اختارت مؤسسة وارد كينغهام (Ward Cunningham) مبتكرة نظام (Wiki) عام ١٩٩٥، هذه العبارة لتطلقها على أول موقع يعمل وفق هذا المبدأ ألا وهو موقع (wikiwiki web). إنه مبدأ بسيط إذ يتعلق الأمر بنموذج تحرير وثائق على أساس تعاوني. ويعني ذلك عملياً أنه بإمكان أي زائر أن يعدّل الصفحة التي هو بصدد قراءتها. ليتم بعد ذلك تسجيل التعديلات، علماً بأنّ كلّ النسخ السابقة تبقى في متناول كلّ زائر (كما هو الشأن بالنسبة إلى أي برنامج معلوماتي لإدارة النسخ)، وهكذا يحزّر مؤلف أول مقالاً ويكمله ثان ثم يصلح أحد النقاد بعض الأخطاء التي قد يكون لاحظها وهو يبحر في الموقع»، ومن أشهر مواقع الويكي، موقع ويكيبيديا (wikipedia)، التي «أسست في عام ٢٠٠٠م، وتحتوي على ٩٠٠٠٠٠٠ مقال بحوالى ٢٥٠ لغة»، أسسها جيمي ويلز (Jimmy Wales). استطاعت أن تحقق نجاحاً بعد ثلاث سنوات من إنشائها، إنها نوع من الصحافة التشاركية التي لا مثيل لها، آلاف من الأفراد من أنحاء العالم يضيفون خبراتهم، أصواتهم وميولهم فيها، يقدر مؤسس الموقع عدد المشاركين بانتظام بحوالى ١٠٠٠ مشارك منتظم، وعشرات الآلاف من المشاركين غير المنتظمين. ومن بين المشاريع المستقبلية لصاحب الموقع مشروع (wikipedia 1.0) الذي ينتقي أحسن المقالات لتطبع في دورية منظمة جيداً». كما أطلق موقع (Wikinews) في ٢٠٠٤ من طرف ويكيبيديا. «وهو عبارة عن موقع لجمع الأخبار من طرف أفراد مشاركين متطوعين». وقد حققت موسوعة ويكيبيديا نجاحاً لم يكن متوقفاً حتى من طرف مؤسسها جيمي ويلز الذي قال في محاضرة بجامعة هارفارد مخاطباً الجمهور: «لو أنني



كنت هنا قبل خمس سنوات أخطب فيكم حول موسوعة بريتانیکا (Britanica) التي خصص لها في عام ١٩٩٦ فقط، ميزانية تصل إلى ٣١٥ مليون دولار، ولو أخبرتمكم أنني سأقوم رفقة مجموعة من الأفراد عبر الإنترنت بإنشاء موسوعة (wikipedia)، من المؤكد أنكم ستقولون بأنه أمر مستحيل، لأنه سيتطلب لنا ملايين وملايين الدولارات، لكنه حصل فعلاً لإنجاز الموسوعة من دون إنفاق هذه الدولارات، ولذلك فإنني لا أقدر أن أتوقع ما يمكن أن يحدث في المستقبل وأنتم كذلك». وبالفعل فقد أشارت المجلة المشهورة (Nature) أن موسوعة (Wikipedia) تقدّم مقالات تقترب من، أو تماثل، تلك التي تقدمها موسوعة بريتانیکا.

وقد اشتهرت مواقع أخرى مثل ويكيوكس (wikibooks)، ويكيمايا (wikimania)، وموقع (wikitravel) وهو عبارة عن دليل سفر عالمي، يشارك فيه أفراد ويكتبون حول المناطق التي يعيشون فيها أو زاروها وقضوا أوقاتاً فيها. وقد أثرت مواقع الويكي على الجانب الإعلامي، فقامت مؤخراً كل من جريدة سان دييغو تريبيون (San Diego Tribune) وأون لاين جورناليزم ريفيو (the Online Journalism Review) باستعمال الويكي لتبني مساهمات قرائها وكتاباتهم، وفي ٢٠٠٥م قامت صحيفة لوس أنجلوس تايمز (LATimes) بتصميم موقع ويكي (Wikitorial) لتسمح لقرائها بكتابة افتتاحياتهم عبره وحتى موقع ويكيليكس فقد كان يتعاون مع خمس صحف دولية لنشر وثائقه، وهي الغارديان البريطانية ودير شبيغل الألمانية ونيويورك تايمز الأمريكية، والبايس الإسبانية، ولوموند الفرنسية.

٦ - مواقع تصنيف المضامين وتسميتها (Folksonomies) أو (social bookmarking): «هي مواقع وتطبيقات يقوم من خلالها الأفراد بتنظيم المضامين، وهذه الكلمة مشتقة من (taxonomy) التي تعني علم تصنيف الأنواع، وبالتالي فكلمة (Folksonomies) تشير لجماعات افتراضية تقوم بجمع وتنظيم المضامين والمعلومات، وتقوم بوضع علامات (tag) لكل وثيقة، أي وضع كلمة واصفة، أو كلمة مفتاحية تدل على محتوى الوثيقة أو المادة، ويمكن لأي فرد أن يضيف كلمة أخرى». وعرفت هذه المواقع كذلك بتسمية «المواقع الاجتماعية لتصنيف المضامين ووضع علامات لها» (social bookmarking)، ويتم عبرها تصنيف المضامين وفهرستها (Tagging and Folksonomies) وإعداد كلمات واصفة (descriptive words) مرفقة مع وثائق وفيديوات وعناوين إلكترونية (URL)، وهي بمثابة معلومات فائقة (meta-data information)، وهذه التقنية تمنح المستعمل طرقة لتنظيم المحتوى وتقاسمه مع الغير، وتنظيم المعلومات بشكل جماعي تشاركي وتقاسمها مع الآخرين. من أشهر هذه المواقع

(delicious2) و(flickr3)»، وتمكن هذه المواقع كذلك من إعداد قائمة المواد المفضلة وتقاسمها مع الآخرين». وتسهل تقنية التعليم (وضع علامة) للمضامين (Tagging) وإدراج كلمات مفتاحية دلالية فيها، من عملية البحث عنها والوصول إليها، لأن إنتاج المضامين من دون عناوين أو كلمات دلالية، تصعب عملية الوصول إليها.

٧ - تطبيقات التزويد بالمضامين، الأخبار والمعلومات (RSS): أو نظام تلخيص المضامين أو التزويد المبسط للمعلومات، وهي اختصار (Really Simple Syndication)، وتمثل في تجميع الأخبار والمقالات والتسجيلات، وعناوين (الصفحة والمواقع...) بشكل منظم وإرسالها للأفراد، ويتم الاعتماد على عدة مصادر إلكترونية لتجميع مضامين عبر الإنترنت ونشرها، عبر وضع عناوين إلكترونية وروابط لمواقع، وبعد النقر عليها تقوم البرمجية بالعودة إلى المصدر الأصلي آلياً والبحث عن معلومات جديدة وتحديثها». ويقوم الأفراد بالتسجيل مع هذه المواقع، وتصله المضامين والتحديثات بشكل دوري» على شكل قائمة من الروابط والملخصات والعناوين، وبمجرد النقر عليها تنقلنا مباشرة للنص أو المصدر الأصلي.

٨ - جماعات النقاش (Online discussion groups) ومنتديات المحادثة الإلكترونية: يقصد بالمحادثة الإلكترونية كل حوار، نقاش، دردشة، أو حديث يتم بين شخصين، أو بين شخص ومجموعة أشخاص بواسطة التقنيات الإلكترونية المختلفة عبر شبكة الإنترنت، إما بالنص، وإما بالصوت والصورة أو كليهما معاً، ويمكن أن يكون هذا النقاش متزامناً أو غير متزامن؛ ويقابل هذا المفهوم عدة مصطلحات في اللغتين الفرنسية والإنكليزية، فنجد مثلاً في قاموس Grenier يذكر عدة تسميات «chat bavardage, discussion, échange» ويعرفها بأنها عبارة عن حديث بين شخص وآخر، أو بين شخص وعدة أشخاص، من خلال عملية اتصال مباشرة» أو غير مباشرة، فتشمل تقنيات لانزمانية مثل القوائم البريدية (Mailing lists) ومجموعات الأخبار (newsgroups) ولوحات الإعلانات (bulletin boards)، وتقنيات تزامنية مثل غرف الدردشة (Chat rooms) ومنتديات المحادثة (Forum discussions). وعبر هذه الفضاءات يلتقي عدد من المتحدثين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، من حيث الديانة والثقافة، وفيها يتجادبون أطراف الحديث حول مختلف الموضوعات والمجالات». وتعتبر منتديات المحادثة الإلكترونية كمكان لتلاقي عدة أشخاص افتراضياً من كل أنحاء العالم، للتعرف وتبادل الأفكار والآراء، والنقاش حول عدة مواضيع، سواء كانت مواضيع عامة متعلقة بالأحداث المختلفة، أو مواضيع شخصية حول الحياة الخاصة للأفراد، وبالتالي يتم إجراء مناقشات في الوقت المباشر»، أي الحوار بشكل متزامن وكأنهم في مكان واحد جنباً لجنب، من دون أن تفصل بينهم حواجز جغرافية أو زمنية.

٩ - قواعد البيانات الإلكترونية: يقصد بقواعد البيانات تلك الأنظمة الإعلامية التي تحتوي على ملفات ووثائق وبيانات مختلفة الأشكال والمواضيع واللغات، مرتبة ومنظمة وفق طريقة معينة تختلف من قاعدة لأخرى، ويمكن البحث فيها عبر عدة معايير، كالمؤلف، العنوان أو الموضوع أو تاريخ النشر. وهناك قواعد عامة تشمل بيانات في كل المجالات والعلوم، وهناك قواعد متخصصة في مجال معين. وقد «نجم عن التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات تغيرات جذرية في مصادر المعلومات الإلكترونية. وأصبحت مكتبات الكثير من الجامعات تحتوي على تشكيلة من قواعد المعلومات الإلكترونية، التي تحتوي على كم هائل ومنظم من المعلومات والمصادر. فعلى سبيل المثال، تضم قاعدة الملخصات الكيميائية (Chemical Abstracts) على ١٩,٣ مليون وثيقة تغطي ٨٠٠٠ دورية علمية منذ عام ١٩٤٧ حتى الآن. وتحتوي قاعدة معلومات ملخصات رسائل الدكتوراه (Dissertation Abstracts) على ١,٦ مليون اقتباس مرجعي وملخص لرسائل الدكتوراه التي أجازتها الجامعات الأمريكية والكندية و٢٠٠ جامعة أخرى منذ عام ١٨٦٠ حتى الآن. وتغطي قاعدة المعلومات النفسية (PsycINFO) أبحاثاً نظرية وتطبيقية في علم النفس من ٤٥ دولة وفي أكثر من ٣٠ لغة، وتدور حول موضوعات في الشخصية والصحة النفسية والطب والطب النفسي والتربية والخدمة الاجتماعية والقانون والجنايات وسلوك الحيوان والسلوك المنظماتي. وتغطي مراجع في موضوعات سلوكية ذات علاقة بمجالات الرعاية الصحية والتربية والتجارة والسلوك المنظماتي وسلوك المستهلك وعلم الجريمة والذكاء الاصطناعي منذ عام ١٨٨٧ حتى الآن». وهناك بوابات إلكترونية وقواعد بيانات إلكترونية لنشر الدوريات الإلكترونية المختلفة، مثل جوستر (<http://www.jstor.org>) التي تتيح حوالي ٧٠٠ دورية إنكليزية في العلوم الاجتماعية، و ميوز (<http://muse.jhu.edu>) التي تتيح ٣٥٠ مجلة، بالإضافة إلى قواعد بيانات أخرى ذات مصادر أنغلوفونية مثل: قاعدة Sciencedirect، وقاعدة Springer Link [www.springerlink.com/home/main.mpx](http://www.springerlink.com/home/main.mpx)، وقاعدة I-revues (<http://www.springerlink.com/home/main.mpx>)، وقاعدة Periodicals Archive Online <http://pao.chadwyck.co.uk/>، وقاعدة marketing/index.jsp، وقاعدة La Criée (<http://periodiques.wordpress.com>)، وبالنسبة للمصادر الغرونكوفونية فنجدها على قواعد بيانات مثل: قاعدة Revues ([www.revues.org](http://www.revues.org))، قاعدة Cairn (<http://www.cairn.info/accueil.php>)، وقاعدة (<http://www.persee.fr>). وهناك بوابات لنشر المصادر الإلكترونية المختلفة الأشكال كالمكتب والدوريات والدراسات والمقالات، مثل قاعدة Gallica (<http://www.gallica.bnf.fr>)، وقاعدة Erudit (<http://www.erudit.org>).

وعليه، فإن قواعد البيانات تختلف وفقاً للمجال الذي تختص به، والعلم الذي تقدم حوله مختلف المصادر من كتب ودوريات ودراسات، ووفقاً لطبيعة اللغة التي تقدم بها هذه الوثائق، أي إنها قد تكون وثائقها بلغة محددة أو بعدة لغات، ووفقاً لطبيعة مصادرها، أي إنها قد توفر كتباً فقط أو دوريات فقط، أو أطروحات ورسائل. وقد أصبح استعمال قواعد البيانات الإلكترونية شائعاً جداً في الأوساط الأكاديمية، كالمكتبات البحثية والجامعية، فنجد اليوم العديد من المكتبات والجامعات توفر لطلابها اشتراكات مع قواعد بيانات إلكترونية توفر عدة مصادر في مختلف العلوم والتخصصات.

## الفصل الثاني

### التأثير السيكولوجي والاجتماعي لوسائل الاتصال علاقة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال

إن التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري في العصر الرقمي يعد موضوعاً ذا تأثير سيكولوجي، حيث أخذ اهتماماً بالغاً في علم النفس الاجتماعي في الدراسات الاتصالية، وذلك نظراً للتأثيرات الواضحة التي تتركها وسائل الاتصال الجماهيري على الأفراد والجماعات من خلال نظرياتها المتنوعة، والدعامات التي تعتمدها، والشروط التي توظفها في التأثير على المتلقي، حيث لم يبقَ الفرد مؤثراً من طرف وسائل الإعلام فحسب، بل أصبح مستهدفاً بأيديولوجياتها الاستهلاكية... فما طبيعة العلاقة بين التأثير الاجتماعي ووسائل الاتصال الجماهيري؟

ويقصد بالاتصال الجماهيري أنه عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة، لذلك يعد من أهم الظواهر البشرية والاتصالية، لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع. كما أنه يعني، أي الاتصال الجماهيري، الضرورة البشرية الملحة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لإشباع حاجاته المتعددة. علاوة، أن الاتصال الجماهيري يقصد به تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري. ويتميز الاتصال، الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات والمستويات، حيث تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة فائقة من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تمثل مقدراتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية وإلكترونية متطورة. ونجد من أكثر التعريفات شمولاً في التعبير عن الاتصال اعتباره «عملية اشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، تتميز بالانتشار في الزمان والمكان، فضلاً عن استمراريتها وقابليتها للتنبؤ».

وللاتصال الجماهيري عدة أنواع نذكر منها:

١ - الإعلام: وهو عملية اتصال موضوعية تهدف وترمي إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة وتنظم التفاعل بينها.

٢ - الإعلان: وهو من وسائل الدعاية التجارية لتسويق المنتجات والسلع عن طريق توجيه الجمهور ولفت نظره، ولا شك أن الترويج لهذه السلع أسهل من ترويج الأفكار والمبادئ، وذلك لأن الحاجة المادية أقوى بكثير عند الإنسان من غيرها.

٣ - التعليم: يعرف التعليم بأنه إحداث سلوك مستجد عند المتعلم، يحمل نظريات مختلفة في طريق تنمية الفكر وتقوية ملكات النقد وتربية الشخصية، كما أن التعليم يوثق جذور الحضارة مع الحاضر فيغرس في الأذهان المفاهيم والمبادئ المستحبة.

٤ - الدعاية: ويتميز هذا النوع من الاتصال الجماهيري بأسلوب الإغراء والاستهواء بغض النظر عن الموضوع الذي ترمي وتهدف إليه، فهي ترمي إلى التأثير على السلوك أكثر مما ترمي إلى الإقناع. لذا، نجدها قوية التأثير في مجتمع النساء والجماعات البدائية والفقيرة والأطفال. من وسائل الدعاية المألوفة هناك الصحف، والتلفزيون، والمجلات، وأغلفة البضائع...إلخ.

### الاستماع والقراءة والمشاهدة

لم يعد أمراً خافياً أن الإعلام في عصرنا الراهن بات يشكل عصب الحياة ومحركها الأساس على كافة الصُّعَد، وقد ساهمت التقنيات الحديثة في إتاحة الفرص أمام الوسائل الإعلامية، لتتخطى الحدود وتعبق القارات، متجاوزة بذلك القيود السياسية والاجتماعية التي تفرض على وسائل الإعلام التقليدية، بل وحتى الإعلام البديل المتمثل بالإعلام الاجتماعي وتطبيقاته المتعددة. إن لكل وسيلة إعلامية تأثيرها المعروف حيال المتعرضين وهذه تحددها عوامل عدة تتعلق بالحواس البشرية المعروفة ومدى انسجام الإنسان فيها مع المعلومات التي تتعامل بها الوسيلة سواء بقراءة الصحيفة والمجلة والكتاب أو الاستماع من الاذاعة أو المشاهدة والاستماع من خلال القناة التلفازية. وعلى رغم الدور الفاعل لوسائل الإعلام حيال الجمهور إلا أن الكتاب سيظل الأكثر استخداماً في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم، لذلك يمكن أن نتناوله بجانب من الاستعراض.

### أولاً - الكتاب مصدر معلوماتي

تخوّف الباحثون قبل سنوات، مع دخول العالم إلى عصر التقنيات العصرية وتكنولوجيات المعلومات، من أن قيمة الكتاب العلمية بطبيعته الإخراجية والطباعية

ستراجع، وتبدأ مرحلة أفول نجمه وبريقه، ويتراجع دوره بين القراء والباحثين وربما تبدأ عملية التسييع للكتاب كما هي عليه الصحافة المطبوعة خاصة في العالم الغربي، بحيث لم تعد له مقبولية لدى القراء، وبالتالي تنتهي حقبة المكتبة في البيئة الفكرية والثقافية والعلمية، حتى أن وسائل الإعلام ركزت مع بداية دخول الإنترنت للعراق في ١٩٩٧ على مصير الكتاب واستطلعت آراء الباحثين والأكاديميين، وفي الواقع كانت عاطفة الجميع بجانب الكتاب، لكن هذه بقيت تحسب على أنها مواقف عاطفية ترتبط بعلاقة صداقة بين العين وأوراق الكتاب بعد زمني طويل يحكمها مبدأ الوفاء لهذه العلاقة العلمية الطويل، وفي المقابل، هناك آراء أعلنت نهاية عمر الكتاب في العصر الرقمي. وما بين جدل المدافعين عن استمرار أهمية الكتاب والمتخوفين من انتهاء دوره، أخذ الكتاب يشق طريقه العلمي وتفاعله مع حركة العلم والمعرفة وسجل انتصاراً في العصر الرقمي، بل تمكن من تطويع قدرة التكنولوجيا لخدمة طباعته وانتشاره بسهولة وزيادة أعداد النسخ منه في المكتبات بأضعاف ما كان عليه سابقاً فردد المتعاطفون شعار «التكنولوجيا في خدمة الكتاب»، لذلك عد الكتاب وسيلة إعلامية كاملة تؤدي وظائف الإعلام تثقيفياً وتوجيهياً وتربوياً وترفيهياً، ويمكن أن يزود به القارئ ليكون الأبرز بين وسائل الإعلام رغم انتشار الوسائل الإعلامية بأشكالها المتنوعة وتطورها، وحسب المعطيات الحالية والاستشراف المستقبلي فإن الكتاب سيظل الأكثر استخداماً في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم، ويمكن استثمار الكتاب للانطلاق نحو تكوين قاعدة معلوماتية أو ما يسمى «بنك المعلومات» يوظف بأنه أرشيف يستفاد منه في العمل الإعلامي، ولا يمكن إغفال الدور الكبير الذي تؤديه المكتبات العامة إذا ما استطعنا أن نجعلها محفزة للزيارة بتزويدها بالجديد من الكتب والمعارف والمعلومات التي تكتنزها، والتي تناسب جميع الأعمار، إضافة إلى تنفيذ الحملات الإعلانية التي تحث على زيارتها والاستفادة منها.

إن الكتاب وسيلة إعلامية، سجّل حضوراً فاعلاً يؤثر بعمق في حياة الأفراد والمجتمع، يحمل كثيراً من تراث الماضي ويساعد في فهم الذات والعالم الذي يعيش فيه الفرد، ويجعله قادراً على التخطيط لمستقبله، كما أنه يمثل جهازاً فاعلاً في عملية التعليم وتقديم المتعة لملايين الأفراد بجميع فئاتهم العمرية.

## تأثير الكتاب سيكولوجياً

يتميز الكتاب بأن له تأثيراً سيكولوجياً على القارئ يمكن أن يتمثل في جملة من النقاط، وهي:

- ١ - يتيح المجال لتوسيع المدارك بطريقة لا يتوقعها الفرد، حيث يجعل القارئ يدخل في عالم الكاتب ويتخيل ما كتبه، ويعيش بخبراته.
- ٢ - يتيح المجال للنمو العقلي السريع، ويوسع في المفاهيم التي يمتلكها الفرد.
- ٣ - يستخدم من ناحية نفسية في الترفيه والتخفيف من الضغوط النفسية، حيث إن بعض الكتب تشمل جوانب فكاهية تساعد الأفراد في الترويح عن أنفسهم.
- ٤ - يشكل متنفساً للشخصية، ومن خلاله يتمكن الشخص أن يجد صديقاً يتحدث معه، من دون الخوف من غدره أو عدم أمانته، لذلك قيل: «خير جليس في الزمان كتاب».
- ٥ - يساهم في بناء لغة مشتركة بين أفراد المجتمع الواحد، فيتعرف كل منهم على ما يدور في ذهن الآخرين، ويعمل على التفاعل معهم.

### ثانياً - الصحف مصدر إخباري

ولكي نتعرف على طبيعة عمل الصحيفة ووظيفتها في الجوانب الإخبارية والمعلوماتية، يمكن أن نقدم تعريف الصحيفة على أنها: النافذة التي يرى من خلالها الفرد العالم، وتدخل الصحف والمجلات العامة التجارية ضمن الدوريات التي تمثل حلقة اتصال مهمة بين أفراد المجتمع بكل طبقاته، وتتميز بالجدة، وسهولة الحصول عليها. وتعد الصحيفة وسيلة مهمة للتثقيف العلمي والمهاري من خلال تعلم فنون العمل الإعلامي: الخبر والتحقيق والحوار الصحافي. وتعرف أيضاً أنها صناعة الصحف، والصحف جمع صحيفة، وهي قرطاس مكتوب، من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، سواء كانت هذه الجماهير جماعات أو شعوباً، وكل من يتحمل رسالة لتبليغها يتخذ الصحافة مهنة فهو شخص إعلامي. وللصحافة وظيفة إعلامية تتسع لتشع على جميع أفراد المجتمع، خاصة القراء والمتابعين، وتمثل بالنقاط الآتية:

- ١ - الإعلام: أي إعلام الأفراد بما يهمهم ويتصل بحياتهم العامة والخاصة، سواء في مجتمعهم الداخلي أو العالمي. ويعد الوظيفة الأساسية للصحافة متمثلة في إبلاغ وعرض الأخبار من دون تحيز، وبشكل مفهوم، للتأثير على آراء الجماهير.
- ٢ - التفسير والتوضيح: تقدم الصحافة لقرائها تفسيراً للأحداث وتوضيحاً لأسبابها ومسبباتها، وما سوف يكون لها من تأثير على حياة الفرد الخاصة، والمجتمع عامة.
- ٣ - الإرشاد والتوجيه: فالصحافة بعد أن تفسّر وتوضح، لا بد أن ترشد وتوجه إلى



الطريق الصحيح لتكون مهمتها إيجابية، فهي تخدم القراء كمستشار صديق ومكتب للمعلومات ومرجع لحقوقهم.

٤ - التثقيف: وهي ثقافة الحياة وما يجري فيها من شؤون وما يطرأ عليها من تغييرات وتطورات.

٥ - التعليم: تقدم الصحيفة لقرائها معلومات عامة عن العلوم وما يستجد فيها من استكشافات جديدة، ثم ما تقدمه من معلومات تاريخية وجغرافية وصحية.

٦ - هدف اجتماعي أو وظيفة اجتماعية: في إيجاد مجتمع متعارف يربط أفراد بعلاقات وثيقة، وبناء لغة مشتركة بين أفرادها معاً.

٧ - هدف عقائدي أو أيديولوجي: وهو من أحدث وظائف الصحافة، حيث تربط الصحافة المجتمع بتوجه يتبنى العقيدة والفكر للدولة بمؤسساتها المختلفة وضمن دستورها.

٨ - وظيفة اقتصادية: بما تقدمه من معلومات اقتصادية ومعرفة بشؤون المعيشة.

٩ - وظيفة التسلية والترفيه: أي تسلية غير إخبارية، فالقارئ يبحث في العادة عن الأخبار والآراء وقدر من التسلية.

ثالثاً - التلفاز مصدر إخباري ومعلوماتي.

### الخصائص الإعلامية للتلفاز

يتمتع التلفاز بعدد من الخصائص، منها ما يرتبط بالجانب الإعلامي، ومنها ما يرتبط بأبعاد نفسية وسيكولوجية بالجمهور، وهي كما يلي:

١ - الجمع بين الصورة والصوت، فهو يعتمد على حاستين من أهم الحواس، وهما السمع والبصر.

٢ - سهولة الاستخدام وعدم الحاجة إلى مهارة عند تشغيله.

٣ - يوفر عنصر التشويق والجاذبية لدى المشاهد.

٤ - أكثر المصادر الإعلامية التي يصدق الجمهور أخبارها، لسبب رئيس هو وجود الصورة بجانب الصوت بينما تعد الصحف أقل المصادر تصديقاً.

٥ - يتطلب التلفاز بعض التركيز في الانتباه بعكس المذيع الذي يمكن الاستماع إليه من دون تركيز.

٦ - يعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل تمثيلاً للواقع بما يمثله من مادة مصورة بألوان طبيعية وصوت حقيقي.

٧ - تعدد إمكاناته من: مناقشة، حوار، تمثيل، تعليق علمي.

٨ - قدرته على تجاوز البعدين المكاني والزمني، إذ يمكن أن يصور لك قصصاً من التراث وينقل لك صورة حية من التعليم في اليابان أو الغرب، وأماكن عدة من العالم.

٩ - التحكم في وقت البث.

### الآثار النفسية للتلفاز على المشاهدين



لا تزال الآثار النفسية للتلفاز محل دراسة لخبراء علماء النفس والاجتماع الذين تعتقد مجموعة كبيرة منهم أنه مسؤول عن بعض الظواهر السلوكية والاجتماعية التي تحصل بين أفراد المجتمع، وفي ما يلي أهم ما أشارت إليه نتائج الدراسات المرتبطة بها في هذا الإطار:

التلفاز وأثره على الدماغ، يرى خبراء شركة جنرال إلكتريك: أنه بعد نصف دقيقة من المشاهدة يبدو المخ وكأنه نائم، وهنا وجه الخطورة بالنسبة إلى التلفاز، فإذا اعتاد المشاهد الاستسلام للمشاهدة، فإنه يظل مستسلماً، وهذا يمثل مكنم الخطر، فالمخ شبه نائم وليس بمقدوره أن يدرك عن النفس ما يوجّه إليها، ويصبح عاجزاً عن المقاومة، فتصبّ المعلومات فيه صباً لتبدو الآثار الجانبية في النفس والعقل. والتلفاز يثير كثيراً من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية، فهو يثير الخيال أو الوهم، فيعيش الإنسان مع خيالاته المستمدة مما يراه على شاشة التلفاز أو الفيديو، كما يثير فيه روح القصص، أو

التوحد، مع من يرى من شخصيات يعجب بها، أو آراء أو أفعال، كما تجعله يُسقط آماله، وآلامه وعقده، ومخاوفه النفسية على ما يشاهد من مناظر وشخصيات وأحداث، ويشجع فيه أحلام اليقظة، وفيها يهرب الإنسان من الواقع المؤلم ليحقق رغباته المكتوبة التي عجز عن تحقيقها في عالم الحقيقة، وفي ذلك نوع من التصريف.

إن طول مدة مشاهدة التلفاز تضيي نوعاً من الراحة النفسية السريعة بسبب الإزاحة والهروب من المعاناة، فهذا الشعور النفسي يرتبط بهذا الجهاز، فحينما يغلق التلفاز يقل الارتياح، ولذلك تعود للفرد الرغبة بالمشاهدة مرة أخرى، وهكذا، وبذلك يصل الإنسان إلى الإدمان. فكل مشاهدة تؤدي إلى تضخيم الوقت لمشاهدات أخرى، إنها مثل المهدئات التي سرعان ما تزيل أعراض التوتر، ثم بعد انتهاء مفعولها يعود التوتر أكثر ليتناول جرعة أكثر تصاعدياً، وهكذا ليصبح مدمناً.

ويبدو أن الجاذبية للمشاهدة تنبع من التوجيه البيولوجي للاستجابات الغرائزية السمعية والبصرية، لأي طارئ أو جديد أو لافت أو مثير، سواء كان ذلك مفرحاً أو مقلقاً، والتغيرات الفسيولوجية تشمل اتساع الأوعية الدموية للعضلات، وهبوط الأمواج الدماغية المثبطة مؤقتاً لتحفيز العمليات الذهنية من انتباه وتركيز وحصر أكثر المعلومات، بينما بقية أعضاء الجسم في هدوء، ومن خلال ذلك يستفيد المروجون للدعايات أو المحطات التي تقوم بالقطع المفاجئ إلى حين العودة إلى البرنامج الأصلي؛ حيث إنها تعمل بهذه الطريقة على تهيئة الجهاز العصبي مرة أخرى للانتباه والتركيز، إنها الوسيلة وليس محتوى هذه الدعايات، أو المقاطعة هي التي تشد الانتباه.

إن الانقطاع المفاجئ لمدمني التلفاز يؤدي إلى أعراض انسحابية مثل القلق والعصبية المفرطة، واضطراب المزاج، وارتفاع الضغط والنبض والرجفان، لقد أصبح سوء استخدام التلفاز في العالم كسوء استخدام المهدئات، والأعراض الانسحابية مشابهة لها تماماً.

## التأثير السيكولوجي لبرامج التلفاز على الأطفال



تلعب الشاشة التلفزيونية دوراً فاعلاً في حياة الناس، فتنقل إليهم جوانب من العلم والمعرفة والخبرة والتسلية والترفيه، وهي ذات تأثير فعال في تطوير الناس وتوجيههم، إذ يعد التلفاز من الوسائل التثقيفية الناجحة في تعليم الصغار والكبار، حيث استخدم في كثير من الجامعات والمدارس ورياض الأطفال ودور الحضانه، وتغطي برامجه معظم نواحي الحياة، وتتوجه إلى جميع الفئات والأعمار، ويبت برامج تعليمية للمراحل المختلفة، وبرامج ثقافية، وبرامج ترفيهية، وإعلامية، وإخبارية، واجتماعية للأسر والأفراد، وبرامج للهواة والفنون على اختلاف ألوانها. وبحسب هذه المعطيات، فالتلفاز يلعب دوراً مؤثراً في حياة الناس، وبخاصة فئة الأطفال منهم، لأنهم أكثر الفئات مشاهدة له ويعطونه وقتاً أطول في متابعة برامجه المخصصة لهم، لذلك لا بد من معرفة الآثار الإيجابية والسلبية لهذه المشاهدات في حياة الأطفال ومراحل نموهم المختلفة. لكن الدراسات أثبتت أن الطفل يقع في حيرة من أمره، ويصاب بالوهم فيما يشاهده على الشاشة الصغيرة من أنه الواقع أو الحقيقة، فالطفل عندما ينظر إلى شاشة التلفاز يعتبره مرآة تعكس الواقع والحقيقة كما هي، من دون تدخل، أو تعديل أو تغيير، مع أن الواقع العلمي يؤكد قدرة التلفاز على التعديل والتغيير حسب آراء المعدين والمخرجين والمصورين، كما أنه يملك القدرة على التلاعب الدرامي في المشهد التمثيلي والقصصي المعروف على الأطفال، وذلك بتدخل كاتب النص والمخرج والممثل وإمكانات التصوير مما يجعل ما يعرض في المشهد الدرامي غير الواقع الحقيقي، لكن الإمكانيات الفنية للعرض تخلط للأطفال هذا الوهم بالحقيقة والواقع.

وهذا يعطي الشاشة قدرة في العرض الواقعي، والقدرة في إمكانية العرض التقريبي للواقع ببساطة التدخل الفني والتقني. ومن المعروف أن للتلفاز أثراً كبيراً في اكتمال نمو شخصية الطفل، كونه يقضي وقتاً طويلاً أمام الشاشة التلفزيونية، فيؤدي ذلك إلى تخلف قدراته على التصور والتخيل والإبداع والابتكار، وهذا ما يتناقض عادة والمطالعة التي تكسب الطفل النظر إلى الصور المقروءة التي تمثلها الحروف، ما يؤدي إلى استيعابها وفهم مدلولاتها الفردية والجماعية، والطفل عندما يقرأ ويطالع الكتاب يتمتع بقدرة على التخيل الحر في استخلاص الصور والمعاني والمفاهيم من خلال الحروف والكلمات والتراكيب.

وهذه التخيلات هي التي تنمي حركة الفكر والعاطفة والشعور، أما خلال مشاهدة الطفل التلفاز، فإنه ينظر إلى صور جاهزة في إطارها العام وفي تفاصيلها التي تكون معدة من قبل خبراء في النص والديكور والتصوير والإخراج والصوت، فتبدو وكأنها هي الأكمل والأفضل والأسهل، فيأخذها الطفل كحقيقة مسلمة، لا تحتاج منه إلى التفكير

والتخيل والتصور، مما يبطئ في تنمية حركة الفكر والتخيل عنده.

## لغة التلفاز عند الطفل

أثبتت الدراسات التربوية أن من أبسط شروط اكتساب الطفل للغة، هي إقامته في سنوات حياته الأولى علاقات ثابتة بينه وبين المحيطين به مباشرة. لذلك فالتلفاز قد يكون واحداً من العوامل التي تؤثر في تأخر تعلم اللغة، وعدم انتظام نموها عند الطفل في المرحلة الأولى من حياته.

فالبرامج التلفازية لا تزال غير مؤهلة لتأمين إيصال الكلام إلى مسمع الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة، وذلك بسبب تعدد الأشخاص المتحاورين في المشهد المعروف، والسرعة النسبية التي يجرى بها الحوار. كما أن التلفاز غير مؤهل في تثبيت اللغة ونموها وتطورها، لأن المحادثة الحوارية المطلوبة بين المتكلم في التلفزيون والطفل غير موجودة، وهذا الجانب السلبي يتحول إلى سلبية مؤثرة مع أسباب أخرى فسيولوجية تؤثر على انطلاق النطق السليم والمبكر عند الطفل. وأثبتت التجارب التربوية إلى أن من الخطأ اعتبار الإكثار من مشاهدة برامج التلفاز أنه يؤدي إلى التعطيل الكلي لفاعلية الدماغ، بل لا بد من تأثير نسبي ومحدود. وهذا لا يعني أن بعض نواحي النمو الدماغية قد لا تصاب بالخلل نتيجة أسباب قد تحدث في مراكز معينة في المخ، قد تؤدي إلى تأخير في النطق، أو فقدانه أحياناً.

وعليه، فإن زيادة نسبة المشاهدة من قبل الطفل للتلفاز قد تؤدي إلى عاملين سلبيين هما:

- ١- الاكتفاء بالاستماع إلى الكلام من جهة واحدة، وهذا يؤدي إلى أن الطفل لن يفهم منه إلا نسبة ضئيلة، ولن يحتفظ في ذاكرته إلا بنسبة ضئيلة جداً منه.
- ٢- إن الانشغال عن تحريك جهاز النطق والحوار الكلامي والمنطقي أثناء المشاهدة التلفازية المكثفة، يؤدي إلى ضعف في مركز استقبال الكلام، وهذا يعني حدوث اضطراب في عملية النطق، ويمكن أن تتأخر عن الحد الطبيعي الذي يُفترض أن يكون في مرحلة معينة من مراحل الطفولة التي يستقبل فيها الطفل، أو يشاهد البرامج التلفازية المخصصة له.

## التربية الإعلامية التلفازية للأطفال

منذ أن انتهت همينة الدول على البث التلفزيوني في أعقاب ظهور البث الفضائي

مطلع تسعينيات القرن الماضي، أصبح للتلفزيون تأثير خطير على حياة وسلوكيات الأطفال والنشء الجديد من خلال طرح البرامج الوافدة أو الهابطة والتي تتناول طرح قضايا بعيدة عن التخطيط الإعلامي المدروس لتكريس القيم التي تشدد عليها منطقتنا العربية، لتأتي وفق مبتغى تجاري ذي مضامين جنس ورعب وعنف، وهذه فرضت نفسها على الأطفال في التعرض لمضامينها، مقابل إهمال واضح في القراءة والكتابة، وعزوف عن الاستماع للراديو باعتباره وسيلة للكبار حصرياً، وما يتبقى من وقت فهو يخصص للعب والتسلية خارج البيت.

ولمّح الدكتور جليل وادي إلى دراسة ميدانية بخصوص العلاقة بين عاداتي مشاهدة التلفزيون والقدرة على القراءة في سن مبكرة إلى:

١- وجود علاقة سلبية بين مستوى القراءة والفهم عند الأطفال وبين مشاهدة برامج التسلية.

٢- لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين الوقت الذي يقضيه الطفل في مشاهدة البرامج الثقافية والقراءة في سن مبكرة.

وللتلفاز دور تربوي وتعليمي أكثر عمقاً وأوضح أثراً من بقية وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، انطلاقاً من ميزة الصوت والصورة اللذين تمتع بهما الشاشة بخلاف بقية الوسائل الإعلامية. فالعمليات التربوية والتعليمية التي نحتاجها جميعاً في حياتنا، سيما الأطفال على وجه التحديد، تشارك في إدامتها وتنميتها طرق الاتصال المواجهي بين الأفراد، وكذلك الدور التربوي الفاعل للمدرسة من خلال المنهاج الدراسي لمراحل الدراسة وفق الفئات العمرية والمستويات الفكرية، وأيضاً من خلال وسائل الإعلام في تنوير الناس بالمعلومات والأفكار حتى تحقيق المعرفة، وهذا مؤثر علمي مهم لدور وسائل الإعلام في الجانب التربوي والتعليمي. لأن كمية المعلومات التي تنقلها محطات التلفاز تفوق بكثير كمية المعلومات التي تنقلها المدرسة إلى التلاميذ، وذهب بعض الباحثين إلى أن التعلم هو أبرز الأسباب الشائعة التي تدفع الأطفال لمشاهدة التلفاز، لكن هناك من أكد أن البرامج التعليمية جاءت في ترتيب متأخر في تفضيلات الأطفال من سن ٦-١٢ سنة الذين تبيّن من خلال استطلاع آرائهم أنهم يفضلون برامج الأطفال المتنوعة وأفلام الكارتون، ثم الدراما التلفزيونية من مسلسلات وأفلام، وبعدها تأتي البرامج والمباريات الرياضية والإعلانات. وهو رصد اتفقت عليه غالبية الدراسات الإعلامية والاجتماعية والنفسية، ويبدو أن اختيار أفلام الكارتون في مقدمة الألوان الإعلامية الأخرى المذكورة أمر ثابت، كونه يتعلق بقضايا نفسية تروحية ممزوجة بجانب

تعليمي كونه يساعد في خلق النقد الفكري الهادف للحقيقة.

ويشير الدكتور وادي أنه، على الرغم من الدور الكبير للتلفاز في المساهمة بعملية تعليم وتربية الأطفال، إلا أن هناك من يوجه انتقادات عديدة إلى هذا الدور منها:

- ١- إفساد الأطفال من خلال ما يقدمه من إعلانات غير ملائمة.
  - ٢- أن التلفاز بسيطرته وهيمته على جمهوره جعلهم أسرى له.
  - ٣- التنشئة التلفازية أثرت في الأطفال، وحولتهم من نشطاء راغبين في فهم الأشياء والشروع في العمل، إلى أطفال أكثر حذراً وسلبية، تفكيرهم متعجل، لا يريدون التقدم واكتشاف الأدوار بأنفسهم.
  - ٤- التأثير في مستوى الأطفال الدراسي، بمعنى وجود علاقة بين المشاهدة والتحصيل الدراسي (زيادة المشاهدة تعني انخفاض الدرجات)، لكن لم يثبت علمياً أن غياب التلفاز كان مسؤولاً عن تحقيق الأطفال درجات أعلى.
  - ٥- مشاهدة التلفزيون تقلل وقت اللعب وتؤثر في طبيعة لعب الأطفال ذاتها.
  - ٦- مشاهدة التلفاز تجعل الطفل شخصية ضعيفة ومنفصلة عن مجتمعها.
- وفي دراسة نقدية لمستوى التعرض الذي يتحقق للأطفال مع زيادة أعداد الفضائيات وتعدد أنواعها وميولها وأجنداتها، جعلهم نهياً لوسائل الاتصال المختلفة، وفي الأولوية منها البرامج التلفزيونية والإعلام الاجتماعي الذي جاء ليجمع بين كل ألوان وسائل الاتصال الجماهيري، ويتسم بجاذبية جنونية للطفل تُفقد الأكل والشرب والأهل والدراسة ويغطي على الاتصال الجماهيري بهم بنوعيه التربوي والتعليمي. فلم تعد الجهات المعنية بالطفولة ترسم استراتيجيات واضحة لكيفيات تنشئة الأطفال، ولا لمضامين تلك التنشئة، لكن يبدو أنه كلما تأخرت هذه المؤسسات المعنية بتنشئة الطفولة واستسلمت لعجزها من دون الإسراع في تبني استراتيجية شاملة، بإطلاق قنوات تلفزيونية مخصصة للطفولة وانتشالها من الواقع المرعب، فإن الجهل والضياع سيكونان مصير أجيالنا، ولكن السؤال المعني هنا: على من تقع مسؤولية تنشئة الطفولة؟ هل على الحكومات أم على مؤسساتنا التربوية والتعليمية والإعلامية المستقلة عن قيود الدولة؟

### التأثير الفكري للوسيلة الإعلامية

تهدف الوسائل الإعلامية إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم، وهذا يعني أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي توسيع مدارك الجماهير عن

طريق تزويدهم بالمعارف، وإقناعهم بأن يسلكوا سلوكاً معيناً.

إن الإنسان كائن اجتماعي بالفطرة، ومنذ خلق الإنسان الأول بحث عن طريقة للتواصل مع الآخرين من بني جنسه، فعبر بالإشارات وتعبيرات الوجه والجسد عن انفعالاته وحاجاته البدائية. وعبر بالرسوم والكلمات التي سمحت بالاتصال الشخصي، وهو أول وسيلة اتصالية عرفها، ثم توالت الوسائل عبر الاتصال الجماعي بالخطابات لجمهور محتشد، وهو الوسيلة الثانية للاتصال الجمعي، وكانت الرسائل بين البلاد عبر مراسلين والحمام الزاجل، وبدايات المخطوطات باليد ونسخ الكتب، وكذلك بداية الصحف المكتوبة التي مهدت لوسائل الاتصال الجماهيرية، إلى أن اخترع (غوتنبرغ) المطبعة وأصبحت الجريدة منتشرة بشكلها الجماهيري، وما عزز انتشار الصحف كوسيلة إعلامية جماهيرية تطور المواصلات بفتح الطرقات بين المدن والأقطار، ثم اختراع الآلة البخارية وظهور القطارات والتلغراف الذي وساهم هذا الأخير في سرعة نقل المعلومات في نقلة نوعية في حينها.

لم تتوقف عجلة التطور؛ بل ساهم اختراع الكاميرا في ظهور وسائل اتصال جديدة (السينما/المذياع/التلفاز) التي جعلت من الإعلام ضرورة حياتية لا يمكن الاستغناء عنها لمعرفة ما يدور حولنا وبعيداً عنا، ومع الثورة التكنولوجية منذ النصف الثاني من القرن العشرين تطورت الوسائل القديمة وظهرت وسائل اتصال جديدة (الإنترنت/الجوال) ما جعل الإعلام بوسائله العديدة عنواناً للتطور في مناحي الحياة كافة. ولكن هذا الإعلام جعل من الغرب (أبو الاختراعات) مهيمناً على ساحته بفضل تقدمه النوعي، وضخامة وسائله، وانفتاحه على العالم (بالعولمة) ليغزو القلوب والعقول، لذلك يتوجب علينا أن نحصن أنفسنا من الغزو القادم من الغرب بإعلام يحفظ الهوية ويفرز الغث من السمين.

## ثقافة الصورة والإدراك

إنّ ثقافة الصورة وتأثيراتها دخلت كلّ مجالات الحياة البشرية، فقد كسرت الصورة حاجز التلقّي لدى الأميين، وأصبح بإمكانهم مشاهدة ومتابعة ما تعرضه الفضائيات، ولم يعد ذلك حكراً على الأغنياء، بل تتوافر اليوم أجهزة الاستلام، وبأسعار زهيدة، بإمكان معظم الناس اقتناؤها، كما يشاهد الفضائيات الصغير والكبير، مما يعني سعة تأثيرها، فالمتلقي في عصرنا الحالي لا يحتاج إلى معرفة اللغة أو امتلاك مستوى وعي ثقافي معين لمتابعة المواد عبر التلفاز، فقد ولّى عصر النخبة، رغم أنّها لم تفقد دورها القيادي، فهي التي عليها أن ترسم وتخطط. ومن دون ذلك سنفقد البوصلة، «إنّ الصورة عبر وسائل الاتصال الحديثة قد قلبت تماماً دور المجتمع عامة والأسرة خاصة،



واغتصبت الذات، وانتهكت الحرمات الخصوصية علناً، جهاراً نهاراً، ومن دون أية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا، ومسألة علاقته بالواقع الذي نعيشه. نحن في أمس الحاجة إلى تلمّاز عربي ذي برامج تساعد على التنشئة الاجتماعية والتربوية؛ لأجل تربية الناشئة العربية على الالتزام، وأن نتعد عن التطبيع والانكشاف وحيث القبول يكشف كلّ عوراتنا، وإنهاء هذه الظواهر الناشئة عن تأثير وسائل الاتصال الحديثة كالتحوّل في القيم، والتطبيع مع العنف، والخنوع والإذلال».

إنّ الحديث عن القنوات الفضائية يقودنا إلى الحديث عن الانعكاسات السلبية لها، وكثيراً ما ننسى أنّ هذه الثورة قد شجعت القطاعات الثقافية على النموّ بما قلّص من المسافات بين الشعوب والمجموعات، ولعبت دوراً في تربية الأفراد وتنمية قدراتهم ومداركهم ومعارفهم، كما لعبت دوراً في ديناميكية المجتمع «فلسنا وحدنا من سوف تقع عليه هذه التحولات، فالمجتمعات جميعها في مرحلة ثقافة الصورة هي الغازية والمغزوة في اللحظة ذاتها». باختصار لقد دخلت الصورة في صميم التكوين النفسي والعقلي للمجتمع. كما أنّ للصورة تأثيرات فكرية واقتصادية ناهيك عن الثقافة. ويمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري، استناداً إلى خلاصة ما توصلت إليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري:

١ - المؤالفة: حيث يسهم الإعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمطلباته.

٢ - السيطرة الاجتماعية: ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية.

٣ - إعداد الأجندة: وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أنّ الإعلام عموماً، والمرئي منه خصوصاً، يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الاهتمام.

٤ - المخاوف الأخلاقية: وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام مثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة.

٥ - التبدّل السلوكي: ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة أو كنتيجة للتناوب الناجح بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة.

كما يمكن الإشارة إلى بعض الملامح الناتجة عن التطورات التكنولوجية في عصر الصورة، تلك التي يراها البعض، ما يُعدّ من سلبيات الصورة.

## سلبيات الصورة في الواقع الاتصالي

للصورة أهميتها التربوية والتعليمية، وفي عالم الاتصال الإعلام والإعلان، والفنون السمعية البصرية، ومع ذلك فالسلبيات عديدة ولافتة، ومنها:

١ - هيمنة الواقع الافتراضي، مما قد يؤدي إلى الإدمان، كما في حالة بعض الألعاب المسلية.

٢ - هيمنة ثقافة المظهر، والشكل، والإبهار والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر، والمضمون، والقيمة والعمق، حيث تتحول الصورة إلى واقع بدلاً من أن تعكس الواقع.

٣ - هيمنة الصورة في حالتها السلبية، يعد معاكساً للإبداع، وما أحوجنا إليه في حياتنا اليومية، وذلك نظراً لهيمنة ثقافة الكثرة والنقل ومحاكاة غيرنا.

٤ - هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وما يستتبعها من أساليب غير أخلاقية.

٥ - توليد حالة من الإجبار العقلي أو (غسيل المخ)، بعض الأنظمة يمكنها توليد الأثر النفسي الفاعل (على الجانب الآخر استخدمه الأطباء النفسيون في علاج الفوبيا أو الخوف اللاإرادي). ما يعرف بجرائم الصورة (جرائم الإنترنت)، وهي تقوم على الخداع، واستخدام الصور المزيفة، أو حتى الحقيقية، للإيقاع بالضحية. وقد نخلص إلى أنّ «ثقافة الصورة» التي تقوم في جوهرها على الجديد والخيال وتنشيط الإبداع، تحولت إلى تخوف من هيمنة ثقافة التكرار واللاإبداع.

## الإعلام الرقمي أداة دعائية للعنف والتطرف

سعى الكثير من دول العالم من خلال مؤتمرات تحققت في المنطقة العربية والبلدان الإسلامية، وكذلك في منتديات دولية غربية، إلى تشديد الرقابة على الإنترنت، وخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي التي سُخِّصت بأنها النافذة الفاعلة للجماعات المسلحة والمتطرفة، وقدمت عبر هذه الفعاليات مقترحات لتعزيز التعاون بين الدول لمكافحة الإرهاب الإلكتروني، وأغلب آراء الباحثين، سواء المختصين بشؤون الجماعات المتطرفة أو معلومات متوافرة لدى الحكومات عبر أجهزتها الاستخباراتية، انصبت على أن كثيراً من الأحداث الأمنية المؤسفة التي وقعت مؤخراً في العديد من بلدان العالم،

استغلت وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وأنه يجب إخضاعها للمراقبة أو إلى الحجب لقطع الطريق على تلك الجماعات المتطرفة.

لكن هنالك آراء تعارض ذلك وترى بأن هذا الإجراء ليس حلاً سليماً، كونه لا يصبّ في خدمة الناس جميعاً لإفراغه من أساسيات التربية الإعلامية والرقمية، ويرى خبراء الإعلام الاجتماعي بأن محاربة الإرهاب الإلكتروني تكون من خلال اتباع الإجراءات الآتية وهي:

١ - الاهتمام بالتربية الاجتماعية والنفسية للنشئ الجديد والرقابة الكامنة تجاه الأفكار والسلوكيات الناشئة.

٢ - ضرورة الوصول إلى حلول للأزمات السياسية والفكرية لتجنب العنف الانتقامي المتزايد.

٣ - ضرورة الإدماج السياسي والاجتماعي للتيار الإسلامي، بحيث يكون هناك مساحات معلنة للحركة والوجود من خلال تقوية دور المؤسسات الدينية المتنورة والمجتمع المدني، والدفع نحو تطوير أساليبهم الدعوية كي تواكب التطور الحادث في وسائل التواصل المختلفة.

ويتحدث الباحث في شؤون الإرهاب الإلكتروني عادل عبد المقصود عن تجربة على الجماعات المتطرفة في مصر، بأنه بالرغم من أن معظم هذه المجموعات الجديدة ليس لها خبرة كبيرة في أعمال العنف، لكنها تتطور بشكل سريع بفضل التطور التكنولوجي، وانتشار تقنيات الإعلام الرقمي، وإنشاء الصفحات الاجتماعية الخاصة بها، وكسب المعجبين بها من الشباب. وصحيح أن السلطات المصرية نجحت في إغلاق العديد من هذه الصفحات والقبض على المئات من مؤسسيها والنشطاء فيها، إلا أنه تنشأ مجموعات جديدة تنشر تفاصيل عملياتها على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل «حركة العقاب الثوري»، التي بدأت مؤخراً في نشر فيديوهات احتراافية تحت الشباب على الانضمام إليها. ويحلل عبد المقصود ظاهرة تزايد الإرهاب الإلكتروني في مصر بأنه عملية اتساع توظيف الشبكات الاجتماعية في الإرهاب في مصر والتي ارتبطت بمدى قدرة الأجهزة الأمنية على مواجهة تلك التنظيمات، حيث رأت تلك التنظيمات مثل «بيت المقدس» في الإنترنت وسيلة لشن حرب نفسية ضد الجيش عبر إطلاق فيديوهات مثل «صليل الصوارم» بهدف الرد على خسائرها، أو بغرض البحث عن تأييد. ووجدت هذه الجماعات المتطرفة.. الشبكات الاجتماعية والإنترنت وسيلة لعولمة نشاطها، وذلك بالعمل على تقديم نموذج جهادي يكون ملهماً لغيره من الجماعات الإرهابية.

أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تغييراً كبيراً في البنية المجتمعية والفكرية، لما تتمتع به من القدرة على التشبيك والتعبئة وسرعة الاتصال وتجاوز الرقابة التقليدية، خاصة وأن من يستخدمها هم من الشباب، وهم الفريسة التي تركز عليها الجماعات الإرهابية والأكثر تأثراً بالمشاكل الاقتصادية والاجتماعية. وتأتي الظروف النفسية والفكرية والفراغ الحاصل في حياة الشباب فرصة سانحة لهذه الجماعات المتطرفة التي مارست فعلها الكبير في توظيف الإعلام الرقمي لاحتوائهم، وقد يكون الإرهاب إحدى سمات الإعلام الرقمي لسهولة تحقيق الاتصال.

### محااربة التطرف اجتماعياً ونفسياً

استقطبت وسائل الاتصال الاجتماعي الشباب وهيمنت هيمنة كبيرة على أفكارهم لتصبح بالأخير منتدى يحتوي كل اسقاطات وأفكار الشباب، وتخلق حالة من التفاعلية والديناميكية بين القائمين على هذه المنابر والشباب، جزاء حصول عملية التأثير الاتصالي، ثم تتبعها عملية تنظيم التجنيد التي تشغل العالم، وأصبحت أقوى سلاح يهدد السلم الدولي، وتمر بثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: تتعلق بمرحلة التأثير الوجداني، من خلال إثارة العاطفة والنصرة والغيرة الدينية بحجة الدفاع عن القيم المقدسة، ويتم استخدام نصوص دينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المرحلة الثانية: تتعلق بدور الشبكات الاجتماعية في نقل المعلومات والبيانات التي تعبر فقط عن وجهة نظر الجماعات الجهادية.

المرحلة الثالثة: هي أخطر المراحل، وتتعلق بالانتقال من مرحلة التأثير في الأفكار إلى المشاركة الفعلية في التغيير بالقوة والعنف، وهو ما يظهر في التغيير السلوكي.

## الفصل الثالث

### المحتوى الرقمي الإعلامي ومستقبل الخصوصية طبيعة التعامل مع المحتوى الإعلامي

تمثّل شبكة الإنترنت الوعاء والإطار العام الذي اشتمل على كل ألوان الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع مثل الصحف والمجلات وبقية المطبوعات التي صممت لها مواقع إلكترونية، وكذلك الحال بالنسبة إلى الإعلام التلفزيوني والإذاعي، وعليه، فإن خدمة الإنترنت بقدر ما انطوى دورها على صفحات ثابتة من حيث التصميم وصور جامدة فإنها تضم أيضاً أفلاماً فيديو وصوراً متحركة، بل احتوائه على تلفاز في جهاز الموبايل المتوفر بين أيدينا دوماً، وهذه الطبيعة الإعلامية الجديدة أطلق عليها الإعلام الرقمي الذي تمكن من تغيير المشهد الإعلامي من حالة إلى أخرى أكثر مرونة وسهولة وقدرة في الوصول إلى أبعد وأدق مكان، والوصول بالإنسان إلى اختراق خصوصيات ذات أبعاد اجتماعية وثقافية وسياسية قد تتصل بعلاقات دولية، كما هو الحال في كشف خصوصيات دولية من قبل موقع ويكيليكس الشهير.

### المحتوى الرقمي العربي

مهما اختلفت دقة المصادر والدراسات حول حجم المحتوى العربي الرقمي، فإنها تتفق كلها على قلّته إذا ما قورن باللغات الأخرى. وتشير كثير من الدراسات والإحصاءات إلى أن نسبة المحتوى العربي عبر شبكة الإنترنت بمختلف أشكاله، تعد نسبة ضئيلة جداً مقارنة بالمحتويات الموجودة باللغات الأخرى، حيث أعلن مسؤولون في مركز التراث الحضاري والطبيعي في مصر أن حجم المحتوى العربي على الإنترنت لا يتعدى نسبة ٠,٥ بالمائة من المحتوى العالمي للشبكة العالمية. وأشارت دراسة للمركز، إلى أن نسبة التراث العربي والإسلامي المسجل على الشبكة العالمية لا تتجاوز نحو (١٦,٥ بالمائة) مما تم تسجيله على قائمة التراث العالمي، وهو ما يتناقض بصورة

كبيرة مع حجم الإسهامات التي قدمتها الثقافة والحضارة العربية على امتداد تاريخ الإنسانية. لكن مصادر أخرى تشير إلى أن اللغة الإنكليزية قد احتفظت منذ سنة ٢٠٠٤ بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام من قبل المبحرين على الشبكة بنسبة (٣٥ بالمائة)، كما برزت لغات أخرى على الواجهة، منها اللغة الصينية بنسبة (١٣,٧ بالمائة) والإسبانية (٩ بالمائة) واليابانية (٨ بالمائة) واللغات الألمانية (٤,٢ بالمائة) ثم الفرنسية (٣,٨ بالمائة) وأخيراً العربية بنسبة لم تتجاوز (١,٤ بالمائة). وإذا كانت هناك أرقام مختلفة حول واقع اللغة العربية على الإنترنت، وحجم مضامينها الرقمية حالياً، فإن الأمر المؤكد أنها ما زالت منخفضة جداً.

إن شبكة الإنترنت باتت تشكّل العقل الكلي للعالم، وهو عقل ناطق باللغات الأوروبية ولم يصبح بعد ناطقاً بالعربية لضعف المحتوى العربي فيه بسبب استمرار غالبية كتابنا ومفكرينا بالتعامل مع الورق، وبسبب استمرار شرطة الإنترنت العربية في سياسة حجب المواقع أو فرض الرقابة على محتواها كما لو أنها مصدر للإرهاب وليس للمعرفة والتقدم، كما أن وزارات الثقافة والإعلام العربي ما زالت غير مدركة لأهمية وجودها داخل ما دعونه بالعقل الكلي للعالم. ويبدو أن الخلل في النص وليس في الأشخاص، وربما يكون خلل النص في تراجع تفاعل الأشخاص على تطبيقات منظومة الإعلام الرقمي، أو الخلل هو حاصل ناتج ضعف التعليم، وكذلك الاندماج الثقافي. ويعود هذا الواقع المزري للمحتوى الرقمي العربي حسب الكاتب نبيل علي، إلى مجموعة من العوامل والأسباب، التي تمثل أهم الملامح البارزة لرهان صناعة المحتوى العربية. وهي تتمثل في ما يلي:

- ١ - غياب إستراتيجية عربية لصناعة المحتوى.
- ٢ - ضمور العرض.
- ٣ - ضعف الطلب.
- ٤ - تفشي ظاهرة التبعية المحتوتية.
- ٥ - ضعف جهود البحوث والتطوير الخاصة بصناعة المحتوى.
- ٦ - معالجة اللغة العربية آلياً: خمود بعد طفرة.
- ٧ - إنتاج إعلامي وسينمائي هزيل.
- ٨ - قصور حاد في الموارد البشرية اللازمة لصناعة المحتوى.

٩ - عزوف القطاع الخاص عن المساهمة في صناعة المحتوى.

١٠ - شبه غياب تام لمحتوى الإبداع الفني.

وإن كان الكاتب نبيل علي يعزو الوهن والضعف الذي يعرفه المحتوى الرقمي العربي لهذه العوامل، فإننا نشير إلى عوامل وأسباب أخرى منها:

أ - ضعف أو انعدام مساهمات جادة وشاملة وتعاونية من طرف المجتمع العلمي في أقطار العالم العربي، بمضامين رقمية معرفية، تشمل الدراسات والمقالات العلمية.

ب - انعدام التكامل بين المبادرات الموجودة في بعض الدول العربية، لتطوير استراتيجيات وخطط مستقبلية لتنمية المحتوى العربي الرقمي.

ج - قلة الجوائز المقدمة لأحسن المواقع والمضامين الرقمية باللغة العربية، والتي تساهم بشكل كبير في تعزيز المحتوى من طرف الأفراد.

د - غالبية المعاهد الموجودة في الدول العربية، والمتخصصة في تكنولوجيات الاتصال وتقنيات النشر الإلكتروني والإعلام الآلي، وغيرها من التخصصات التي من شأنها أن تدعم المحتوى العربي، تدرس طلابها باللغة الأجنبية، مما يجعل تطوير برامج ومضامين باللغة العربية من آخر أولويات واهتمامات هؤلاء الطلبة والأساتذة.

هـ - قلة المؤسسات الثقافية والعلمية التي تهتم بشؤون اللغة العربية بصفة عامة، وبسبل تطويرها في عصر العولمة وثورة النشر الإلكتروني.

### العرب أمام صدمة المستقبل الرقمي

المواطن العربي في العصر الرقمي أصبح محاصراً بكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته، ولكنها في جانب أكبر منها تقدم مضامين وصوراً مشوهة من جانب بعض الدول أو الهيئات أو الأفراد التي تمثل ثقافات خارجية تتسم بالسلبية، مما يجعل قنوات الإعلام الرقمي (الفضائيات والإنترنت) وسائل اتصال خطيرة، تسهم في تزييف النموذج المحلي لشعب من شعوب العالم، والمتابع لهذه الرسائل يلحظ تشويهاً متعمداً لكثير من الدول والشعوب والثقافات والأديان والتاريخ وغيرها، مما يؤدي إلى نقل معلومات تضليل الجماهير، فضلاً عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضامين إباحية يمكن أن تسهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمراهقين في العالم العربي.

إن الثورة المعرفية والمعلوماتية المعاصرة التي تسهم في إنضاجها تقنيات الإعلام

تنطوي على تحديات وأخطار وفرص تمسّ الكيان العميق للبلدان العربية، وتعرضها لما يسمى بـ«صدمة المستقبل» على حد تعبير أستاذ الإعلام الجديد الدكتور ياس البياتي، بأن الأخطار تنطوي على تأثير بسبب ما يعانيه الكيان العربي نفسه من عوامل الضعف المتمثلة في انتشار الأمية، وتخلّف برامج التربية والتعليم عن حاجات المجتمعات العربية ومتطلبات العصر، والمسألة أن العرب لم يحسنوا الخروج من عجزهم لأجل أن يتحولوا إلى مشاركين في صناعة العالم بصورة غنية وخلاقة، بسبب الطبيعة الأيديولوجية التي حالت دون استثمارهم الطاقات المبدعة والتحول، ودفعتهم هذه الأيديولوجية إلى عدم الاعتراف بإنجازات الغرب والتعلّم منه، كما جعلتهم يتعاملون مع هذه الإنجازات بعقليّة تقليدية شعاراتية عميقة وغير منتجة.

إن القراءة المستقبلية تشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي سوف يكون لديها خارطة طريق واضحة لخدمة التعليم، وسوف تكون منصّة تفاعلية بين الطالب والمعلم، كونها تمثّل بيئة مناسبة لتعليم حديث ومتطور يلي حاجات الفرد، ويتماشى مع الثورة التكنولوجية العالمية والمرونة بتسخيرها في التعليم التطبيقي بشكل مبتكر، خصوصاً الدول التي تهدف إلى الوصول إلى مصافّ الدول الأكثر ابتكاراً، لأن وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد قضية تكنولوجية أو حتى اجتماعية، بل إنها غدت جزءاً من حياة الناس ووسيلة كسائر وسائلهم في التخاطب والتواصل، ولم يكن التعليم شاذاً عن هذه القاعدة ولا خارجاً عن هذا الإطار، بل يمكن القول إنه من أكثر المجالات تأثراً بهذا التوجه، أو هذه النقلة النوعية في التواصل.

## الخصوصية في الإعلام الرقمي

يمكن تعريف الخصوصية عبر شبكة الإنترنت بأنها «قدرة المستخدم على الاحتفاظ والتحكم بالمعلومات، وامتلاكه قدرة التحكم بكشفها متى شاء وإخفائها متى شاء»، كما تعني كذلك أن يتاح للمستخدم القدرة على التحكم بمن يستطيع الدخول إلى معلوماته. ومثال ذلك، بإمكان مستخدم أن يقيد الدخول إلى ألبوم صورته على الإنترنت. لكن العديد من الخبراء المهمّين بشأن الخصوصية والأمن يعتقدون بأن الخصوصية معدومة على شبكة الإنترنت. ولتبسيط الحالة أكثر، فإنه لا بد من تعريف الخصوصية بشكل عام على أنها القدرة لشخص أو مجموعة أشخاص على عزل أنفسهم أو معلوماتهم عن الآخرين.

ويكثر الاحتياّل على الخصوصية الإنترنتية على البريد الإلكتروني وربما الأكثر منه في مواقع التواصل الاجتماعي (Social Networking) التي استقطبت المستخدمين



بشكل فعال وينسب سكانية عالية جداً في السنوات الأخيرة، حيث تحمل قدرأ هائلاً من أسرار الناس، فهي أيضاً لا يجد فيها المستخدم خصوصيته. فمثلاً، موقع الفيسبوك (Facebook) يوفر أدوات عدة للمستخدم للتحكم في خصوصيته بالسماح لمن يستطيع رؤية معلوماته وصوره، لكن واقع الحال يشير إلى عكس ذلك، فالمستخدم غير محمي من التطبيقات والبرامج التي تعمل مع مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الدعاية والإعلان في حساب المستخدم وقد يصل الأمر إلى وصول هذه التطبيقات إلى عنوان ورقم هاتف المستخدم وفي بعض الأحيان إلى ألبوم صورته أيضاً.

## مخاطر الخصوصية

مع تطور استخدامات الإعلام الرقمي وتنوعها وتوفير الخدمات والوظائف التي تؤديها للمستخدمين، أصبح من الصعوبة بمكان العزوف عنها، كونها خدمة عصرية ملية لكل ما يتبغيه الإنسان، ولكن كما يقال: إن لكل شيء وجهين إيجابي وسلبي، فالسلبية في الإعلام الرقمي هي سهولة انتهاك الخصوصية التي جعلت الإنسان معرضاً للمخطر وللتعري في كل لحظة، وتنسحب هذه السلبية على الدول. وأصبح اللصوص الرقميون موجودين بأعداد كبيرة، ولهم مهاراتهم وقدراتهم التي تخفي كل مستخدم رقمي.

ولقد تفنن المتجاوزون على الخصوصية باتباع أساليب عديدة خطيرة، وترددت مؤخراً أنباء عن حصول عمليات القرصنة «الهاكر» على مواقع إلكترونية تعود لمؤسسات حكومية كبرى خاصة ملفات تعود لوزارات خارجية، وأجهزة مخابراتية دولية كُشفت فيها مسائل خطيرة جداً تسببت بأزمات دولية معروفة في القاموس الدولي، وكذلك حصلت القرصنة لأحزاب أو شركات تجارية أو لشخصيات بارزة وسرقوا معلومات سُرّبت إلى وسائل الإعلام لنشرها ضمن الأخبار المقروءة، أو كأخبار فضائح. إن هذه التجاوزات على الخصوصية تعيد إلى الأذهان عمليات التجسس لأجهزة المخابرات الدولية في التنافس مع بعضها لسرقة معلومات ذات نطاق دولي أو شخصي، ويعتمد قراصنة الإنترنت (الهاكرز) على الآتي لاستخراج معلومات المستخدم:

١ - مزود خدمة الإنترنت (Internet Service provider): هي شركة أو مؤسسة توفر لعملائها إمكانية الوصول إلى الإنترنت.

٢ - ملفات التعريف والتتبع (Cookies): وهي معروفة أيضاً بملفات التعريف تتبع المتصفح والتي يتم إنشاؤها تلقائياً وحفظها على كمبيوتر المستخدم عندما يفتح صفحة ويب.

٣ - ملفات معلومات تسجيل الدخول: هو الملف الذي يسجل وقت دخول المستخدم على الكمبيوتر الخاص بهم.

- ٤ - برامج التجسس (Spyware Programs): هي برامج يتم تثبيتها على الكمبيوتر من دون علم المستخدم، وتسرق المعلومات من على الكمبيوتر.
- ٥ - متتبع المستخدم (Web bugs): معروف أيضاً باسم 'tracking bug' وهو برنامج مُضمَّن في صفحة الويب، وغالباً ما يكون غير مرئي للمستخدم، ولكنه يتبع أنشطة المستخدم على صفحة الويب.
- ٦ - الهندسة الاجتماعية: هي وسيلة للتلاعب بالأشخاص من الناحية النفسية للكشف عن معلوماتهم الشخصية.
- ٧ - تصيد المعلومات: هو إرسال رسائل احتيالية لمستخدم ما، على سبيل المثال، عن طريق بنك وجمع معلوماته الشخصية.
- ٨ - البروكسي المضرّ (Malicious proxy server): البروكسي هو خادم يحمي هويتك أثناء تصفحك على الإنترنت، والخادم الوكيل الخبيث هو الخادم الذي يتظاهر بحماية هويتك ولكنه في الحقيقة يقوم بسرقتها.
- ٩ - محركات البحث: غوغل هو محرك بحث على الويب يُستخدم في البحث عن المعلومات على الإنترنت.

١٠ - شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت (فيسبوك، تويتر، يوتيوب): هي مواقع على الإنترنت لبناء علاقات وشبكات اجتماعية مثل الدردشة ومشاركة الاهتمامات والصور والفيديوهات ووجهات النظر.

إن المراهقين العاقلين يتحوّن الحذر لحماية وثنائق الهوية الشخصية الخاصة بهم مثل شهادة الميلاد والوثائق الأكاديمية ورخصة القيادة،... إلخ. فلا يقومون بمشاركتها مع الجميع أو يتركونها من دون حماية. ينبغي تطبيق هذا المبدأ نفسه على الطريقة التي يتم فيها نشر المعلومات الشخصية على الإنترنت من أجل منع الآخرين من استخدام تلك المعلومات استخداماً غير قانوني لانتحال شخصيتك أو تشويه سمعتك.

## التحرش الإلكتروني وآليات المعالجة

ما هي أبرز حالات التحرش الإلكتروني وسياقاته؟ وكيف نتجنب الوقوع فيها؟ وفي أسوأ الأحوال كيف نتصرف في حال وقوعنا أو أحد معارفنا ضحايا له؟ إن هذه الحالات ينبغي من القائمين على إثراء ثقافة التربية الإعلامية والرقمية القيام بتوعية فاعلة للناس، لأجل الحد من مخاطرها البشعة حيال مستقبل المجتمعات. وبلا شك، فإن شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي فسحت المجال أمام المستخدمين لممارسة التحرش الجنسي من خلال رسائل متنوعة الأساليب ينصرف فيها المستخدم عن القيم ويختبئ خلف شاشة صغيرة قد تكون لجهاز الموبايل أو شاشة جهاز حاسوب، ويكرر

دعواته وإلحاحه بالتعارف، والدعوة الصريحة للدخول في جو من الانفتاح وهمد الخصوصية القيمة والاجتماعية، لأجل ممارسة التحرش الجنسي. ولم يعد هذا النوع من العلاقات المنحرفة اجتماعياً مرتبطاً بالمقابلة المباشرة بين المتحرش والضحية، بل أصبح بإمكان المتحرش الدخول إلى بيتك وممارسة التحرش بكل وقاحة، ومن دون خوف عبر وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت أو الهواتف المحمولة، كل ذلك يحصل في سبيل إشباع رغبات غرائزية وانتهاك خطير لخصوصية الأسرة.

وشاعت ظاهرة التحرش الإلكتروني بين الناس منذ بداية ظهور الإنترنت، وتحديداً منذ بداية استخدام البريد الإلكتروني، من خلال تلقى رسائل للتعارف أو رسائل تحمل مواد جنسية، هذه الرسائل كانت تعرف بـ «spam»، ومع تطور الإنترنت وغرف الدردشة والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة وبرامج المحادثة، أصبح التحرش يمارس بشكل أكبر وأكثر نوعية للإيقاع بالضحية. وليس من أرقام أو نسب معينة عن حالات التحرش الجنسي إلكترونياً أو رقمياً على صعيد عالمي، وخاصة بين أوساط الأطفال الذي هم أكثر عرضة لأن يكونوا ضحايا من هذا النوع، لكن بحسب التقديرات التي اعتمدت دولياً، فإن نحو ٧٥٠ ألف متحرش جنسياً بالأطفال عبر الإنترنت في الدقيقة الواحدة. والأمر الخطير أن الأطفال ليس بإمكانهم معالجة الأمر إيجابياً، وليس لهم قدرة على مواجهة أولياء أمورهم بالتفاصيل لأجل إيجاد حلول منطقية، وكل ما في الأمر أنهم يتخذون من هذه الحالات التي تنتهك كرامتهم أسراراً مدفونة في صدرهم أمام عائلاتهم، وبالتالي فإنهم يخضعون أمام ابتزازات المتصيدين بهم بكشف المخفي في حال عدم التعاطي ليكونوا ضحايا حقيقين تترك أثراً نفسياً عندهم. وقد تصل نتائج هذا التأثير النفسي إلى العزلة والاكتئاب أو الانهيار العصبي، وقد تؤدي إلى الانتحار من دون أن يعلم الأهل بالأسباب، وقد يصل الحال إلى الابتزاز والتحرش الجنسي الجسدي في الواقع، وقد تكررت النهايات المؤلمة لهذه الممارسات.

## أسباب التحرش الجنسي الإلكتروني

- هناك عدة أسباب تدفع باتجاه التحرش الجنسي إلكترونياً، ومن ذلك ما يلي:
- ١ - غياب التوازن النفسي والفكري، وعدم القدرة على إدارة العلاقات مع الآخرين عبر تطبيقات الإعلام الرقمي، وحدث ما يعرف بالصدمة الثقافية لدى مستخدمي هذه الشبكات، وهذا ناجم عن الإفراط في استخدام هذه التطبيقات.
  - ٢ - غياب الرقابة الأسرية والتوجيه التربوي المؤثر، ونقص الوعي والتوجيه، وعدم القدرة على الإشباع العاطفي للأبناء.
  - ٣ - قوة تأثير ما يطرح من محتوى خطير عبر الشبكات الاجتماعية من صور

وأفلام ومعلومات شخصية بحثاً عن الاهتمام ولفت انتباه الآخرين.

٤ - الفراغ النفسي والعاطفي الذي يدفع الأشخاص لقضاء ساعات طويلة على شبكة الإنترنت أو في استخدام الهواتف المحمولة.

٥ - تقام مشاكل الإدمان الإلكتروني، يدفع في اتجاه زيادة التحريض على ممارسة التحرش من خلال الإنترنت.

### طرق المعالجة من التحرش الإلكتروني

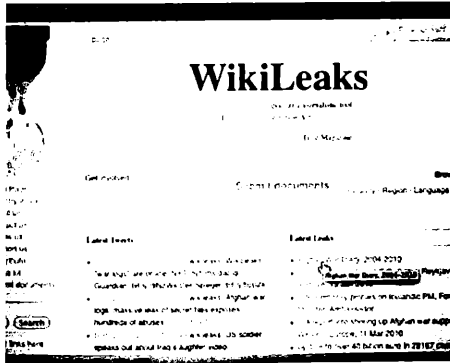
هناك عدة طرق ينبغي الأخذ بها لحماية الأبناء من التحرش الإلكتروني وتكمن في ما يلي:

أ - مراقبة الأبناء بشكل مباشر وغير مباشر، والحرص على قضاء الوقت على الإنترنت معهم، باعتبار أن هذا نشاط عائلي ترفيهي.

ب - الحرص على وضع جهاز الحاسوب تحت المراقبة وفي مكان ظاهر ومرئي في المنزل، واستخدام الطرق التقنية التي تساعد في فلترة المواقع، ونتائج محركات البحث.

ج - استخدام برامج الحماية والمراقبة لإدارة استخدام شبكة الإنترنت ومنع الأطفال والشباب من الاستخدام المفرط.

### ويكيليكس أكبر مواقع كشف الخصوصيات الدولية



بعد موقع ويكيليكس، كما يقول القائمون عليه موقعاً للخدمة العامة مخصصاً لحماية الأشخاص الذين يكشفون الفضائح والأسرار التي تنال من المؤسسات أو الحكومات الفاسدة، وتكشف كل الانتهاكات التي تمس حقوق الإنسان أينما وكيفما كانت. وصدرت خلال ظهور الموقع في ٢٠٠٧ ملايين الوثائق تخص الخصوصية لقضايا سياسية في غاية الخطورة، كونها كشفت مواقف دولية في الحروب والتآمر والتدمير والتعاون على حساب دول أخرى. ولعل ١٠ أسرار أمريكية ذات شأن دولي خطير كشفها ويكيليكس أخرجت الولايات المتحدة الأمريكية، ومنها جرائم قتل لجنود أمريكيين ضد مدنيين عراقيين ادّعوا أنهم معادون، والحقيقة عكس ذلك.

الاسم جاء من دمج كلمة «ويكي» والتي تعني الباص المتنقل مثل المكوك من وإلى مكان معيّن، وكلمة «ليكس» وتعني بالإنكليزية «التسريبات».

تم تأسيس الموقع في يوليو/تموز ٢٠٠٧ وبدأ منذ ذلك الحين بالعمل على نشر ملايين المعلومات، وخوض الصراعات والمعارك القضائية والسياسية من أجل حماية المبادئ التي قام عليها، وأولها «صدقية وشفافية المعلومات والوثائق التاريخية، وحق الناس في خلق تاريخ جديد». وانطلق الموقع بداية من خلال حوار بين مجموعة من الناشطين على الإنترنت من أنحاء متفرقة من العالم مدفوعين بحرصهم على احترام وحماية حقوق الإنسان ومعاناته، بدءاً من قلة توفر الغذاء والرعاية الصحية والتعليم والقضايا الأساسية الأخرى. ومن هذا المنطلق، رأى القائمون على الموقع أن أفضل طريقة لوقف هذه الانتهاكات هو كشفها وتسليط الضوء عليها.

### الأهمية المعلوماتية للموقع

تعود أهمية الموقع في كشف أسرار العديد من القضايا ذات البعد الإنساني، منها على سبيل المثال - كما تقول الصفحة الرئيسية للموقع - الأعداد الحقيقية للمصابين بمرض الملاريا الذي يقتل في أفريقيا على سبيل المثال مائة شخص كل ساعة.



الأسترالي جوليان أسانغ يعدّ أحد مؤسسي موقع ويكيليكس (الفرنسية)  
ويؤكد القائمون على الموقع أن أهمية ما يسرّبونه من معلومات تفيد في كشف

سوء الإدارة والفساد في الدول التي تعاني من هذه الأزمات، كالملايا مثلاً، لأن الدواء متوافر لمعالجة هذا المرض. ويعتمد الموقع في أغلبية مصادره على أشخاص يوفرون له المعلومات اللازمة من خلال الوثائق التي يكشفونها، ومن أجل حماية مصادر المعلومات يتبع موقع ويكيليكس إجراءات معينة، منها وسائل متطورة في التشفير تمنع أي طرف من الحصول على معلومات تكشف المصدر الذي وفر تلك التبريات.

ويتم تلقي المعلومات إما شخصياً أو عبر البريد، كما يحظى ويكيليكس بشبكة من المحامين وناشطين آخرين للدفاع عن المواد المنشورة ومصادرهما التي لا يمكن - متى نشرت على صفحة الموقع - مراقبتها أو منعها. وسبق لويكيليكس أن حصل على حكم قضائي من المحكمة العليا في الولايات المتحدة التي برأته من أي مخالفة، عندما نشر ما بات يعرف باسم أوراق البنتاغون التي كشفت العديد من الأسرار حول حرب فيتنام.

### مرجعية القضاء

بيد أن الموقع، وفي الوقت ذاته، لا يطرح على قرائه آمالاً مبالغاً فيها، إذ يعترف بأن ما يقوم به من نشر لمعلومات هامة ودقيقة قد لا تؤدي في عدة مناسبات إلى تحويل المسؤولين إلى القضاء ومحاسبتهم على ما ارتكبه من أخطاء، فضلاً عن أن تقدير ذلك يعود في نهاية المطاف للقضاء وليس للإعلام. لكن هذا لا يمنع - كما يقول القائمون على ويكيليكس - الصحفيين والناشطين والمعنيين من استخدام معلومات ينشرها الموقع للبحث والتقصي للوصول إلى حقيقة الأمر، وبالتالي يمكن لاحقاً تحويل المسألة إلى قضية ينظر فيها القضاء. وقد خلق هذا الواقع إشكاليات كبيرة بالنسبة إلى ويكيليكس لجهة حجه في العديد من الدول وعلى رأسها الصين، لكنه نجح في وضع عناوين بديلة يمكن من خلالها الوصول إلى صفحته وقراءة محتوياتها بفضل إمكانيات التشفير التي يوظفها خبراء لصالح منع حجب الموقع.

### تدقيق الوثائق

يتم التدقيق في الوثائق والمستندات باستخدام طرق علمية متطورة للتأكد من صحتها وعدم تزويرها، لكنّ القائمين على الموقع يقرّون بأن هذا لا يعني أن التزوير قد لا يجد طريقه إلى بعض الوثائق. وانطلاقاً من هذه المقولة، يرى أصحاب ويكيليكس أن أفضل طريقة للتمييز بين المزور والحقيقي لا يتمثل بالخبراء فقط، بل بعرض المعلومات على الناس، وتحديدًا المعنيين مباشرة بالأمر. وتتم عملية النشر بطريقة بسيطة حيث لا يحتاج الشخص سوى تحميل الوثيقة التي يريد عرضها، وتحديد اللغة، والبلد، ومنشأ

الوثيقة، قبل أن تذهب هذه المعلومات لتقويم من قبل خبراء متخصصين، وتتوفر فيها شروط النشر المطلوبة. وعند حصولها على الضوء الأخضر، يتم توزيع الوثيقة على مزودات خدمة احتياطية داعمة.

## انتهاكات ويكيليكس للخصوصية

حظي موقع الويب ويكيليكس الذي فضح الكثير من الأسرار والمخالفات، بالثناء والإشادة، كما واجه انتقادات كذلك. وقد حازت تلك المنظمة على العديد من الجوائز، بما في ذلك جائزة الإعلام الجديد من مجلة الإيكونوميست في عام ٢٠٠٨ في دليل جوائز الرقابة وجائزة الإعلام في المملكة المتحدة، من منظمة العفو الدولية في عام ٢٠٠٩. وفي عام ٢٠١٠، رصدت صحيفة ديلي نيوز التي تصدر في نيويورك موقع ويكيليكس على أنه الأول بين مواقع الويب «التي تمكنت من تغيير وجه الأخبار بشكل تام»، كما حصل جوليان أسانج على جائزة سام آدمز، وتم اختياره ليكون الخيار الأفضل للقارئ في مسابقة أفضل شخصية في العام حسب اختيار مجلة التايم في عام ٢٠١٠. وقد ذكر مكتب مفوض المعلومات في المملكة المتحدة ما يلي: «بعد موقع ويكيليكس جزءاً من المواطنين المستخدمين للإنترنت ممن يمتلكون القدرة والقوة». وفي أول أيامه، جذب التماس عبر الإنترنت قَدَمه الموقع، ويدعو إلى إيقاف التهديد لموقع ويكيليكس خارج النطاق القضائي ما يزيد على ستمائة ألف توقيع. وقد أثنى أنصار موقع ويكيليكس في مجال وسائل الإعلام وفي الأوساط الأكاديمية عليه بسبب كشفه عن أسرار الشركات والدول، مما يؤدي إلى زيادة مستوى الشفافية ودعم حريات الصحافة، وتحسين الخطاب الديمقراطي مع مواجهة المؤسسات التي تمتلك القوة.

وفي الوقت نفسه، وجه العديد من مسؤولي الحكومة الأمريكية الانتقادات إلى موقع ويكيليكس بسبب الكشف عن معلومات سرية، مدّعين أن تلك التسريبات تضر الأمن القومي الأمريكي وتعزّض الدبلوماسية الدولية للخطر. ومن وجهة نظر المؤسسة الأمنية للولايات المتحدة، فإن الأمر المثير للقلق ليس فقط نشر المعلومات الحساسة، ولكن كذلك عدم القدرة على اكتشاف الهوية التي توفرها شبكة الإنترنت، على مستوى أكثر عمقاً. وقد طالب العديد من منظمات حقوق الإنسان، فيما يتعلق بالإصدارات السابقة للوثائق أن يقوم موقع ويكيليكس بإعادة صياغة أسماء المدنيين العاملين مع القوى الدولية، من أجل الحد من التداعيات. وبالمثل، انتقد بعض الصحفيين الافتقار المتصور إلى التمييز التحريري عند إصدار آلاف الوثائق في اللحظة نفسها من دون تقديم التحليل الكافي. ورداً على بعض ردود الأفعال السلبية، عبرت المفوضية السامية

لحقوق الإنسان التابعة للأمم المتحدة عن قلقها حيال «حرب الإنترنت» المثارة ضد ويكيليكس، وفي بيان مشترك مع منظمة البلدان الأمريكية، دعا المقرر الخاص للأمم المتحدة الدول وغيرها من المساهمين الآخرين إلى استمرار وضع الممارسات القانونية الدولية في الاعتبار.

### خطوات حماية الخصوصية

هناك عدد من الخطوات الفنية والتقنية اللازمة التي يتطلب من الافراد والمؤسسات اتباعها لحماية الخصوصية، وهي:

١ - راجع نفسك مرتين أو ثلاث مرات قبل أن تنشر معلومات تتعلق بالعائلة أو الأصدقاء على الإنترنت.

٢ - قم بضبط إعدادات الخصوصية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعية لتجنب أي اهتمام غير مرغوب فيه من الآخرين.

٣ - افحص سياسة الخصوصية للموقع قبل أن توفر معلومات جهة الاتصال أو عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك.

٤ - احتفظ بما لا يقل عن حسابين للبريد الإلكتروني، واحد للأغراض الاجتماعية والآخر للأغراض التعليمية والمهنية.

٥ - قم بإنشاء كلمات مرور قوية لحسابات البريد الإلكتروني التي تستخدمها بانتظام واستمر في تغييرهما على أساس دوري لمنع أي وصول غير مصرح به.

وخلال السنوات القليلة الماضية أصبحت الهندسة الاجتماعية مسألة خطيرة جداً على الخصوصية كونها تستخدم في الإنترنت للتلاعب، واستقاء المعلومات من خلال جعل الناس يقومون بإفشاء معلوماتهم السرية. فالتصيد (Phishing) هو أحد الأقسام الفرعية للهندسة الاجتماعية وقد أصبح شائع الاستعمال في تصيد المعلومات الحساسة لمستخدمي شبكة الإنترنت. فبرامج التصيد تعمل على كسب ثقة المستخدم وتقوم بإرسال رسالة إلكترونية إليه تبدو وكأنها من موقع شرعي كمواقع البنوك والبطاقات الائتمانية تطلب فيه بعض المعلومات السرية مثل رقم الحساب البنكي وكلمات السر. كما أن بعض برامج التصيد تستطيع توجيه المستخدم من دون علمه إلى مواقع وهمية مشابهة تماماً لبعض المواقع الشرعية بهدف خداع المستخدم وجعله يبوح بمعلوماته السرية.



## موقع «سنا بجات» في اختراق الخصوصية

الإعلام الرقمي عالم اختراقي يستوعب كل تفاصيل التجسس وسرقة المعلومات بطرق مكشوفة وكذلك سرية اختراقية، ولكن بقدر ما يحمل من قدرات اختراقية بانتهاك الخصوصية فإنه يمتلك قدرات على الاختراق الفكري الطوعي عبر تطبيقات وبرامجيات محددة يسترسل بها المستخدم لبصل في النهاية إلى الاستسلام وإعطاء كل ما في جعبته من معلومات وأشياء، هي في الأصل خصوصيات أسرية أو شخصية ومشاعر الحب والكراهة والاحتياجات والعبء والزعل ونفاصيل تعكس حياة الإنسان اليومية على مدى ٢٤ ساعة، وبالطبع فإن ثقافة الكشف عن الخصوصيات التي نتصدى لها في أدبياتنا الإعلامية وأخلاقيات تعاملنا الرقمي تشكل هاجس خوف من كشفها أمام الملأ. ومن بين المواقع الرقمية «سنا بجات» الذي يتسم بخصوصية سرقة معلوماتنا بطريقة الترويض الفكري. وتسرد الإعلامية البحرينية بسمة البناء بأنها فتحت حساباً خاصاً لها على هذا الموقع واستمرت بالتواصل لمدة شهرين خلال رصدنا ممارسات الناس وطبيعة الموقع الذي يهدف بالدرجة الأولى إلى تتبع النفاصيل اليومية لحياة الآخرين، وإجبارك على تغذيته بشكل دائم طيلة ٢٤ ساعة وبخلاف ذلك لن يكون لك تواجد من خلاله. واقحمت البناء نفسها حوض غمار هذه التجربة التي تخضع لمجهر الرقيب، وتعلل بانها ستلاحظ فيها سلوكها وتواصلها مع الآخرين، وكذلك الاطلاع على نوعية المحتوى الذي ينشره الناس.

وبداية الاشتراك في الموقع، يقترح على مستخدميه قائمة من الأفراد الذين يحتفظون بأرقامهم في ذاكرة هواتفهم، وتقول البناء التي أبدت رأيها بالتجربة، أو المجازفة، كما تصف أضفت أرقام البعض، لكنني شعرت بأن هناك عالماً آخر يتابعه الناس بشغف وفضول شديدين، فتتبع قائمة مشاهير «السنا ب» العرب بالتحديد، وكانت الكويت من المتصدرين في إنتاج وصناعة محتوى السنا ب في الخليج تليها المملكة العربية السعودية. ولكن ما طبيعة المحتوى في هذه المواقع؟

ومن خلال المتابعة في ثنايا هذه التجربة أفرز محتوى السنا ب إلى عدة أصناف:

المحتوى الأول: يرصد كل ما يتعلق بتفاصيل الحياة اليومية للأهل والأصدقاء وكل ما يتبع ذلك من تدخل في خصوصيات الآخرين ورصد للتحركات، ولا يخلو الأمر من العتاب والمحاسبة، فالجميع يرغب في المشاركة، وأن يكون جزءاً من الحدث، أو أحد المدعوين على الغداء والعشاء في ذلك المطعم الفاخر، أو رقيقاً ممتعاً للسفر.

المحتوى الثاني: تأتي قصص «الفاشينستات» واستعراضاتهم المبهمة «لكل شيء»، ومسلسل خلافاتهم العلنية بسبب المنافسة على من تنتزع من الأخرى الإعلان لهذه

الشركة الكبرى أو تلك، وهي في الواقع لا يتعدى دورها أنها أكلت أو لبست أو وضعت مساحيق واستعرضتها أمام الآلاف، وهو ما يعود عليها بأموال خيالية، ومن هنا يبدأ فيما بينهم مسلسلات من الردح والشتم وفضح ملفات سوداء لا يخلو الأمر فيها من التعرض إلى التعرّات القبلية والأصول العرقية المثيرة للاشمئزاز، كل ذلك من أجل المال والشهرة.

المحتوى الثالث: كل ما يرتبط بفنون الطبخ والمطاعم، وبلا جديد أو مفيد في تعلّم الطبخ، مثلاً، فهناك مواقع أخرى تقدّم الخدمات نفسها كاليوتيوب والإنستغرام، لكنها قد تستغل للترويج للشخص نفسه، وهنا أقصد «الشف»، أو المطعم بحد ذاته، وهذه مسألة ترتبط أيضاً بالترويج والإعلان.

المحتوى الرابع: يتمثل في أشخاص يتسمون بخفة الظل، البعض منهم يستعرض تفاصيل حياته اليومية «كلها تقريباً» بالإضافة إلى سفرائه وتنقلاته، وحتى أحاديثه مع أصدقائه، ويحصلون عدد مشاهدة كبير جداً، كونه متنفساً للناس ووسيلة تسلية وترفيه ومادة لأحاديثهم اليومية ومسامرتهم الليلية، وكأنهم يتفرجون على فيلم السهرة، وهناك نسبة متواضعة من الأشخاص الجادين أصحاب رسالة إنسانية وثقافية هادفة يسعون إلى الترويج للقيم أو نشر معلومات وأخبار بها فائدة وتوعية للناس، كما يبادرون أحياناً بتقديم خدمات إنسانية لمجتمعهم.

ولعل هذه الخصوصية التي كشفت عنها الإعلامية البحرينية ركزت على جوانب اجتماعية بحثة للمستخدمين الآخرين، وتوغلت في أعماق خصوصياتهم باللجوء إلى النمط الاستهلاكي، بعيداً عن أي إبداع وعطاء فكري. ومن خلال هذه النافذة الرقمية جرى رصد مستويات البذخ في موسم الصيف ٢٠١٦ على الرحلات السياحية لدول العالم من هذين البلدين (السعودية والكويت) بحسب صاحبة التجربة التي تعرضت لصدمة كبيرة من طبيعة هذه الحياة الأرسنقراطية التي يعيشها المشاهير والأمرء في الخليج تحديداً، فقد كشفت لنا العالم الآخر الذي تعيشه هذه الفئة وأماكنها المفضلة الخاصة، وأسلوب ونمط الحياة لديها، وبالطبع. وتقول البناء بعد هذا التحليل لمحتوى الموقع ورصد سلوكيات الأفراد خلاله، وجدت بأنه لا يقدم الجديد كموقع تواصل اجتماعي، ولكنه زاد من رغبتني في الاطلاع على ما يقوم به الآخرون وتتبع مجريات تفاصيل حياتهم اليومية لمعرفة أين هم الآن؟ ومع من؟ وبماذا يقومون به؟ كونه ليس مراقباً بل مساهماً في صناعة محتوى، فيضطر المتواصل. ومن خواص هذا الموقع الاجتماعي أنه في حال لم تغذّه بالمعلومات الخاصة، فلن يسمح لك بالوجود لأنك ببساطة ستضع نفسك في خانة المتهم المتفرج والمراقب، فيضطر متابعة حسابات قائمة على زيادة عدد المتابعين للدعاية والترويج لكل أنواع السلع، بما فيها البشر.

وتقول قرأت مؤخراً عبارة لفتتني كثيراً تقول: «حين تقدم لك مواقع التواصل الاجتماعي خدمات مجانية وبدون مقابل، حينها يجب أن تدرك بأنك أصبحت أنت البضاعة». ويقدر ما تنسم عملية هذا الموقع بجانب من المتعة لكنها مشوبة بكثير من المنغصات، فالبعض يرى ذلك منافياً لمبادئه وقيمه وأخلاقه، فيلجأون في النهاية إلى إزالة البرنامج من هواتفهم، وهذا ما كشفت عنه الصحافية البتاء.



## خرافة أمن الإنترنت

برغم العروض التي تقدمها كبريات شركات تقنيات الاتصال والمعلوماتية العالمية في توفير منتج أمن وحماية الإنترنت، لكن خبراء مختصون في تقنيات الإنترنت اعتبروا أن الأمر ليس بالأمر السهل، بل هو أمر مثير للغثيان، عندما يشعرون بالقهر لعدم استطاعتهم تحقيق الأمن الفعلي. وشكك ريتشارد ثيمي أثناء مؤتمر أمن الإنترنت الذي أقيم في لاس فيغاس، في قدرة الشركات المتخصصة في مجال أمن الإنترنت ومكافحة الفيروسات على حماية الشركات والوكالات والمستخدمين العاديين. واتفق غالبية المشاركين في المؤتمر على أنه «لا يوجد شيء اسمه أمن الإنترنت، فلا يوجد نظام أمن ١٠٠ في المئة، ولا يوجد شفرة لا يمكن اختراقها. ولا يوجد أي برنامج لمكافحة الفيروسات من مكافحة كل الهجمات، وكل يوم تعلن شركة أو مؤسسة حكومية جديدة عن تعرضها للاختراق الأمني عبر الإنترنت. وكل الموجود من صناعة لتحقيق أمن الإنترنت قائم على التواري، والموجود هو شيء محطم في أساسه، وبحسب ريتشارد ثيمي في مؤتمر «أمن الإنترنت» الذي أقيم في لاس فيغاس، إن كتابة الشفرات هو خيار الإنسان الساذج، لذلك كيف يمكننا استخدام كلمة «أمن» عندما لا نعني ذلك؟

إن هذا لا يعني أن كل شيء بات غير آمن بالمطلق، فالمختصون في مجال أمن

الإنترنت يكذبون على أنفسهم بشأن الكم والكيفية التي يوفرها بها الحماية أنهم سيؤون في ما يتعلق بالتقليل من المخاطر ولكنهم جيدون للغاية في ما يخص إثارة المخاوف عن طريق التظاهر بأن كل شيء آمن، وأن الشركات والخبراء الأمنيون يقومون بدعاية حول تلك «الخرافة» ويروجون لها أمام عامة الناس عن طريق رفض مناقشة مدى اختراقهم بشكل علني. فكريات الشركات المختصة بمكافحة الفيروسات تتعرض بشكل سجل أرقاماً هائلة من هجمات إلكترونية، غير أن الشركات رفضت الكشف عن أسماء الضحايا، لأن كلٍ منها رفضت كشف هويتها للعامة باعتباره يضر بمصالحها وحملاتها الدعائية.

## التربية الرقمية ومخاطر إدمان الإنترنت

### إدمان الإنترنت



بالرغم من النقلة النوعية التي أحدثتها ثورة الاتصالات في العالم، إلا أن دخول الإنترنت ضمن منظومة الاتصالات الحديثة، كان له آثار عديدة على كل من المستوى الصحي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي، وكشفت الدراسات الحديثة حقائق جديدة حول هذه الآثار، منها ظهور نتائج سلبية اعتبرها العلماء من الأمراض الجديدة عالمياً مثل إدمان الإنترنت وفقدان الحس والتفاعل الاجتماعي. فإن الانفتاح على الشبكة العنكبوتية العالمية «الإنترنت» ساهم في توفير فرص ثمينة للإنسان منها:

١ - الحصول على أكبر كمية من المعلومات، ومن مختلف الثقافات العالمية، ومنح مستخدمه مزيداً من التعارف وبناء العلاقات الاجتماعية.

٢ - اقتصار الجغرافيا والزمن لصالح المتصفح المستخدم للشبكة، ومنها التراسل

عبر البريد الإلكتروني وإيصال الملفات الشخصية والبريد الحكومي، خاصة في البلدان التي تبنت سياسة «حوكمة الإنترنت» والابتعاد عن البريد الورقي التقليدي.

٣ - توفير خدمات التصفح والاطلاع على الأخبار والتقارير والمشاهير الرياضيين والفنانين وبقية الناس عندما ينشرون موادهم وصورهم وابداعاتهم.

ورافق هذا تطور جديد بالنسبة إلى خدمات الإنترنت تجسد بالإعلام الاجتماعي (social media) الذي أتاح فرصاً عديدة للمستخدمين وتفاعلهم مع بعضهم بعض، ومنها خدمات الاتصال الهاتفية بالصوت والصورة، ونقل المعلومات الكتابية، الأمر الذي جعل هذا الحقل الاتصالي من الإنترنت يستقطب غالبية الناس، وخاصة الشباب منهم على وجه التحديد، على خانات الدردشة الخاصة وتستمر لساعات طويلة، ورافق ذلك بعض سلبيات، منها:

أ - يشكّل عبئاً نفسياً وصحياً واجتماعياً على مستخدميه، ما دفع المؤسسات المعنية بتنمية الإنسان إلى مواجهة صعوبات في ذلك، وأخذت تبني قضايا علاجية بسبب مرض الإدمان الذي حل جديداً عليها رغم انشغالها بالإدمان الذي كان معمولاً به في قضايا التدخين والخمور وأمور أخرى.

ب - إنه يطرح معلومات ليس بالضرورة أن تتسم بالدقة، خاصة في نصوص الأشخاص وأرائهم ووجهات نظرهم التي تجافي الحقيقة كثيراً.

ج - ظهور متصفحات بارزة مثل الويكيبيديا على الشبكة الإلكترونية التي أصبحت مراجع للباحثين، لكنها ليست دقيقة في كثير من معلوماتها.

## مفهوم الإدمان على الإنترنت

إن مفردة الإدمان بشكل عام هي دمج ما بين عدة عوامل نفسية، بدنية واجتماعية تحصل لدى الشخص الذي أصيب بالإدمان. وبشأن الإدمان على الإنترنت، فهنالك مبررات يتمسك بها بعض من الضحايا تحت غطاء قضاء الوقت أمام الحاسوب والإنترنت ليدخل جواً افتراضياً، وغياب الشعور الحسي بكل ما يتصل بالواقع، ولكن مختصون يحذرون من أن قضاء وقت طويل أمام الحاسوب يحفز الدماغ على إفراز مادة كيميائية تسمى «دوبامين»، وهي تشبه الأدرينالين الذي يسبب بصورة فورية في الشعور بالهدوء، الانفعال والحالة المزاجية الجيدة. ولمجرد الابتعاد عن الحاسوب لأسباب تتعلق بانقطاع الكهرباء أو توقف خدمة الإنترنت أو لأمر يخص تصرف ولي أمر بمنع ولده من البقاء أمام الحاسوب، يشعر المرء بالفراغ والضياع، ومن ثم الاكتئاب والرغبة تدفعه

للبحث عن فرصة للعودة أمام شاشة الحاسوب، والتواصل مع مجموعاته الافتراضية أو صديق الدردشة. وثبت أن الإدمان على الإنترنت هو ظاهرة معروفة وتسمى «نيتهوليكس» وبحسب منظمات مواجهة هذه الظاهرة، ومنها منظمات أمريكية، انشغلت على مدى سنوات بالبحث في أسباب الظاهرة ومعالجاتها، وتوصلت إلى أن حوالي ثمانية ملايين رجل وامرأة يعانون الإدمان على الإنترنت في جميع أنحاء العالم بمستويات مختلفة، والظاهرة تنذر بتصاعد مستمر.

## أنواع الإدمان على الإنترنت



أظهرت الأبحاث الاجتماعية والصحية التي أجريت على العديد من الضحايا أن الإدمان على الإنترنت ربما يكون عاماً، غير أنه بشكل عام يتناول مكونات معينة ويمكن تقسيم ذلك إلى عدة أنواع وفق ما يلي:

- ١ - الإدمان على موضوعات الجنس: الانشغال الكبير في الاطلاع على المواد الإباحية والمشاركة في المناقشات التي تدور حول المكالمات الجنسية وهي واحدة من أخطر حالات الإدمان وضياح الإنسان فكراً وجسدياً.
- ٢ - الإدمان على الألعاب والقمار: وهذا يخص الإدمان على الألعاب، ألعاب القمار، المشتريات، الاتجار بالأسهم المالية، الكازينوهات وباقي الألعاب التي تسبب البيع وخسارة الأموال الكثيرة في الإنترنت، وتجعل المرء مشتتاً تائها.

٣ - الإدمان على التعارف: ويتمثل بالدخول في علاقات عاطفية جارية عبر غرف الشات، مجموعات النقاش، مواقع التعارف أو برامج الرسائل الفورية، بناء علاقات خيالية تقارب حالات الجنس.

٤ - الإدمان على المعلومات: تجميع معلومات لا نهائي، وتخزينها وتحديثها. إن الإدمان له تعريف واحد، لكنه ينطبق على الموضوعات التي تم تحديدها كافة، وهنالك دراسات أثبتت أن الإنسان إذا جلس أمام الحاسوب لأكثر من ست ساعات، فإنه يعتبر مدمناً، حتى لو كان يبحث في قضايا معرفية، ولكن بالطبع تختلف آثار الإدمان من نوع إلى آخر، فالإدمان على القراءة والتصفح بقدر ما يمد صاحبه بالمعلومات والمعارف فإنه في النهاية يلحق ضرراً بصحة ونفسية الإنسان، لكنه يختلف في الحقيقة من حيث نسبة الأذى عن الضرر الذي يسببه الإدمان على قضايا جنسية وإباحية.

### أسباب الإدمان على الإنترنت

هناك أسباب رئيسة وراء إدمان المستخدمين على الإنترنت، يمكن ان تناولها بما يلي: -

١ - السرية: إن الإمكانية التي يوفرها الإنترنت في الحصول على المعلومات، طرح الأسئلة والتعرف على الأشخاص من دون الحاجة إلى تعريف النفس بالتفاصيل الحقيقية توفر شعوراً لطيفاً بالسيطرة إلى جانب ذلك، فإن القدرة على الظهور كل يوم بشكل آخر حسب اختيارنا، تُحقق حلمًا جامحاً بالنسبة إلى الكثير من الناس.

٢ - الراحة: الإنترنت هو وسيلة مريحة للغاية، وهو يوجد عادة في البيت أو العمل، ولا يتطلب الخروج من البيت، السفر أو استعمال المبررات من أجل استعماله. هذا التيسير يوفر حضوراً عالياً وسهولة فيما يتعلق بتحصيل المعلومات التي لم تكن لنقدر على تحصيلها من دون الإنترنت.

٣ - الهروب: مثل الكتاب الجيد أو الفيلم المثير، فإن الإنترنت يوفر الهروب من الواقع إلى واقع بديل. ومن الممكن للإنسان الذي يفتقر إلى الثقة بالنفس أن يصبح «دون جوان»، ويجد الإنسان الانطوائي أصدقاء، ويستطيع كل إنسان أن يتبنى لنفسه هوية مختلفة، وأن يحصل من خلالها على كل ما ينقصه في الواقع اليومي والحقيقي.

### مؤشرات الأمراض النفسية والاجتماعية

يقود الإدمان على الإنترنت إلى مؤشرات لأمراض نفسية واجتماعية عدة، منها:

١ - عدم القدرة على كيفية التعامل مع الضغوط الحياتية اليومية والفشل في مواجهة المشكلات التي تعترضه.

- ٢ - عدم القدرة على شغل وقت الفراغ بهوايات متنوعة بعقلية مرنة.
- ٤ - الفشل في إقامة علاقات اجتماعية جيدة جراء الخجل والانتواء وغياب المرونة بالتعاطي مع الآخرين بالأراء.
- ٥ - تجنب مواجهة الآخر وجهاً لوجه سواء كان الآخر أحد أفراد الأسرة أو في المجتمع لغياب الرؤية في الحوار والانسجام.
- ٦ - الهروب من الواقع وما يحيط به بسبب الاغتراب النفسي واضطراب النوم وزيادة الوزن.
- ٧ - المعاناة من بعض الاضطرابات النفسية المتمثلة في الاكتئاب، القلق واضطرابات النوم، والتلعثم والخلل الاجتماعي جراء العزلة وهيمنة الواقع الافتراضي.
- ٨ - المعاناة من مرض التهاب المفاصل والظهر والانحناء في العمود الفقري وإرهاق وتعب جسدي.
- ٩ - آلام العينين وضعف البصر، إلى جانب تلقي إشعاعات ضوئية من أشعه الحاسوب تؤدي إلى زيادة الشحنات الكهربائية في الدماغ مما يعرضه للإصابة بمرض الزهايمر وأمراض البواسير والناسور.

### طرق المعالجة من الإدمان

- بالتركيز لم يقع الإنسان ضحية للإنترنت من أول وهلة بقدر ما يحصل من تواصل أولي ثم بناء علاقة حميمة، وتدرجياً يقع المحظور ويصبح الإنسان في عداد المدمنين، كحالة مرضية ذات سلوك نفسي غير متزن وقلق. وعليه، تنصح الجهات المختصة بتجنب الوقوع في شرك هذه الإشكالية الاجتماعية ببعدها الصحي من خلال التوصيات الآتية:
- ١ - إذا كان الإدمان غير شديد، يمكن الاستعانة بقوة الإرادة من أجل الإقلاع، واتخاذ قرار بالتقليل من ساعات الوجود عبر شاشة الحاسوب.
  - ٢ - إجبار النفس على الخروج، والسفر والتجوال، ولقاء الأصدقاء، وتخصيص الوقت للعمل، والجلوس مع الأصدقاء.
  - ٣ - العودة إلى قراءة الصحيفة والكتب، وممارسة الأشياء التي تعودت على ممارستها وأحببت عملها قبل الإدمان على الإنترنت.



وهناك طرق أخرى يمكن أن تخفف عن الإنسان صاحب الميول الإنترنتية من دون أن يصبح مدمناً، وهي:

أ - تحديد الفعاليات مع أناس آخرين، والتسجيل بفعالية تستوجب منك الخروج من البيت، وتحديد مباراة كرة قدم مع الأصدقاء.

ب - الالتزام بالعمل التطوعي مع الفعاليات الاجتماعية والإنسانية المتعددة بما يجعلك تتعد بعض الوقت عن المتابعة الرقمية لأحد تطبيقات الإنترنت.

ج - تحديد موعد للخروج من البيت مع أفراد الأسرة والذهاب إلى أماكن الترفيه والتسلية مثل الأسواق والمتنزهات وغيرها.

د - الحالات الشديدة التي يقع فيها المرء مدمناً، يجب الحصول على مساعدة مهنية، تماماً مثل أي نوع من الإدمان، باللجوء إلى الجهات العلاجية التي تمنحك فرصة العودة لوضعك الطبيعي.

ومن ضمن نماذج الأمثلة الاجتماعية أن رجلاً يجلس جنب إمراة لوقت طويل من دون أن يحدثها، سوى انشغاله بجهاز الهاتف الذكي حتى لفت انتباه آخرين بالتساؤل هل هذه زوجته أم صديقته؟ فأصر البعض على أنها زوجته، عازين السبب لو كانت صديقته لترك الجهاز وبدأ يحدثها ويبتسم لها كثيراً، ولكن بما أنه يهملها وينشغل عنها فإنه مؤشر بأنها زوجته، وهذه واحدة من إفرازات الإدمان والهروب والتنافر الاجتماعي الذي بدأ يتركه الإدمان والانشغال على الإنترنت.

## مستقبل الإعلام الرقمي

العصر الرقمي الجديد ينذر بتهديد مستقبل الناس والأمم والفعاليات المتعددة من الفوضى التي ستعم العالم وتدمر العلاقات بين الدول والشركات إن لم تتوفر قيادة مسؤولة وقوانين تلزم التعامل به. ويقول إريك شميدت المدير التنفيذي لشركة غوغل (google) وجاريد كوهين مدير التخطيط في الشركة نفسها، إن المخاطر المرفقة لشبكة الإنترنت باعتبارها أكبر تجربة تنطوي على تغيير التاريخ، قد تؤدي بانتهاء العلاقات القائمة بين الدول والشعوب، والواقع الفعلي في الوقت الحاضر والمستقبل، تؤثر إلى أن دخول المتطرفين في تحديد صيغ وأنظمة الإنترنت وبناء الشبكات غير المشروعة، قد يسبب حرباً إلكترونية عالمية في عصر يدار كلياً بالأنظمة الرقمية ويؤثر على مستقبل العالم كلياً، حتى إن بعض الخبراء الإلكترونيين وجدوا أن من الأهمية بمكان ربط دول العالم بعلاقات وثيقة مع محرك البحث غوغل للحفاظ على المصالح الأمنية والفعاليات

الاقتصادية والاجتماعية، فالشعوب أصبحت مرتبطة بتواصل حر مع تطبيقات الإعلام الرقمي المتعددة، وبحكم هذه الامتيازات فإن الثورات في المستقبل ستكون أسهل مما مضى، بفضل التواصل التكنولوجي، وقد أسست ثورات الربيع العربي تجربة واضحة في هذا المجال، بحيث اعتبرت هذه البلدان العربية حقول تجارب في تطبيق تأثيرات الإعلام الرقمي من حيث دافعية التأثير على الجمهور، كما هي حال مصانع الأسلحة حين تطبق تجاربها على متوجها التسليحي الجديد. والمؤشر على واقع التكنولوجيا أنها عندما تفسح المجال لإسماع صوت الشعوب ومساعدتها في إسقاط الأنظمة الشمولية، ليس لديها القدرة بأن توفر الملاذ الآمن لبسط سلطة القانون وتسيير أمور الناس والبلدان بمعنى: ليس لديها قدرة بأن تعمل عملاً مؤسساتياً يوفر الخدمات لأفراد المجتمع، ولن تتوفر هذه الخاصية بالتكنولوجيا في هذا الوقت مطلقاً، وربما يستغرق الأمر عقوداً طويلة، والسبب واضح أن الإعلام الرقمي لحد الآن هو أقرب ما يتجه بالشعوب إلى الفوضى بعيداً عن الوضع المؤسساتي المستقر، كونه يدار وحتى سنوات مقبلة من الآن، بلا قيادة وضوابط وتشريعات دستورية. فالتقنيات الرقمية جعلت الناس يلجؤون إلى الحرية المفقودة في إدارة شؤون حياتهم وأعمالهم، ولكنها تمثل حالة خطيرة عليهم، في أن يفقدوا خصوصياتهم، وبالتالي تجردهم من سيطرتهم على معلوماتهم الشخصية في الفضاء الافتراضي، والتي ستكون لها عواقب كبيرة في العالم المادي.

لكن بحسب رأي إريك شميدت وجاريد كوهين، إن التكنولوجيا محابدة، والإنسان هو من يستخدمها لأغراض جيدة أو سيئة، يمكن أن تكون لها عواقب مؤذية. وركزا على الإجابة عن تساؤلات: كيف أصبح غوغل بمثابة دولة رقمية قائمة وبلا حدود؟ وهل يخضع محرك البحث العملاق للمساءلة من شعبه المكون من مليارات المستخدمين؟ لذلك، فالتوجهات تشير إلى أهمية وجود الإدارة البشرية التوجيهية في إدارة الدولة الافتراضية الرقمية، في استعارة وصفة بالذكية كما قال عالم الاقتصاد آدم سميث قبل قرون، حول الأسواق الحرة والدور المناسب للدولة في تنظيم الاقتصاد.

ومن المفيد أن يكون للحكومات بمؤسساتها المختصة السيطرة على الإنترنت، لكن هذا لا يعني السماح وإعطاء المبررات لممارسة القمع والاضطهاد ضد الناس، بالرغم من أن الأمور تكون أفضل في ظل نظام ديمقراطي يتمتع بحرية الصحافة والتعبير، وقضاء مستقل، وانتخابات نزيهة. لكن حتى الحكومات الديمقراطية تعاني مشكلات خطيرة في ما يتعلق بالإنترنت، فهناك خطر أن تتمادى الحكومة في السيطرة على الإنترنت وتمارس سياسة كبت الحريات الشخصية، فيمكنها تغليف العقوبات على بعض السلوكيات مثلما يعتقد الكثيرون أنها فعلت في التعامل مع تعاطي المخدرات، وربما

تقوم بالإفراط في حماية حقوق الملكية الفكرية، مما يؤثر سلباً في الإبداع.

## الاتصال مناخ نفسي واجتماعي

بداية، يجب أن لا نغفل دور الاتصال في إحداث التغييرات لدى الجمهور وتشكيل الرأي العام، وهناك خلط يحصل ما بين الإعلام والاتصال، حتى إن البعض يتصور بأن الصحيفة أو الإذاعة أو الفضائية أو وكالة الأنباء والمنشورات الأخرى، هي وسائل اتصال بخصوصية المسرح، أو المناقشة المباشرة، أو المحاضرة نفسها التي لا تدخل فيها أية وسيلة في نقل المضمون، لذا، فالخلط الحاصل بين مفهومي «الاتصال» و«الإعلام» على أنهما شكلان مفهوماً مترادفاً، غير دقيق، لأن كلهما اختلف عن الآخر، وإن اتفقا في أمور كثيرة، فمفهوم الاتصال أوسع شمولاً من مفهوم الإعلام، بل إن الإعلام جزء من الاتصال، وقع في دائرته كنوع أو شكل من أشكال الاتصال، وهو تطور وتوسع كلما تطورت البنى التحتية للاتصال في المجتمع وتوسعت، ومع ذلك فهما لسا صنويون كما تبادر إلى الذهن لأول مرة، ولكل منهما خصوصية تختلف عن الأخرى، ويتقاطعان، حتى وإن كان الإعلام وليد الاتصال.

والبعض استعمل أحدهما بدل الآخر، ويكثر هذا الخلط ليس عند عامة الناس بل حتى عند البعض من المختصين في المجال الإعلامي، وعلى العموم، يمكننا القول بما يلي:

- ١ - إذا كان الإعلام عني أساساً البيانات والأخبار والمعلومات، فالاتصال استلزم الحوار - أعني أنه تفاعلي.
- ٢ - إذا كان مفهوم الإعلام عبّر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضع)، فالاتصال عبارة في الغالب عن عملة تفاعلية.
- ٣ - إن الاتصال أشمل من الإعلام خلافاً (للمنظور الأمريكي الذي اعتبر أن الإعلام تضمّن الاتصال، لأنه أشمل).

## التعليم الرقمي والتقنية الحديثة

أخذ التعليم الإلكتروني ينتشر وتوسع مساحته ويفرض نفسه في الأوساط التربوية والأكاديمية، وفي معاهد التدريب، لكونه دخل في جميع مجالات الحياة وتفاصيلها، وعليه أصبح إحدى طرق التعليم الجديدة التي تختلف عن التعليم التقليدي، كونها تعتمد على التكنولوجيا ووسائل التقنية الحديثة بأنواعها كافة والتي من مميزاتها إيصال المعلومة

إلى الشخص أو الطرف المستهدف بأسرع وقت وأقل جهد ممكن، ومن ذلك استخدام الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو، على عكس التعليم القديم الذي يتصف بالاعتماد على الأدوات التقليدية المعروفة والمتداولة عبر زمن طويل في إيصال المعلومات إلى المتعلم. وللتعليم الإلكتروني خصائص وإيجابيات تنطلق من المرونة التي تتعامل بها وسائل التقنية الحديثة بحيث تساعد المعلم في إجراء الاختبار السريع وإعطاء التقييم الفوري للطلاب المتعلم وكذلك في معرفة الرأي عبر الاستبيانات والنقاشات، وفي تثبيت الرأي بمرونة أكثر من التعليم الذي يعتمد على الورقة والقلم.

إن مفهوم التعليم الإلكتروني ينتشر وبشدة منذ استخدام وسائل العرض الإلكترونية لإلقاء الدروس في الفصول التقليدية واستخدام الوسائط المتعددة في عمليات التعليم الفصلي والتعليم الذاتي، وانتهاء ببناء المدارس الذكية والفصول الافتراضية التي تتيح للطلاب الحضور والتفاعل مع محاضرات وندوات تقام في دول أخرى من خلال تقنيات الإنترنت والتلفزيون التفاعلي. فالجيل الجديد كثيراً ما يفضل المحادثات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، مثل «twitter» و«facebook» و«instagram» وغيرها من المواقع الأخرى، فالبعض يفضل مشاهدة المرئيات وبعضهم يودّ المحادثات الصوتية أو المناقشة عن طريق الرسائل الفورية، والبعض الآخر يستهويهم كل ما هو ممتع وسهل. وتبقى هذه الإشكالية من مسؤولية الدول في تبني هذه العملية التعليمية وتطوير وزيادة ثقافة شعوبها عن طريق تطبيق التعليم الإلكتروني في مدارسها. ووضعت الكثير من التعريفات للتعليم الإلكتروني من مختصين كثر لكنّ الباحث قدم تعريفاً يتلخص بأنه «عملية نقل المعلومات ما بين المعلم والمتعلمين وإحداث التفاعل بينهما في عصر التداخل ما بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والثقافة والتكنولوجيا باستخدام الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو وغيرها». وقد عرفه (هورتن وهورتن) بأنه المفهوم الشامل للتعليم الإلكتروني بأنه أي استخدام لتقنية الويب والإنترنت لإحداث التعلم (Horton and Horton, 2003). فيما عرفه عبد الله عبد العزيز الموسى أنه طريقة للتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصورة، ورسومات وآليات بحث، ومكتبات إلكترونية، وكذلك بوابات الشبكة العالمية للمعلومات سواء كان من بعد أو في الفصل الدراسي، فالمقصود هو استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم بأقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة.

## أنواع وأدوات التعليم الرقمي

أصبح لا بد من استخدام تقنيات الحداثة من حاسب وإترنت في جميع مجالات حياتنا في عصر ثورة المعلومات الذي نشهده الآن، وخاصة في تعليم جيل المستقبل الإلكتروني. فبدأ انتشاره في المدارس بشكل ملحوظ. وقد ساعد على ذلك تطور الحواسيب، والانخفاض المستمر في حجمها وأسعارها، مما أدى إلى ظهور الحاسب كتورة ثالثة في مجال التعليم، وتبعاً لأهميته وتعدد أغراضه يقسم التعليم الإلكتروني إلى نوعين من التعليم وهذا التفرع يخضع لعامل الزمن:

أولاً: التعليم الإلكتروني المتزامن: وهذا النوع يتطلب وجود المعلم والمتعلم في الوقت نفسه، والنقاش عبر الإنترنت. ومن إيجابياته أن المتعلم يحصل على تغذية مباشرة وردود سريعة على استفساراته وأسئلته من المعلم، لكن من سلبياته أنه قد لا يوفر وجود طرفي العملية التعليمية في وقت واحد.

ثانياً: التعليم الإلكتروني غير المتزامن: وهذا النوع لا يتطلب وجود المعلم والمتعلم في الوقت نفسه، حيث يمكن المتعلم الحصول على المعلومة في أي وقت يلائمه وهذه من إيجابيات التعليم غير المتزامن. ولكن من سلبياته عدم استطاعة المتعلم الحصول على تغذية مباشرة وسريعة. وهناك أدوات للتعليم الرقمي غير المتزامن تتمثل بما يلي:

- ١ - البريد الإلكتروني ((E-mail))
- ٢ - الشبكة النسيجية ((World Wide Web))
- ٣ - القوائم البريدية (Mailing List)
- ٤ - مجموعة النقاش (Discussion Groups)
- ٥ - نقل الملفات ((Files Transfer))
- ٦ - الأقراص المدمجة (CD)

## فوائد التعليم الرقمي

أبرز فوائد التعليم الإلكتروني إنه يجعل عملية التعلم سهلة وسريعة ومواكبة لتطور الجيل. ويمكن حصر بعض فوائده وفق الآتي:

- ١ - إنه يوفر إمكانية الاتصال بين المعلم وطلبيه مع بعضهم بعض عبر غرف

الدرشة والحوار والبريد الإلكتروني وتطبيقات التواصل الاجتماعي.

٢ - يطرح وجهات النظر المختلفة للطلاب أو النقاش عبر التعليقات على الموضوعات المطروحة في المنتديات والمدونات، ويجعل الطالب أكثر جرأة في طرح أفكاره والتعبير عن رأيه بطريقة تفوق تلك في التعليم التقليدي.

٣ - إمكانية الوصول إلى المعلم في أي وقت وأي مكان: حيث يمكن الطالب التواصل مع المعلم بسهولة، وبأقل جهد، وأسرع وقت خارج ساعات العمل من خلال البريد الإلكتروني ووسائل الاتصال الاجتماعي وغيرها.

٤ - إمكانية تلقّي أساليب وطرق مختلفة من التعليم تلائم المتعلمين: فمنهم من تلائمه الطريقة المرئية، ومنهم المسموعة، أو المقروءة، والبعض الآخر تلائمه الطريقة العملية.

٥ - يعطي مرونة لتوفر المناهج الدراسية طوال الوقت خلال أيام الأسبوع: فيمكن المتعلم أن يتعلم في أي وقت يلائمه صباحاً أو مساءً. كما يمكنه تكرار ومراجعة ما درسه في أي وقت، استعداداً للاختبارات.

### مزايا وخصائص التعليم الرقمي

التعليم الإلكتروني أسلوب من أساليب التعليم لإيصال المعلومة للطالب، ويتم فيه استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة من حاسب آلي وشبكاته ووسائظه المتعددة من صوت وصورة ورسوم وآليات بحث ومكتبات إلكترونية، وكذلك البوابات الإلكترونية سواء كان عن بعد أو في الفصل الدراسي؛ أي استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم بأقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة. وقد جعلت ثورة المعلومات والتكنولوجيا العالم أشبه بشاشة إلكترونية صغيرة في عصر التداخل بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والثقافة والتكنولوجيا، وأصبح الاتصال إلكترونياً وتبادل الأخبار والمعلومات بين شبكات الحاسب الآلي حقيقة ملموسة، مما أتاح سرعة الوصول إلى مراكز العلم والمعرفة والمكتبات والاطلاع على الجديد لحظة بلحظة. ولا بد من ذكر أبرز مزايا التعليم الإلكتروني:

١ - تجاوز قيود المكان والزمان في العملية التعليمية.

٢ - يوفر فرصة للطالب في تناول المادة العلمية بالطريقة التي تناسب قدراته سواء بالطريقة المكتوبة أو المرئية أو المسموعة.

- ٣ - يجعل الطلاب على قدر كاف من الاستخدام الأمثل لوسائل التقنية الحديثة.
  - ٤ - يخلق التعليم الإلكتروني العصف الذهني عند الطلاب ويجعلهم يفكرون بشكل خلاق للوصول إلى حلول.
  - ٥ - يتيح التعليم الإلكتروني فرصة التفاعل الفوري بين المتعلمين والمعلم.
  - ٦ - سهولة الوصول إلى المعلم حتى خارج أوقات العمل الرسمية.
  - ٧ - تخفيض الأعباء الإدارية للمقررات الدراسية من خلال استغلال الوسائل والأدوات الإلكترونية في إيصال المعلومات والواجبات والفروض للمتعلمين وتقييم أدائهم.
- من جهة أخرى فإن التعليم الإلكتروني ينفرد عن غيره من أنماط التعليم التقليدي ببعض السمات الخاصة أو الخصائص المتعلقة بطبيعته، وفلسفته، والتي يمكن عرضها فيما يلي:
- أ - الكونية: حيث إمكانية الوصول إليه في أي وقت ومن أي مكان، ومن دون حواجز، والمتمثلة في ربطها بشبكة الإنترنت العالمية.
  - ب - التفاعلية: حيث التفاعل بين محتوى المادة العلمية والمستفيدين من طلبه ومعلمين وغيرهم من المستفيدين، والتعامل مع أجزاء المادة العلمية، والانتقال المباشر من جزئية إلى أخرى.
  - ج - الجماهيرية: حيث عدم اقتضاره على فئة دون أخرى من الناس، وليس هذا فحسب، بل يمكن أكثر من متعلم في أكثر من مكان أن يتعامل ويتفاعل مع البرنامج التعليمي في آن واحد.
  - د - الفردية: حيث يتوافق وحاجات كل متعلم، ويلبي رغبته، ويتماشى مع مستواه العلمي، مما يسمح بالتقدم في البرنامج أو التعلم وفقاً لسرعة التعلم عند كل فرد.
  - هـ - التكاملية: ويقصد بها تكامل كل مكوناته من العناصر مع بعضها البعض في تحقيق أهداف تعليمية محددة.

### مميزات التعليم الرقمي

برغم أننا ذكرنا سلفاً بأن التعليم الإلكتروني يعد من أحدث طرق التدريس وسمه العصر الحالي تستخدم فيه التكنولوجيا الحديثة أنواعها بكافة وربطها بالتعليم، وهو ما

زاد فئات المجتمع رغبة في مزاولته والانفتاح عليه بشكل كبير، إلا أنه لا بد من ذكر صعوبات تعيق تواصل التعليم الإلكتروني، ولكنها لا تؤثر عليه بشكل كبير، ولا يمكن اعتبارها حاجزاً لمنع توصيل مسيرة التقدم في التعليم والتكنولوجيا. ومن هذه المعوقات:

١ - قلة أعداد الخبراء في مجال التعليم الإلكتروني، واللجوء إلى معلمين غير أكفاء يمارسون تطبيقات خاطئة ومن دون إيصال أهدافه، مما يؤدي إلى تطبيق التعليم الإلكتروني بشكل خاطئ، وإيصال أهدافه بطرق غير صحيحة.

٢ - ميول بعض المعلمين والمتعلمين إلى الإبقاء على فكرة التعليم التقليدي وعدم التحول إلى الأسلوب العصري للتدريس الإلكتروني عبر التكنولوجيا، وهذه العقبات تدفعنا لتبني موضوع توعية أكثر لمؤيدي الفكرة والمتخصصين في مجال التعليم الإلكتروني وشرح مفصل حول إيجابيات التعليم الإلكتروني وتأثيره على رفع مستوى التعلم.

٣ - الحاجة إلى بناء ركيزة أساسية لمشروع التعليم الإلكتروني، وذلك يدفعنا لرصد مبالغ ضخمة، وكونه فكرة تطرح لأول مرة، يحتاج إلى أحدث وسائل التعليم التكنولوجي، فالعملية التعليمية هنا تحتاج إلى دراسة جيدة لتطبيقه، بغية إنجاحها.

٤ - افتقار الأمن والهجوم وبرامج الهاكر على المواقع الرئيسة في الإنترنت، فلذلك يجب وضع أحدث برامج الحماية على تلك الأجهزة الإلكترونية حفاظاً على تواصل مسيرة التعلم الإلكتروني من دون انقطاع، وكذلك وضع قوانين دولية تردع المتسببين في ذلك، إن وجدوا، ليكونوا عبرة وعظة.

٥ - ضرورة تدخل الدولة بحماية وحفظ حقوق المتعلمين وتسهيل عملية الاعتراف بالشهادات التي تُمنح عبر التعليم الإلكتروني، ووضع اتفاقيات مع الدول الأخرى بصدد هذا المجال لتعزيز رصانة هذه الشهادات.

٦ - قد يسبب هذا النوع من التعليم في خلق علاقة وطيدة بين الإنسان والآلة تبعده عن تفاعله الاجتماعي مع أفراد المجتمع، وتبرز الانطوائية، فضلاً عن تحوله إلى إنسان عاجز كسول لا يتحرك، كونه يقضي حاجاته عبر الآلة.

٧ - الخوف من بروز ظاهرة صعوبة التعبير بين الأفراد المتعلمين عن طريق التعليم الإلكتروني، عن فكرهم وآرائهم كتابياً، وصعوبة الحوار والجرأة في الطرح أمام الناس كونهم تعلموا منذ الصغر عن طريق التكنولوجيا والاستغناء عن الاختلاط والمشاركة مع باقي الأفراد، وكذلك العائق الصحي المهم الذي يخلفه الجلوس لفترات طويلة أمام



الأجهزة التكنولوجية، فقد يؤثر على شبكية العين، ويخلف وراءه آلاماً في الظهر.

## متطلبات التعليم الرقمي

للتجاح في برامج التعلم الرقمي ومقرراته، يجب أن يكرس العمل بعناية من قبل الطلاب والمعلمين وفريق الدعم الإداري، ومن قبل المنظمات أو المؤسسات التعليمية، وسيتم مناقشة ذلك من خلال تحديد المتطلبات التي يجب توافرها في عناصر بيئة التعليم الإلكتروني، كما يلي:

### أولاً - المتطلبات الواجب توافرها في الطالب:

١ - أن يكون لديه وقت كاف للمشاركة في دراسة المقرر بدرجة تجعله يلتزم بالجدول الزمني المحدد للدراسة.

٢ - أن يرغب في هذا النوع من التعلم؛ لأن بعض الطلاب يفضلون نموذج التعلم التقليدي.

٣ - أن يكون ملماً بقدر مناسب من الثقافة الكمبيوترية وكيفية استخدام الإنترنت.

أن يستكمل التكاليفات نفسها التي يكلف بها نظيره في التعليم التقليدي وبشكل منظم.

٤ - أن يكون لديه القدرة على استخدام بعض خدمات الإنترنت الأكثر شيوعاً، كخدمة كيفية البحث عن المعلومات، وخدمة نقل الملفات، وخدمة مجموعات الأخبار، بالإضافة إلى خدمة البريد الإلكتروني التي تمكنه من إرسال الرسائل واستقبالها.

### ثانياً - المتطلبات الواجب توافرها في المعلمين:

١ - فهم خصائص الطلاب واحتياجاتهم عبر الإنترنت.

٢ - التركيز على الأهداف التربوية والمشاركة في وضع المقررات بما يتوافق مع متطلبات التعلم القائم على الإنترنت.

٣ - الإلمام بالثقافة الكمبيوترية بمستوى أعلى من مستوى طلابهم.

٤ - قضاء وقت كبير أمام الأجهزة الخاصة بهم؛ للرد على استفسارات الطلاب وإجاباتهم (تغذية راجعة فورية).

٥ - الاستمتاع باستخدام التكنولوجيا في التدريس، بالإضافة إلى الحاجة لأسلوب تدريس يلائم بيئة الإنترنت.

- ٦ - تصميم الاختبارات وأساليب التقويم المختلفة.
- ٧ - تصحيح الاختبارات والتكليفات والمشروعات التي يرسلها الطلاب إليه.
- ٨ - التوجيه والإشراف العلمي والتربوي.
- ٩ - كتابة التقارير الدورية وإرسالها إلى مراكز الجامعة.

## بيئات التعلم الرقمي

اشتمل التعليم الإلكتروني على جملة جوانب تعليمية بتقنيات رقمية جديدة، ومنصات متعددة تختلف جذرياً عن الأساليب التقليدية الثابتة بالتعليم وهي ما يلي:

١ - البيئات الواقعية - وهي مرتبطة بأماكن محددة وتقع ضمن مبنى يتوفر فيه تجهيزات مادية، ومن هذه البيئات:

أ - حجرات الدراسة.

ب - قاعات المحاضرات.

ج - معامل الحاسب.

د - الفصول الذكية.

هـ - المكتبات.

و - مراكز مصادر التعلم.

٢ - البيئات الافتراضية.

وهي بيئات محاكية للواقع تنتج بواسطة برمجيات (أدوات) الواقع الافتراضي وتوجد على شبكة الإنترنت وتكون إما متزامنة أو غير متزامنة. ومن هذه البيئات:

أ - الفصول الافتراضية.

ب - المعامل الافتراضية.

ج - المدرسة الافتراضية.

## الإنجازات الرقمية في التربية والتعليم

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في الوقت الحالي في إيصال وجهات نظر الأطراف كافة حول المناهج التعليمية «التعليم الرقمي» خصوصاً في ظل سياسة الانفتاح التي تتبعها وزارة التربية والتعليم مع جميع المعنيين بالعملية التعليمية، حيث توفر هذه الوسائل سهولة التواصل مع القيادات التربوية العليا، ما ينعكس على القرار التعليمي الذي يؤثر بصورة مباشرة على الطالب وولي الأمر، كما توفر تغذية راجعة مباشرة للمسؤولين حول المناهج وآليات التقييم وغيرها من الممارسات التربوية التي يحفل بها الميدان التربوي في الدولة.

ويقر مختصون تربويون بأن التكنولوجيا توفر الجهد والوقت في دعم التعليم والمناهج بصورة عامة، وتخلق أجواء من المنفعة المقرونة بالفائدة الكبيرة عند تلقي المعلومات، ما يشجع الطلبة على الإقبال على المناهج العلمية بسعادة وراحة. خاصة في ظل النضج الإلكتروني الذي يتمتع به الطلبة هذه الأيام في توجهاتهم ورغباتهم نحو ممارسة الألعاب الإلكترونية، ما يتيح للهيئات التربوية استغلال قدراتهم في إحداث التقدم المطلوب في التعليم، وتحذّر مديرة أكاديمية رأس الخيمة للموهوبين بدولة الإمارات العربية عائشة الشامسي من أن هذه الألعاب الإلكترونية معظمها عوالم افتراضية ما يتطلب أن لا يغيب دور المعلم في التحكم بها لتنظيم طرحها على طلبة المدارس، كي تحقق الهدف المرجو منها.

## قدرات التعليم الرقمي

إن التحديات المستقبلية التي تواجه الدول العربية، وبالذات صناع القرار السياسي، هي الثورة التقنية في مجالات الإعلام الجديد وتنوعها، واستخدامها من قبل جميع أفراد المجتمع، وزيادة التركيز على أدوات التواصل الاجتماعي وتوسيع دائرة استخدامها خاصة بين الشباب باعتبارهم الفئة الأكبر والأكثر اهتماماً بهذه الأدوات. وهو الأمر الذي ينبغي أن يضعه صاحب القرار كأجندة في قراراته الاستراتيجية، لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعين واضعي السياسات على تحديد الأولويات، وتشجع الجمهور على تقبل البرامج وزيادة مستويات الرضا، كما أنها تعزز فرص نجاح نتائج السياسات، وتحفز الجمهور على المشاركة برأيه، والإسهام في التطوير والعمل على مراجعة وتحديث استراتيجية الدولة وآليات صنع القرار بها، إضافة إلى تعزيز المشاركة الاجتماعية عبر أدوات التواصل الاجتماعي وقياس تأثيرها. ويكفي اليوم مراجعة الأرقام لنعرف قيمة وخطورة الإعلام الجديد في حياتنا المعاصرة، والتي تعكس الكثير من الدلالات التي تجعل منه الجهاز الأقوى في اختراق عقول البشر.

لو أجرينا مراجعة، وبلغت الأرقام، لظهرت لنا قيمة وخطورة الإعلام الجديد في حياتنا المعاصرة، والتي تعكس الكثير من الدلالات التي تجعل منه الجهاز الأقوى في اختراق عقول البشر، وهي مؤشرات تدفعنا في المؤسسات التربوية والتعليمية للأخذ بأسباب الاعتماد عليه وفقاً للجوانب الآتية:

١ - يساعد التعليم في بناء قوة عمل مؤهلة وخلاقة تستطيع أن تتكيف مع التكنولوجيات الجديدة، وأن تشارك في «ثورة الذكاء» التي هي القوة المحركة لاقتصاداتنا.

- ٢ - يساعد التعليم بدفع المعرفة بطريقة تسمح بأن تسير التنمية الاقتصادية جنباً إلى جنب مع الإدارة المسؤولة على البنية المادية والبشرية.
- ٣ - يساعد في الحفاظ على الخصوصيات الثقافية مع الانفتاح على الثقافات الأخرى والالتزام بتقديم المجتمع.
- ٤ - اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فاعلة لتعزيز التعليم من خلال إشغال الطلبة ودفعهم للتفاعل مع بعضهم البعض، ويشمل الأمر حتى الطلبة الذين لا يعرفون شيئاً عن مثل هذا التواصل الاجتماعي، أو أولئك الذين لم يفلحوا في النشاطات الجماعية، لأنهم سوف يجدون المتعة والإثارة في مثل هذا النمط من التعلم والتفاعل.
- ٥ - إن الفائدة ستعود على المعلم أيضاً، لأن شعوره لن يقتصر على متعة التفاعل مع الطلبة ورؤية اندفاعهم نحو موادهم الدراسية فحسب، إنما سوف يجد نفسه وقد تعلم مهارة جديدة، وربما يحقق فهماً أعمق للمادة الدراسية التي يقوم بتدريسها من خلال إيضاحها وتقديم تفاصيلها بطريقة أخرى.
- ٦ - يجد المعلم نفسه أمام خيارات كثيرة يعمل من خلالها على المزاجية بين المادة التعليمية التي يدرّسها مع وسائل التكنولوجيا المستخدمة حالياً وكذلك تكنولوجيا الغد وتزويد الطلبة بالمهارات التي يحتاجون إليها لتحقيق النجاحات في المستقبل، فضلاً عن فسخ المجال أمام قدراتهم الإبداعية وتكشّف مواهبهم وميولهم.
- ٧ - إن المعلمين الذين يهتمون باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في قاعة الدرس سوف يتطلعون إلى تعاضم مشاركات الطلبة وتعاونهم داخل قاعة الدرس وربما حصول تقدم في درجاتهم.

## طرق التعليم الرقمي

مثلما بدأ الإعلام الرقمي يزحف وينافس ويقلل الكثير من وسائل الإعلام التقليدية، يبدو أن المسار للتعليم الرقمي يمارس الدور ذاته حيال التعليم التقليدي، ويقول الدكتور إبراهيم عرفال أستاذ كلية التربية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، إن التعليم التقليدي بدأ يختفي تدريجياً وعلى مراحل بفعل برامج التواصل الحديثة، التي أخذت تحتاج العقلية الشبابية، وفقدنا في كثير من الأوقات القلم والورقة وأصبحت شاشة الجهاز الخلوي أو الأيباد أو الحاسوب، وسيلتنا للكتابة والتوثيق أو المحادثة والنقاش في أساسيات الحياة الاجتماعية والعلمية والفكرية، ولكن لا يمكن الاستغناء عنه تماماً، لأن العملية التعليمية ليست اكتساب معلومات وخبرات فقط، وإنما تنشئة يغذيها المعلم داخل الفصل الدراسي بالتحاور مع طلبته. ويبقى الإنسان في حاجة مستمرة إلى التفاعل

عبر الاتصال البشري، لكن وسائل التواصل من تويتر وانستغرام وفيسبوك تعد نماذج جيدة وفاعلة إذا ما تم ضبط عملية التعامل معها، وعدم ترك الطلبة بحرية كاملة من دون رقابة لصيقة، لأنها أحياناً تبث أشياء ضد ثقافة المجتمع، وهي واحدة من المخاطر التي تخيف الناس من أن تهيمن على عقليات الشباب وتفسد عليهم الفائدة التعليمية.

## وسائل وأدوات الإعلام الرقمي

تعددت وسائل الإعلام الرقمي وأدواته، وتزداد تنوعاً ونموماً مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل:

### أولاً: الشبكات الاجتماعية

عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين؛ مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات التي توفرها تقنيات الإعلام الجديد، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً: فيسبوك، تويتر و يوتيوب.

#### ١. موقع فيسبوك (facebook)

الفيسبوك موقع اجتماعي أطلق في الرابع من شباط/فبراير ٢٠٠٤، ويتبع شركة فيسبوك الخاصة نفسها، ويسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه، نصّب في فئة معيّنة من منطقة جغرافية معيّنة أو مؤسسة أو مدرسة معيّنة وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في فئة الشبكة نفسها. كما يعرف بأنه وسيلة اجتماعية تساعد الأعضاء أو الأصدقاء أن يتشاركوا بالمعلومات والأخبار مع أناس آخرين في دوائرهم الاجتماعية والعالم بسرعة وفعالية. ويعمل الموقع على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، ويسهل إمكانية تكوين المزيد من العلاقات في فترة قصيرة.

واستمر موقع فيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية خلال البداية من انشاء الموقع ولمدة سنتين حقق طفرة كبيرة، ثم قرر زوكربيرغ أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، وفي الوقت نفسه قرر أيضاً أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة.



إن العالم في الوقت الراهن يشهد طفرة نوعية كبيرة في الاتصالات الإعلامية وتوفير خدمات المعلومات بحيث إن موقع الفيسبوك أصبح لديه اليوم أكثر من ١,١ مليار مستخدم مسجلين، وهذا العدد غير ثابت لأنه يزداد مع حركة عقرب الساعة، وحوالي ١٠,٧ مليار دقيقة من الاستخدام في اليوم الواحد. وحوالي أكثر من ٥٠٠ مليون مستخدم يومياً على الشبكة الاجتماعية وخاصة الفيسبوك، وأكثر من ٤٠٠ مليون تغريدة يومياً.

### مميزات وإمكانات موقع فيسبوك

لموقع فيسبوك عدد من المميزات والمهام التي جعلته يحظى بشعبية على نطاق دولي واسع وهي:

#### أولاً: خاصية الصور (Photos)

وهذه الخاصية تتيح للمستخدم إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين لديه.

#### ثانياً: خاصية الفيديو (Video)

وهذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

#### ثالثاً: خاصية الحلقات (Groups)

وهي تمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

رابعاً: خاصية الأحداث الهامة (Events)

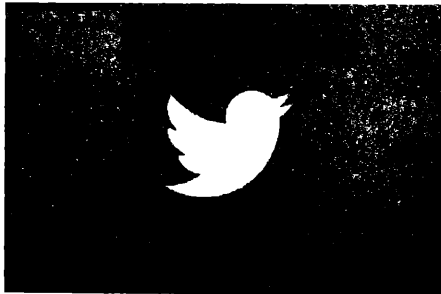
وهذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

خامساً: خاصية الإعلان (Market place)

وتلك تمكن من الإعلان والترويج عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه.

## ٢. تويتر twitter

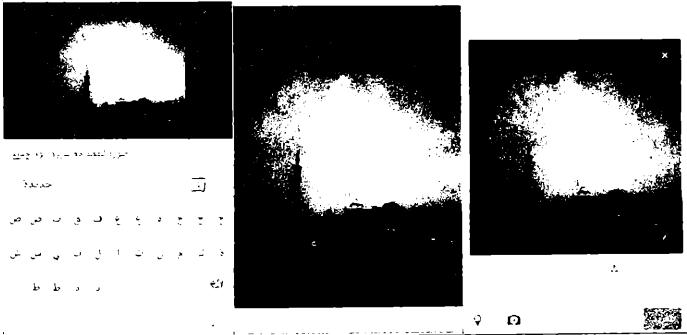
يستقطب موقع تويتر هو الآخر الذي يشكل حلقة تنافس لموقع الفيسبوك أعداداً كبيرة في كل لحظة، وهو أحد أشهر الشبكات الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، إذ يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال «تغريدات» عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم أو إبداء آرائهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل Facebook و TwitBird و Twittrific و Twirl و twitterfox. حيث تظهر التحديثات على صفحات المستخدمين، وتوفر فرصة للأصدقاء لقراءتها عبر صفحاتهم الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، بالإضافة إلى إمكانية استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS، وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند، بالإضافة إلى الرقم الدولي الذي يمكن جميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة. وأصبح موقع تويتر متوفراً باللغة العربية منذ آذار/مارس ٢٠١٢.



وأشارت شركة تويتر في ٢٠١٤ إلى أن عدد مستخدميها وصل إلى ٢٨٤ مليون مستخدم نشط شهرياً، وهذا الرقم يزيد ٢٣ بالمائة عن الربع الماضي للعام المذكور.

أطلقت تويتر ميزة جديدة من شأنها مساعدة المكفوفين وضعاف البصر في التعرف على محتوى الصور التي يشاركها المستخدمون ضمن التغريدات، حيث أصبح بإمكان مستخدمي تطبيق تويتر الرسمي الآن سواء لأجهزة iOS أو أندرويد كتابة وصف للصور التي ينشروها مع تغريداتهم. ويمكن لمستخدمين الآن تفعيل ميزة وصف الصور من خلال الذهاب إلى الإعدادات، ثم «إمكانية الوصول»، ثم تفعيل خيار «كتابة وصف للصورة»، وبعدها سيجد المستخدم زر «إضافة وصف» أعلى كل صورة يشاركها عبر تويتر بمجرد الضغط عليه يمكن إضافة وصف للصورة حتى ٤٢٠ حرفاً، ويمكن لمكفوفين سماع الوصف من خلال قارئ الشاشة الذي يستخدمونه أو من خلال تطبيقات Twitter للمكفوفين مثل Chicken Nugget و easychirp و The Qube.

## الخدمات التواصلية والبحثية على تويتر



وقالت تويتر إنها وفرت ميزة إضافة وصف للصور أيضاً لمطوري التطبيقات والناشرين، بحيث يوفر الميزة من خلال تطبيقاتهم، وتعتبر إتاحة ميزة وصف الصور خطوة رائعة لمساعدة المكفوفين في فهم محتوى الصور، على المستخدمين الاستفادة منها والمشاركة في جعل الخدمة متاحة لذوي الإعاقة، بكتابة وصف للصور التي ينشرونها، وقد يعتقد البعض أنه لا يمكن تغيير اسم المستخدم الخاص بك في تويتر،



لكن الحقيقة أن تويتر تتيح تغيير اسم المستخدم بسهولة في ثوان معدودة في أي وقت يريد من خلال الإعدادات، كما يمكن تعديل اسم المستخدم في تويتر أكثر من مرة.

إذا كنت ترغب في تغيير اسم المستخدم الخاص بك في تويتر لأي سبب ما عليك إلا اتباع الخطوات التالية:

١ - بعد تسجيل الدخول في موقع تويتر، أنقر على الصورة الشخصية الخاصة بك في الشريط العلوي، ستظهر قائمة منسدلة، اضغط على «الإعدادات».

٢ - من صفحة «الإعدادات»، ستجد اسم المستخدم وأمامه مربع به الاسم الخاص بك، لتغييره، ما عليك إلا كتابة الاسم الجديد.

٣ - سيعرض عليك تويتر اختيار اسم مختلف إذا كان الاسم الجديد خاص بأحد المستخدمين الآخرين.

٤ - اضغط على زر «حفظ» أسفل الصفحة، سيطلب منك الموقع كتابة كلمة المرور مرة أخرى للتأكيد.

## نموذج لصفحة شخصية على تويتر

The image shows a Twitter profile for the user 'mohamedmsayed'. The profile name is 'محمد سيد' (Mohamed Sayed) and the bio is 'مهندس برمجيات | مطور تطبيقات | باحث في الذكاء الاصطناعي'. The location is 'القاهرة، مصر' (Cairo, Egypt). The profile picture is a black and white photo of a person. The page shows a grid of tweets, including one from 'محمد سيد' with the text 'أنا سعيد جداً بـ @mohamedmsayed'. The page also shows a list of tweets from other users, including one from 'محمد سيد' with the text 'أنا سعيد جداً بـ @mohamedmsayed'.

ولن يؤثر تغيير اسم المستخدم الخاص بك على عدد المتابعين أو الرسائل الخاصة أو الردود، كل ما في الأمر أن حسابك سيظهر باسم جديد، بدلاً من X@ سيصبح Y@، وللتوضيح، فإن اسم المستخدم الخاص بك في تويتر يختلف عن الاسم لتغيير

الاسم، ما عليك إلا الذهاب إلى صفحة الملف الشخصي، ثم الضغط على «تعديل الملف الشخصي» وكتابة الاسم الجديد في مربع الاسم، ثم «حفظ التغييرات».

تويتر تتيح فرصة البحث عن التغريدات خلال فترة زمنية محددة

Start Download

Download Videos To Your Desktop & Convert To Any Format - All Free!

بعد أن كانت إمكانية العثور على التغريدات القديمة في تويتر تتطلب خدمة أخرى، الآن وبعد أن أتاحت تويتر ظهور التغريدات القديمة ضمن نتائج البحث أصبح بإمكان المستخدمين البحث عن ما يريدون على الموقع خلال فترة زمنية محددة، أي أصبح بإمكان المستخدم الآن العثور على تغريداته التي تناولت كذبة أبريل العام الماضي، أو التغريدات التي غردها أو قام الآخرون بتهنئته فيها بعيد ميلاده العام الماضي.



ويمكن لمستخدم البحث على تويتر مع تحديد فترة زمنية من خلال الضغط على «البحث المتقدم» من القائمة الجانبية في صفحة البحث، ثم اختيار الفترة الزمنية كما في الصورة في الأعلى، يدخلون الموقع من خلال هواتفهم الذكية. وكشفت تويتر عن نتائجها للربع الثالث من عام ٢٠١٤، إذ بلغت مبيعاتها بقيمة ٣٦١ مليون دولار، وهذا يعتبر نمواً كبيراً بنسبة ١١٤ بالمائة، محققة نمواً أيضاً في الإعلانات التي بلغت أرباحها ٣٢٠ مليون دولار، وهي تمثل ٨٥ بالمائة من نسبة الأرباح.

### ٣. يوتيوب (youtube)

موقع يوتيوب هو أحد مواقع الإعلام الاجتماعي البارزة، متخصص في عرض مقاطع الفيديو ومشاركتها ومشاهدتها مجاناً، عن طريق تطبيق أدوب فلاش (adobe flash). وتم رفع أول فيديو على يوتيوب الذي كان يحمل عنوان أنا في حديقة الحيوان عن طريق جواد كريم، أحد مؤسسي الموقع. ويسجل العرب نسبة كبيرة على صعيد عالمي، حيث سجلت السعودية الأكثر عربياً، ثم مصر والإمارات واليمن نسب مشاركة عالية في التعامل على موقع يوتيوب.

يرجع تأسيس يوتيوب (youtube) إلى عام ٢٠٠٥ في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، عندما قام ثلاثة موظفين في شركة (PayPal)، بإنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات وتحميلها والتعليق عليها. وجرى تمويل المشروع في بدايته بميزانية تبلغ ١١,٥ مليون دولار، وإطلاق النسخة التجريبية للموقع في أيار/مايو ٢٠٠٥، وبعدها بـ ٦ أشهر أطلقت النسخة الرسمية منه، وفي عام ٢٠٠٦ قامت شركة غوغل بشرائه مقابل ١,٦٥ مليار دولار، عندما فاز بجائزة رجل العام التي تقدمها مجله تايم الأمريكية. ويستقبل الموقع أكثر من ٤٨ ساعة فيديو كل دقيقة، وهذا يعني أنه يستوعب في العام الواحد فيديوهات تعادل ٨ سنوات بالكامل.

### إحصائيات وأرقام يسجلها موقع اليوتيوب

- ١ - ٣٥ ساعة من مقاطع الفيديو التي يتم رفعها كل دقيقة على الموقع.
- ٢ - ١٠٠ مليون هي عدد مشاهدات الموقع على الهواتف يومياً.
- ٣ - ٥٠ مليوناً يمثل عدد الضغوطات على الصفحة الرئيسة للموقع يومياً.
- ٤ - ٣١ بلداً يقدم لها نسخة خاصة باليوتيوب ومن ضمنها ٧ دول عربية.
- ٥ - ٤٥ لغة يدعمها الموقع، ومن بينها العربية.
- ٦ - ١٥ دقيقة هو متوسط عدد الدقائق التي يقضيها مستخدمو الموقع يومياً.
- ٧ - ٢ مليار مشاهدة لمقاطع الفيديو يومياً.
- ٨ - ٨٣٠,٠٠٠ مقطع يتم رفعها كل يوم إلى الموقع.
- ٩ - ١٠ آلاف شريك للموقع من بينهم عربياً، الجزيرة والـ MBC والعربية.
- ١٠ - ١٥٠ ألف فيلم يستطيع الموقع إنتاجه كل أسبوع على الرغم من أن

هوليود لا تستطيع سوى إنتاج ٥ أفلام فقط.

١١ - ١,٧٠٠ سنة لكي تستطيع مشاهدة كل فيديو تم رفعه.



### مميزات موقع يوتيوب (youtube)

لموقع يوتيوب عدد من المميزات والمهام التي جعلته يحظى بشعبية على نطاق دولي واسع وهي:

١ - يساعد في نشر ورفع مقاطع الفيديو من قبل الهواة والسياسيين والفنانين والكوميديين، وفي الوقت نفسه يتيح للمستخدمين مشاهدتها ومشاركتها مع الآخرين من خلال الموقع، أو مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

٢ - يقوم بعرض مقاطع الفيديو بجودة عالية حيث يستخدم تقنية أدوب فلاش (adobe flash)، ويتطلب من المستخدمين تنزيل برامج أخرى خاصة بمتصفح الإنترنت حتى يتمكن من مشاهدة مقاطع الفيديو.

٣ - لا يسمح موقع يوتيوب برفع مقاطع فيديو يزيد زمنها عن عشر دقائق ويزيد حجمها عن واحد غيغا بايت مع أنه منذ انطلاق الموقع في البداية كان في وسع المستخدمين تحميل مقاطع فيديو يزيد زمنها عن عشر دقائق، ولكن ذلك تم تغييره لاحقاً مع إبقاء المستخدمين القدامى لديهم إمكانية رفع مقاطع تتجاوز مدتها عشر دقائق، بينما المستخدمون الجدد لا يمكنهم تجاوز المدة التي نص عليها قسم التعليمات الخاص بالموقع. وتم وضع ذلك الشرط بسبب ملاحظة شركة يوتيوب أن معظم المقاطع التي تتجاوز مدتها عشر دقائق تتضمن أشياء غير مصرح بها، مثل الأفلام وغيرها.

٤ - لا يسمح الموقع رفع أي محتوى له حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحبها، كما لا يسمح برفع الأفلام الإباحية والأفلام المسيئة لشخصيات معينة، فضلاً عن الأفلام التي تشجع على الإجرام.

# You Tube

## خدمات جديدة لموقع يوتيوب

يوتيوب يدخل عالم التلفاز بطرح خدمة جديدة تحمل اسم (Unplugged) عبر منصته التي من شأنها السماح للمستخدمين بمتابعة جميع قنوات الكابل عبر الإنترنت.

واشنطن ٧ أيار/مايو ٢٠١٦ (بترا) - يعتزم يوتيوب دخول عالم التلفزيون بطرح خدمة جديدة تحمل اسم (Unplugged) عبر منصته التي من شأنها السماح للمستخدمين بمتابعة جميع قنوات الكابل عبر الإنترنت.



وبدأ يوتيوب العمل لإطلاق هذه الخدمة منذ سنة ٢٠١٢، ووفقاً للتقرير الذي نشرته وكالة أنباء «بلومبيرغ»، فإن شركة غوغل أحدثت تغييرات فعلية في البنية الهندسية ليوتيوب تمهيداً لإطلاق الخدمة الجديدة على الموقع بحلول العام ٢٠١٧. ودأبت غوغل في هذه الأثناء على تكثيف إطلاق خدمة (Unplugged) بعد إطلاق شركات أخرى كـ «سوني» (Sony) و«Hulu» التي تتيح خدمة مشاهدة الفيديو، حسب الطلب، مشاريع مشابهة. ومن المتوقع ألا تتجاوز قيمة الاشتراك الشهري لهذه الخدمة ٣٥ دولاراً ما قد يشكل مصدر دخل آخر للموقع بعد أن أطلق أولى خدماته المدفوعة (YouTube Red) العام الماضي التي أتاحت للمستخدمين مشاهدة محتوى الموقع بلا إعلانات مع إمكانية تشغيل الفيديو في الخلفية لمستخدمي تطبيق يوتيوب على الهواتف الذكية.

## ثانياً: الشبكات الاجتماعية العربية

حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية المستخدمة عالمياً لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفيسبوك، تويتر؛ ومنها:

- ١ - شبكة فرند أوي.
- ٢ - شبكة أرابنز.

## ثالثاً: المفضلات الاجتماعية

وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وأرشفتها، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، وهي مفضلة لا ترتبط بجهازك كما هي العادة، بل هي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن أشهر أمثلتها موقع ديبغ، وظهرت عدة مواقع عربية توفر خدمة المفضلات الاجتماعية مثل: موقع ضربت، موقع أفلق، حفار المدونات.

رابعاً: مواقع استضافة المدونات المجانية؛ ومنها:

- ١ - الورد برس.
- ٢ - بلوجر.
- ٣ - تمبلر.

## خامساً: مشاركة الفيديوهات والصور

مواقع مشاركة الفيديوهات هي مواقع إعلام جديدة، تتيح لك مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك، وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك المواقع: اليوتيوب، غوغل فيديو.

## سادساً: مواقع مشاركة الصور

مواقع مشاركة الصور تسمح لك برفع صورك إلى الموقع، ومشاركتها مع الآخرين؛ مثل لبرك، كما توجد مواقع أخرى عديدة لمشاركة الصور وتخزينها، منها: سلايد، فوتو لوج، فوتكي.

## اختلاف المحتوى في موقعي فيسبوك وتويتر

برغم ازدياد أعداد مواقع التواصل الاجتماعي منذ ٢٠٠٤، لكن ظهر للمستخدمين أن أبرز موقعين هما فيسبوك وتويتر، وانقسمت المنطقة العربية على وجه التحديد بتناول واستخدام كل من هذين الموقعين المشهورين إذ إنهما يصتفان اليوم في أعلى ترتيب المواقع الإلكترونية الأكثر زيارة. إذ يسيطر فيسبوك وتويتر على مجال التواصل

الاجتماعي منذ عشر سنوات تقريباً، حيث تم إطلاق الأول في سنة ٢٠٠٤، والثاني في ٢٠٠٦. ورغم اشتراكهما في صدارة مواقع الإعلام الاجتماعي إلا أنهما يختلفان في عديد النقاط، إذ لكل منهما ميزاته الخاصة التي تفرقه عن الآخر. وهي:

١ - يبحث الأشخاص الذين يدخلون يومياً موقع فيسبوك عن كل ما يتعلق بالترفيه والترويح عن النفس.

٢ - دخول الأشخاص إلى موقع تويتر يأتي من أجل البحث عن الأخبار العالمية الطازجة.

٣ - في ضوء الميزتين فإنه يمكن اعتبار تويتر أكثر جدية من فيسبوك.

وتتعدد الاختلافات بين فيسبوك وتويتر في جوانب تواصلية أخرى مما يجعل كلاً منهما يستقبل فئة معينة من الأشخاص. وفي ما يلي توضيح أبرز نقاط الاختلاف بين الموقعين:

أ - جمل قصيرة على تويتر لا تتجاوز ١٤٠ حرفاً، مقارنة بجمل أطول على الفيسبوك: هذه هي أهم نقطة تفرق بين الموقعين، ولكن مستخدمي شبكة الفيسبوك يملؤون بسرعة من قراءة الفقرات المطولة، على عكس شبكة تويتر، خصوصاً في عصر التنافس على متابعة المعلومات بأقل الكلمات.

ب - موضوعات متخصصة على تويتر وعامة على فيسبوك: معظم من يبحثون عن التخصص يلتجؤون إلى تويتر، على عكس فيسبوك، فالذين يريدون متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة باهتماماتهم يلجؤون إليه.

ج - أجواء ترفيهية على فيسبوك وجدية جداً على تويتر: يستعمل تويتر في الغالب من قبل المتخصصين، فإذا كنت تبحث عن الترفيه من الصعب جداً أن تسجل الدخول إلى موقع خلاف فيسبوك الذي لا يطلب منك إحكام عقلك والتفكير في حياتك العملية أو الاجتماعية بكل جدية، وفيه العديد من الصفحات الترفيهية والهزلية.

د - نشر داخلي على الفيسبوك وخارجي على تويتر: يسمح لك موقع الفيسبوك بإنشاء صفحات خاصة بك وألبومات صور وتحميل فيديوهات وإجراء استطلاعات وإحصائيات وكل هذه الخدمات مدرجة بشكل افتراضي في الموقع، بينما في تويتر تتعامل فقط بين الناس بالتغريد، وتكون مشاركة معظم الألبومات والوسائط اعتماداً على خدمات خارجية وروابط مقصرة.

هـ - التحدث بشكل علني بالفيسبوك وبشكل خاص جداً في تويتر، هذا الأمر من

أكثر الأمور التي تفرق بين تويتر وفيسبوك أيضاً، فعندما تقوم بنشر أي شيء على التايم لاين الخاص بك يبدأ عدد تعليقات أصدقائك يتزايد بهذا المنشور، وتبدأون بالمناقشة، ويقوم الموقع بإخفاء التعليقات واختزالها، وعندما تريد قراءتها تضغط على «view all comments» أما تويتر، فمن الاستحالة أن تتحاور أنت وأحد أصدقائك على تغريدة، لأن جدولك الزمني سيمتلئ، وبالتالي نلتجئ دائماً للتحاور معه عن طريق الرسائل الشخصية.

و - ربح أكثر معجبيين على الفيسبوك وتقامم التغريدات على تويتر: إذا كنت تريد التسويق لشركتك أو لموقعك فستحاول بكل الطرق ربح أكثر عدد ممكن من المعجبيين لصفحتك، أما تويتر فستركز كل اهتماماتك على جعل المتابعين يقومون بعمل رتويت لتغريداتك.

ز - نشر ما يعجبك على الفيسبوك، أما في تويتر فما يعجب متابعيك: تعود كل المستخدمين بشبكة فيسبوك على نشر الأشياء التي تهمهم والتي يحبونها، ناهيك عن تفاصيل حياتهم الخاصة، ولكن يحتاج متابعوك بموقع تويتر إلى أشياء تهمهم وإلا لن يقوموا بمتابعتك، ولهذا السبب نلجأ دائماً لعمل رتويت لتغريدات تجلب أكثر عدد من المتابعين.

ح - الحفاظ على حياتك الاجتماعية بالفيسبوك على عكس تويتر: وإزالة صديق من موقع الفيسبوك أخطر بكثير من عمل (unfollow) للشخص نفسه في تويتر، وأكثر حساسية.

ط - سهولة الإعلان بالفيسبوك على عكس تويتر: يستطيع المستخدم إعلان صفحته أو منتجته وحجز مساحة إعلانية بكل سهولة بالفيسبوك، ولكن بتويتر تكون محدودة وصعبة جداً، فلا تحاول إجبار متابعيك عبر تغريداتك على الشراء، وإنما قم بتقديم العروض بطريقة جيدة ومقنعة.

ي - المشاركة بشكل دوري على الفيسبوك، ولكن بطريقة أكثر على تويتر: بشكل عام تحمل التغريدة عمراً قصيراً جداً مقارنة بأي منشور على الفيسبوك، لذلك تحتاج دائماً لتكثيف تغريداتك ونشاطاتك بهذا الموقع الخاص بالتدوين المصغر.



## الفصل الرابع

### الإعلام الرقمي ومخاطره التقنية في حرب العقول تقنية الفوتوشوب في تزوير الصورة

برزت هذه السنوات الأخيرة مسألة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر وغيرها التي امتازت بثقافة الصور المزيفة لشخصيات سياسية أو عامة أو التي تشير إلى أحداث ووقائع معينة في سياقٍ تاريخيٍّ ما لأغراض دعائية مضادة أو قضايا تسقيط. ويقوم الكثير من رواد هذه الصفحات بنشرها، بل والمشاركة بها كي يتم توزيعها وتعميمها أمام أعين المتابعين على هذه المواقع والصفحات التي أصبحت مصدراً للأخبار والمعلومات عند الكثير من الناس بدلاً عن المواقع والوكالات الأخبارية التقليدية.

وعليه، فإن انتشار الصور المزيفة بصيغتها الحالية التي تجسد الغزو الفكري في العالم الرقمي يدفعنا إلى البحث عن الأسباب التي تقف وراء ذلك، خصوصاً أن الصور التي تتعرض للتحريف بطريقة الفوتوشوب عادة ما تحصل على نسبة إعجاب وتنازل حصة كبيرة من الانتشار. وهناك ثلاثة أسباب رئيسة تقف وراء ذلك:

السبب الأول: طالما نحن نعيش في زمن الصورة انطلاقاً من قوة تأثيرها، فإنه حتى في الإعلام الاجتماعي لن ينال الخبر شهرة ما لم ترافقه الصورة الموثقة، وبغض النظر عن كونها مزيفة أو حقيقية، فإن الفرز بين النوعين يتوقف على نوعية وعي وثقافة المستخدم في شبكات التواصل الاجتماعي.

السبب الثاني: مورست عمليات تزيف الصور لأغراض سياسية واجتماعية وفكاهية مقصودة من قبل أطراف عديدة بشكل غير مسبوق، وأكثرها مورس ضد شخصيات لأغراض التسقيط الشخصي، وأصبحت الصورة من أبرز النصوص اللازمة في النشر الرقمي.

السبب الثالث: غياب الوعي وعدم امتلاك الحد الأدنى من الإدراك والحس النقدي للشخص الذي يؤمن أن الصورة حقيقية ومطابقة للواقع، وهو أمر لا يتعلق بوجود معرفة فنية بالصورة الحقيقية وقدرة الشخص على تمييزها عن غيرها من الصور المفبركة، مع أن هذه المعرفة الأخيرة مطلوبة أيضاً في بعض الصور التي يتطلب الحكم على صدقها من عدمه امتلاك معرفة بفنون الفوتوشوب.

مناقشة التأثير الذي تمتلكه الصورة والمديبات التي تأخذها، والحيز الذي تحتله في عالم اليوم يرتبط من غير شك بالجدال والنقاشات والبحوث الكثيرة التي أثارها مظاهر العصر الرقمي الحالي الذي نعيش في زمن ما بعد «حدثه»، حيث تطورت وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات بشكل أضحت فيه الحقيقة تتخذ أشكالاً «سبيرة» ويُجسد وجودها «رقمياً» بشكل جليّ وبصورة اختلفت، بل تناقضت مع تشكيلات الحقائق وصياغاتها في الأزمنة التي سبقت انبثاق العالم الرقمي والسيبيري الجديد. فالوصف السابق للصورة بأنها تعادل ألف كلمة أصبحت اليوم في زمن الفوتوشوب والتزوير تعادل ألف كذبة وخدعة.

لقد أصبحت الصورة في عالم اليوم ذات تأثير متزايد بشكل تدريجي، ولديها القدرة على تشكيل وعي ترسم على أساسه تصورات جديدة تفرض على الآخرين الإيمان بتأثيرها في الإقناع، وبدورها في خلق الوعي المعرفي، وإيصال المعلومات بطريقة أسهل من الكتابة والتعليق، خاصة في عصر المعلومة والمعرفة الحالي الذي تعطي الصورة فيه إدراكاً حقيقياً.

وبما أن الصحفيين معنيون قبل غيرهم بمعالجة موضوع فبركة الصورة في عالم الإعلام الرقمي وحتى الإعلام التقليدي، سواء المطبوع أو المرئي، فلا بد من التعامل بوعي تام وتمحيص دقيق لكل صورة تنشر أو يتعاملون بها للنشر برفقة نص مكتوب، تلافياً للوقوع بالخداع الذي يؤدي إلى تضخيم الخدعة لتبلغ مديبات كبيرة بحجم الجمهور الذي يتابع الصورة أو يطلع عليها، وهو أمر في غاية الخطورة. وفي زمن الفوتوشوب أصبحت الحقيقة التي هي أمانة في أعناق الصحفيين مهددة بالتغيب جراء شيوع ثقافة تزيف الصورة.

## برنامج التحليل النقدي للنصوص الرقمية

### معلومات وخدع

في ضوء التداخل الحاصل في أدوات الإعلام ومنصاته، والأفكار الواردة في فضاءه التي أخذت تتسع شيئاً فشيئاً حتى أصبح من الصعوبة بمكان السيطرة عليها أو السير

خلف معلوماتها التي تتصارع الملايين منها في الفضاء، وربما نصطدم بالكثير منها بحقائق صحيحة ومن دون أن نتحسسها أو نراها بعين نقدية، لأننا نفتقر إلى المنهجية المطلوبة، أو ربما تواجهنا البعض منها بوضوح معلومات ونصوص من صور وأخبار وتقارير وحكايات، ونصدق بها، ورغم أنها تلفيقات، وتضليل الغاية منه تغيير معتقداتنا وافكارنا وتوجهاتنا حيال الأمور والناس والطبيعة، من دون أن نعي خطورتها ونحللها بطريقة نقدية نكتشف الصحيح منها والكاذب، كل هذا دفعنا إلى تقديم هذه النماذج التي استقيت من مصادر مهمة وبطريقة تعليمية مفيدة للغاية.



2015/11/09

كيف تتحقق من صحة الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي.

### المراقبون

انتشرت في الآونة الأخيرة الإشاعات والأخبار الكاذبة بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة تلك المتعلقة بالمهاجرين والحرب في سوريا. وغالباً ما

تأتي هذه المعلومات المغلوطة على شكل صور وفيديوهات مفبركة. لسوء الحظ، وسائل الإعلام لا تملك دائماً الإمكانيات للنزول إلى الميدان والتحقق من الصور المزيفة المتداولة. وعليه فإن الناس يجب أن لا تبقى أسيرة لأساليب التشويه هذه، خاصة وأن حجم التعرض لهذه المواقع الاجتماعية يتزايد بشكل يومي وينسب عالية، لذلك، فإن هناك ثمة تقنيات تساعد الصحفي على التدقيق فيها، وهي:

- ١ - هل يمكن التأكد بنسبة ١٠٠ بالمائة؟
- ٢ - تقنيات تحليل الصور وعملية التقصي
- ٣ - تاريخ التقاط الصورة
- ٤ - غوغل صور
- ٥ - بيانات (EXIF)
- ٦ - تحديد الموقع الجغرافي
- ٧ - تحليل الصورة بالعين المجردة
- ٨ - غوغل خرائط وغوغل إيرث وستريت فيو
- ٩ - من هو الناشر؟
- ١٠ - التحقق على مواقع التواصل الاجتماعي
- ١١ - قم بتطوير شبكتك الخاصة
- ١٢ - وماذا عن الفطرة؟
- ١٣ - التضليل الإعلامي يأتيك أحياناً من حيث لا تتوقع
- ١٤ - اقتراحات متابعة

قد يتوهم البعض حين يربط ما بين انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات بظهور الإنترنت، أو حين يربط أيضاً ما بين ظهور الصور المزيفة بظهور تقنية الفوتوشوب وتويتر، والصحيح أن تزيف الأخبار وتداول الإشاعات والصور المفبركة ظهرت في وقت سابق، ولا علاقة لها بالتقنية الحديثة لكونها ترتبط بالثقافة، وعلى سبيل المثال: فإن القادة السوفيات كانوا معتادين على إخفاء السياسيين والمسؤولين الذين جرى إخفاؤهم من مسؤولياتهم من صور الأرشيف الرسمي للدولة، وربما لاحظنا هذه الثقافة

مداولة حتى في بلدان عربية، وهذا يجعلنا لا نربط ما بين التقنية والتكنولوجيا والتلاعب الإعلامي الحاصل.



رئيس الشرطة السرية نيكولاي يجول رفقة ستالين، في الثلاثينات من القرن الماضي.

الأمر الذي تعّير منذ تلك الفترة، هو أن الترويج للأخبار الكاذبة أصبح اليوم في متناول الجميع. حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء واسعاً لأنصار نظريات المؤامرة. وقد تجسد ذلك جلياً مع فاجعة شارلي إيبدو في فرنسا. فخلال الساعات القليلة التي أعقبت المجزرة، انتشرت العشرات من الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي. وجميعها كان يحمل الرسالة نفسها: «إنهم يكذبون عليكم». والأهم بالنسبة إلى أصحاب نظريات المؤامرة، هو زرع الشك في العقول والطمعن في صدقية الصحفيين.



نشاهد في الصورة الأولى أعلاه سيارة متوقفة لحظة قتل الشرطي. وتبدو مراياها الجانبية فاتحة اللون، أما في الصورة الثانية التي أخذت في الدائرة الباريسية حيث تركها الشقيقان، فتظهر المرايا الجانبية سوداء. أصحاب نظرية المؤامرة قالوا إن الأمر يتعلق بسيارتين وليس بواحدة كما قالت وسائل الإعلام. لكن الحقيقة أن هذه

المرايا مصنوعة من مادة كرومية يتغير لونها حسب انعكاس الضوء عليها.



قال ناشطون مولون لروسيا إن هذه الصورة تثبت أن مقاتلين نازيين يقاتلون في صفوف الأوكرانيين. لكن يظهر جليا أن الصورة تم تركيبها عن طريق برنامج فوتوشوب



مع ازدياد ثقافة التزوير والانفتاح الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي وممارسة التزوير والتشويه ارتأى المختصون والمهتمون بموضوع التحقق من الصور والأخبار الكاذبة التقدم ببعض التوجيهات والنصائح للتحقق من صحة الصور والفيديوهات التي تنتج على مدار الدقيقة، وهي كما يلي:

هل يمكن التأكد بنسبة ١٠٠ بالمائة؟

قبل الخوض في تفاصيل عملية التحقق، تجدر الإشارة إلى أنه لا يمكنك دائماً إثبات أن الصورة التي أنت بصدد التدقيق فيها كاذبة ١٠٠ بالمائة. يمكنك مثلاً أن تكتشف أن تاريخ التقاطها خاطئ، أو أن بعض تفاصيل الصورة لا تتناسب مع التوصيف المدرج أسفلها. فعملية التحقق غالباً ما تساعد الصحفي في اتخاذ قرار نشر الصورة من عدمه. يمكنك مثلاً اتخاذ قرار بنشر صورة لا تعرف تاريخ التقاطها، لكنك متأكد من أن المشهد أو الحادثة حقيقية.

### تقنيات تحليل الصور وعملية التقصي

تحتاج عملية التحقق من صحة الصور إلى نوعين من المهارات:

- ١ - تقنيات التحليل التي تسمح لك باستخراج البيانات الخفية للصورة أو الفيديو.
- ٢ - تطبيق تقنيات البحث والتقصي الصحفي التقليدي على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتطلب تقديم بعض الأدوات البسيطة التي يتم استعمالها في التحقق من صحة الصور والفيديوهات المزيّفة وكشف حقيقتها من خلال ما يلي:

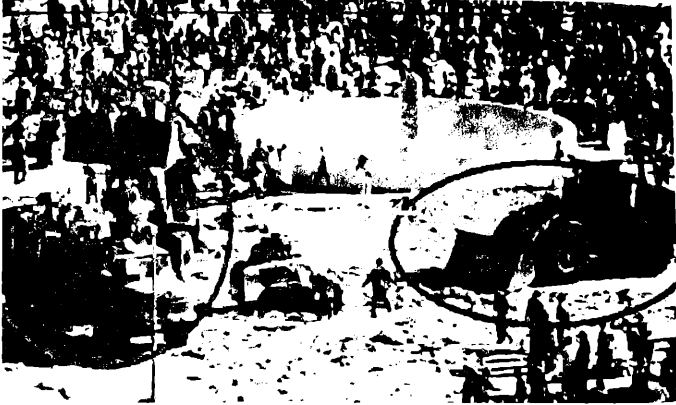
### تأريخ التقاط الصورة

إن عملية تركيب الصور والفيديوهات بطريقة مقنعة وقابلة للتصديق ليست بالأمر السهل على الإطلاق، وعلى سبيل المثال فإن وسائل الإعلام الصينية تستعمل هذه التقنية، ولكن في الغالب تكون النتيجة غير مقنعة، وهذه الصورة المرفقة جرى نشرها على إحدى الصحف في منطقة هانجشنتو.



هنا يظهر جلياً أن الصورة مفيبركة، لأنه هناك أخطاء فادحة في النسب والحجوم

عملية تعديل الصور وتركيبها قد يكون معقداً جداً في بعض الأحيان. فبعض المخادعين يلجؤون إلى «تقنية» بسيطة جداً لتضليل رواد الإنترنت. ينشرون صور قديمة على مواقع التواصل الاجتماعي ويقومون بعزلها عن سياقها الأصلي وربطها بأحداث أخرى. هذه الصورة مثلاً تم تداولها على نطاق واسع على مواقع التواصل الاجتماعي بعد حادثة التدافع الدموي خلال موسم الحج لعام ٢٠١٥.



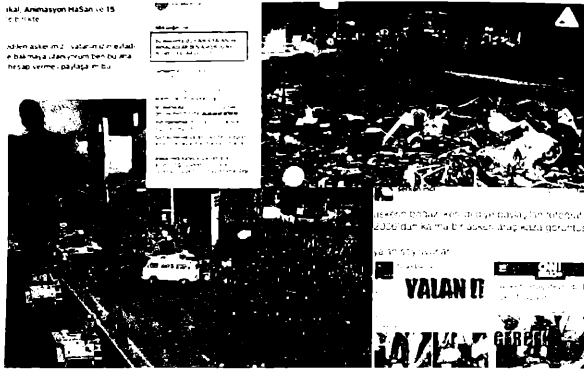
العشرات من رواد الإنترنت استعملوا هذه الصورة لانتهاك السلطات السعودية بأنها قامت بانتشال جثث الضحايا بالجرافات. بعد التحقيق في هذه الإشاعة، تبين لنا أن الصور قد تم التقاطها في العام ٢٠٠٤ إثر حادثة تدافع مماثلة وليس خلال موسم الحج ٢٠١٥. وحتى خلال حادثة ٢٠٠٤، ليس من المؤكد أن الجثث تم انتشالها بالجرافات، فالصورة لا تسمح أبداً بالجزم في ذلك.

### الإشاعات والتزييف الرقمي

قدمت التكنولوجيا في السنوات الأخيرة التي ظهر فيها الإنترنت ودخل إلى البيئة الإعلامية خدمة لا يمكن التغاضي والعزوف عنها، وصار بمقدور المتلاعبين من الفنيين والمستخدمين للإعلام الرقمي ممارسة أدوار خطيرة في التضليل وإطلاق الإشاعات المدعومة بالصور، وغالباً ما يكون رواجها كبيراً في ظروف الحروب والانقلابات العسكرية والكوارث ومن هذه الأساليب التقرير الآتي الذي يضم خمس اشاعات:



## خمس إشاعات كاذبة حول ما جرى في أثناء الانقلاب العسكري بتركيا



تمكن الصحفي التركي محمد أتakan فوصا من رصد الأخبار والشائعات والصور الكاذبة التي انتشرت في وسائل الإعلام التركية إثر محاولة الانقلاب التي هزت تركيا يوم ١٥ تموز/ يوليو ٢٠١٦. وفيما يلي بعض تلك الإشاعات الكاذبة مع الحقائق الكاملة عنها.

### الجندي الذي تعرض للذبح



هذه الصورة تم تناقلها على نطاق واسع في مواقع التواصل الاجتماعي، وقدمت على أنها تعود إلى الجندي الانقلابي الذي تعرض للذبح على جسر البوسفور. وبعد البحث في محرك «غوغل صور»، تبين أن الصورة التقطت في سوريا عام ٢٠١٣.

erimiz , vatanımızın evladı.  
utaniyorum ben bu ana  
meli paylaşalım bu



464 beğenme

buraksırmız BU HABER YALANDIR  
ARKADASLAR BEN ASKERLIGIMI  
BITIRELI YILLAR OLDU !!!!!

rumdemir 1 hafta önce · 58 beğenme  
464 beğenme · 464 beğenme · 464 beğenme  
464 beğenme · 464 beğenme · 464 beğenme  
464 beğenme · 464 beğenme · 464 beğenme

ecemizle Oh be vatanış

ic asena 42 · 1 hafta önce · 464 beğenme

gerçek ded mi sana

mhibansmsk 1 hafta önce · 464 beğenme

ing 14 kodu 464

tuncsumeyye Valam ben de instagram

acresinde paylaşmıştım abi sidi ama

bulamıyordum

atakan45 Kafası koparılan diye

adlandırmışın vatan haini tank

denemesini diye onunbo duran vatan daşı

أما الصورة أعلاه  
فقد تناقلها أيضاً العديد  
من رواد مواقع التواصل  
الاجتماعي وادعوا أنها  
للجندي الذي تعرض  
للذبح. وقد قام الصحفي  
التركي فاتح بورتاكال  
بإعادة نشرها على  
صفحته في فيسبوك. في  
الحقيقة، هذه الصورة لا  
تعود للجندي التركي،  
وإنما لشاب اسمه براك  
ساليفرمز قام بنشرها في

فيسبوك عندما كان يؤدي الخدمة العسكرية. وقد نبه ساليفرمز على حسابه في أنستغرام أن  
صورته تلك تم نسبها بالخطأ إلى جندي مذبح على مواقع التواصل الاجتماعي.

## تفجير في مركز للشرطة في أنقرة

هذا الفيديو تداولته  
العديد من وسائل الإعلام،  
منها «CNN Türk» و«T24»  
و«Cumhuriyet Daily»  
وقالت إنه يظهر تفجيراً وقع  
في أحد مراكز الشرطة  
بالعاصمة أنقرة.  
لكن في الحقيقة الفيديو



تم تصويره في قطاع غزة عام ٢٠١٤.

## التحقق من صور عن طريق غوغل صور

هذه الصورة التالية التي ادعى العديد من رواد الإنترنت أنها التقطت في أنقرة ليلة  
الانقلاب، تظهر في الحقيقة الاحتجاجات التي اجتاحت مصر إبان ثورة كانون الثاني /  
يناير ٢٠١١.



كذلك تم تقديم هذه الصورة على أنها من أنقرة، لكنها التقطت في مصر أيام ثورة كانون الثاني/يناير ٢٠١١.



أما الصورة التالية فلم يتم التقاطها في مطار أتاتورك كما ادعى بعض رواد الإنترنت، وإنما في الحقيقة هي صورة لحادث سقوط مروحية وقع في كوريا في العام ٢٠١٥.



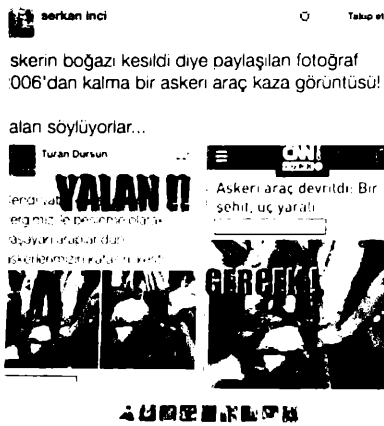
الصورة التالية قدمت على أنها تظهر الاحتجاجات التي عمّت شوارع تركيا أثناء محاولة الانقلاب. أما في الحقيقة فهي تعود لمسيرة نظمت في مدينة طنجة المغربية في ٢٠١٥ للاحتجاج على ارتفاع أسعار فاتورتي الكهرباء والماء.



هل تعرض هذا الجندي للسحل؟

بسبب انتشار كم هائل من الصور والمعلومات الكاذبة، أصبح المواطنون يشكون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي. لكن في بعض الحالات، ما يعتقد بأنه خبر

كاذب يمكن أن يكون صحيحاً. والعديد من رواد الإنترنت قالوا إن هذه الصورة التي قدمت على أنها تعود لجندي يتعرض للسحل ليست صحيحة، وإنما تعود لحادث سيارة وقع في (مدينة وان) شرق تركيا في العام ٢٠٠٦.



لكن بعد التحقق، اتضح أن هذه الصورة تظهر جندياً تركياً تعرض فعلاً للسحل على جسر البوسفور. فقد تم توثيق الحادثة بفيديوهات عديدة تم بثها على المباشر على موقع التواصل الاجتماعي عن طريق التطبيق «Periscope».

غوغل صور في الإعلام الرقمي

لمعرفة ما إذا كانت الصورة أرسلت إليك حصراً أو منقولة من أحد المواقع الإلكترونية، قم بتحميلها على محرك البحث

(Google image) أو (TinEye). وهذه الصورة قدمها ناشطون على أنها تعود لطفل يعاني ويلات الحرب في شرق أوكرانيا.

هذه الصورة للطفل تبين بعد تحميلها على «غوغل صور» أنها نشرت في عام ٢٠١٠ أي قبل اندلاع الأزمة في أوكرانيا. وكانت قد عرضت في إطار مسابقة للصور في أستراليا، من هنا يجب أن يتبع الصحفيون والمواطنون جميعاً تطبيق تقنية الكشف عن الصور المزورة لأجل الوصول إلى حقيقتها.



«غوغل صور» أداة مفيدة لكنها ليست صالحة لكل الحالات، فهي لا تتيح لك العثور على جميع الصور المنشورة على الإنترنت. وهناك أدوات أخرى يمكن أن تساعدك في عملية البحث. منظمة العفو الدولية مثلاً، قامت بتطوير أداة تسمح لك بالعثور على جميع المواقع التي يظهر فيها الفيديو الذي أنت بصدد التقصي فيه. يمكنك تجريب الأداة على هذا الرابط



في حال تم نشر الفيديو الذي تود التحقق منه في تاريخ غير التاريخ المعلن عنه في وسائل الإعلام، فالأداة ستكتشف ذلك. لكن إذا قام أحدهم بتعديل الفيديو ولو بشكل طفيف، حذف بضع الثواني منه مثلاً، فالأداة ستكون عاجزة عن العثور عليه.

### بيانات (EXIF)

بيانات (EXIF) هي مواصفات لملفات الصور تستخدمها الكاميرات الرقمية. عند التقاط صورة ما عن طريق آلة تصوير أو هاتف ذكي، الصورة تحتفظ ببيانات «خفية» تحمل معلومات عنها، كتاريخ التقاطها ونوع الكاميرا. لاستخراج بيانات صورة ما، انقر على الصورة بالزر اليمين، ثم على خصائص الصورة. كذلك يمكنك استخراج هذه



### Youtube DataViewer

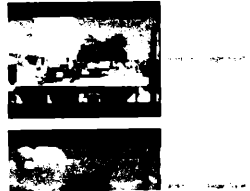
http://www.youtube.com/watch?v=1E7U9w9tFPU Go Clear

تتمتع نقطة بيانات هذه بالوصول إلى معلومات عن تاريخ الفيديو ونسبة 90% 2015

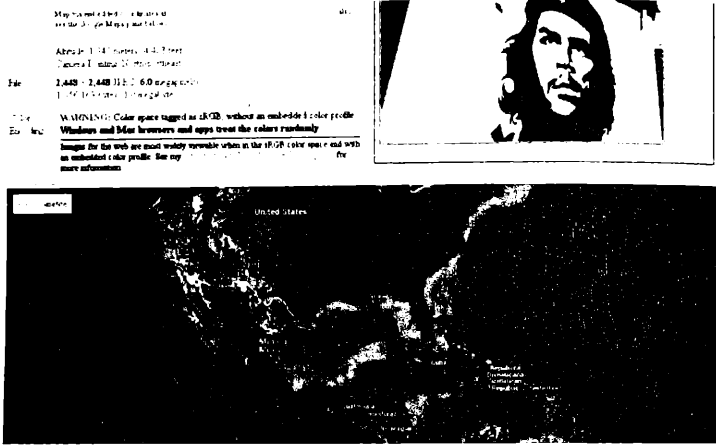
http://www.facebook.com/UTMx 2011  
 http://www.facebook.com/TakrabiTeam  
 http://www.facebook.com/PhotoReview  
 http://www.facebook.com/talesamara

Video ID: 1E7U9w9tFPU  
 Upload Date: YYYY-MM-DD: 2015-09-30  
 Upload Time (UTC): 10:25:14

#### Thumbnails:



المعطيات باستخدام البرنامج (Jeffrey's Exif viewer). قم بتحميل الصورة أو إنسخ وألصق رابطها على هذا الموقع.



بيانات (Exif) وحدها غير كافية للتحقق من صحة الصور. غالباً ما تختفي هذه البيانات عندما يتم نشر الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي. هذه البيانات تختلف كذلك عندما يتم تعديل الصورة ببرنامج فوتوشوب. عندما تود التحقق من صورة ما، حاول دائماً الحصول على النسخة الأصلية لها. ويجب التنويه هنا أن الصورة لا تفقد بياناتها إذا تم إرسالها إليك عن طريق البريد الإلكتروني مباشرة من دون نشرها على الإنترنت. يجدر الذكر أن بيانات Exif غير موثوق بها ١٠٠ بالمئة، فهذه المعطيات قابلة للتغيير والتعديل. ويمكن أي شخص بنوي تضليلك، تغيير تاريخ التقاط الصورة أو مكان التقاطها.

### تحديد الموقع الجغرافي (geolocalisation)

بعض المتحايلين على النت يقومون بنشر صور على مواقع التواصل الاجتماعي ويربطونها بحدث وقع في بلد ما، بينما هي في الحقيقة ملتقطة في بلد آخر. لتفادي الوقوع في مثل هذه المغالطات، أصبح الصحافيون اليوم يستعملون أدوات تحديد الموقع الجغرافي. ويوجد العديد من الأدوات على النت تتيح تحديد الموقع الجغرافي

للتغريدات، والتأكد مما إذا كان المغرد قريباً من مكان الحدث أم لا. ومن بين هذه الأدوات: Yomapic و Echosec و Gramfeed و SAM Desk و Geofeedia). لمعرفة

### Recherche avancée

مكان نشرة تغريدة ما، يمكنك أيضاً الاستعانة بخاصية البحث المتقدم على تويتر (twitter).

بإمكان مستخدمي برنامج «تويت ديك»، الذي يختص بتصفح حسابات تويتر وإدارتها، الاستعانة بتقنية (geocode) لتحديد الموقع الجغرافي للصورة.

فالبرامج والأدوات وحدها لا تكفي للتحقق من صحة الصور. بل يتعين عليك كذلك الاستعانة بالعين المجردة لكشف الصور المفبركة.

تحليل الصورة بالعين المجردة

نشرت هذه الصورة ضمن تقرير للقناة الفرنسية (France 2) عن طريق الخطأ، إذ تم تقديمها على أنها ملتقطة في كانون الأول ديسمبر ٢٠٠٩.





هذه الصورة تحمل عدداً من التفاصيل التي تسمح بالتحقق منها. فيمكن التساؤل مثلاً: هل دروع الشرطة الإيرانية تحمل هذا اللون؟ وهل أرضفة طهران مطلية بالأصفر؟ وهل الصورة تتناسب مع طريقة اللبس عند الشباب الإيرانيين؟

في الحقيقة، تم التقاط هذه الصورة في هندوراس في شهر كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٢.

إن هذا الفيديو هو مثال آخر على انتشار الأخبار الكاذبة على نطاق واسع. وقد تم تداوله بشكل مكثف في أوساط اليمين المتطرف في أوروبا. كما في الرابط الآتي:

الفيديو قُدم على أنه لاشتبكات بين الشرطة و«طالب اللجوء» في ١٩ أيلول / سبتمبر في مدينة أرفورت، وسط ألمانيا. لكن هناك مؤشرات تدل على عدم صحة هذا الفيديو، منها أنه أعيد طلاء سيارات الشرطة بمدينة أرفورت في المدة الأخيرة لتصبح زرقاء، عوضاً عن لونها الأخضر الذي نراه في الفيديو. كما أن جميع الكلام الذي يسمع في الفيديو هو باللغة الألمانية، ما يبدو غريباً بالنسبة إلى مظاهرة شارك فيها مهاجرون. واتضح فيما بعد أن الفيديو صور في الحقيقة سنة ٢٠١١ في دورتموند ليظهر الفوضى التي أفضت إليها مظاهرة إحدى المجموعات اليمينية المتطرفة المنتمبة إلى تيار النازية الجديدة (<https://youtu.be/tFuvx385VKI>).

## غوغل خرائط وغوغل إيرث وستريت فيو

للتحقق من صحة أي فيديو أو صورة، يجب التدقيق في التفاصيل، والانتباه مثلاً إلى الملابس، الهندسة المعمارية، الطقس، اللهجة، إلخ... لكن يمكنك أيضاً استعمال بعض الأدوات للتحقق مما إذا تم التقاط تلك الصورة أو الفيديو في المكان المزعم. أدوات غوغل خرائط وغوغل إيرث وستريت فيو مفيدة كثيراً، لأنها تسمح بعرض صور بانورامية للشوارع وتقدم أبعاد وتضاريس أي منطقة على سطح الأرض.

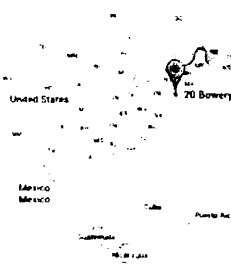
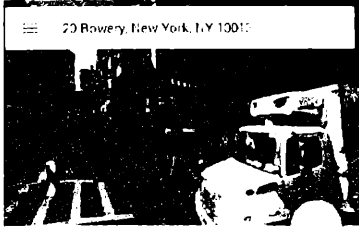


كيف يمكنك التحقق من مكان التقاطها؟

تمرين: أنظر إلى هذه الصورة بتمعن

على الصورة توجد لافتة بها عنوان الشارع ٢٠ (Bowery).

عندما تقوم ببحث على غوغل خرائط، تجد أن هذا الشارع موجود في حي Chainatown وسط نيويورك. للتأكد من صحة الصورة، ما عليك الآن إلا أن تقارنها مع الصورة التي يعرضها لك برنامج ستريت فيو.



برامج غوغل خرائط وغوغل إيرث غالباً ما يتم استخدامها في عمليات تَقصُّ متقدمة. مجموعة (Bellingcat) المتخصصة في هذا المجال تستعملها كثيراً للتحقق من المواقع الجغرافية عندما تكون مرتبطة بحدث أو خبر ما. وغالباً ما يدعو أصحابها رواد الإنترنت إلى المشاركة في هذه التحقيقات.

### من هو الناشر؟

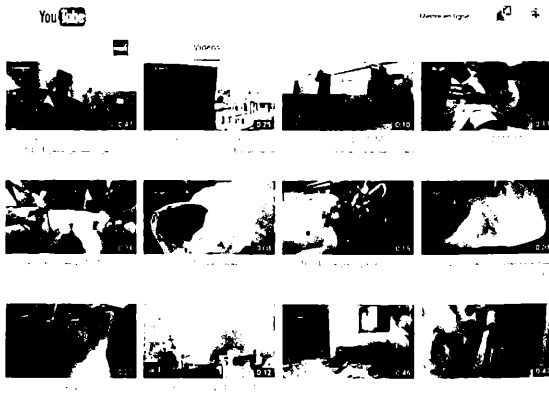
عندما تكون بصدد التأكد من صحة فيديو ما، سيّما في عصر الإعلام الرقمي، يتعين عليك مراجعة سجل التاريخ التابع للشخص الأول الذي نشره على الإنترنت. هل ينشر فيديوهات بطريقة منتظمة؟ هل جميع الفيديوهات التي نشرها هي من المنطقة نفسها؟ عملية التحقق البسيطة هذه هي وسيلة لربح الوقت إذ تسمح لك بمعرفة ما إذا كان الناشر يتمتع بصدقية، أو إذا كان من أنصار نظريات المؤامرة.

إليك هذا المثال عن ضربات الطيران الحربي الروسي في سوريا تم تداول العشرات من الفيديوهات على يوتيوب ومن بينها هذا الفيديو. مباشرة بعد بدء الغارات في أيلول / سبتمبر ٢٠١٥، عندما تراجع سجل التاريخ للقناة التي بثت هذا الشريط، تكتشف أنها بثت فيديوهات من مدينة تلييسة منذ عدة أشهر. وهذه المدينة تعرضت حقاً للغارات الروسية. وطبعاً هذا لا يكفي للجزم بأن هذا الفيديو مصور في تلييسة، لكن بما أن القناة بثت فيديوهات من هذه المدينة منذ فترة طويلة فهذا مؤشر إيجابي يُضفي صدقية على القناة.



## التحقق عبر مواقع التواصل الاجتماعي

للتحقق من صحة الفيديوهات والصور، ننصحك أيضاً بالتعاون مع مرئادي مواقع التواصل الاجتماعي لأن ذلك يضاعف من حظوظك في العثور على أجوبة لتساؤلاتك. نذكر مثلاً كيف ساعد التعاون بين رواد النت في اكتشاف الصورة التي استعملها بعض المحتالين لفبركة الصورة الكاذبة عن أسامة بن لادن في أيار/ مايو ٢٠١٢، والتي تم تداولها بكثافة على مواقع التواصل الاجتماعي آنذاك. فعندما تكون بصدد التحقق من صورة ما، لا تنس أن تلقي نظرة على التعليقات المنشورة بتويتر وفيسبوك، أحد مرئادي النت قد يكون وجد أصل الصورة المفبركة التي بين يديك.

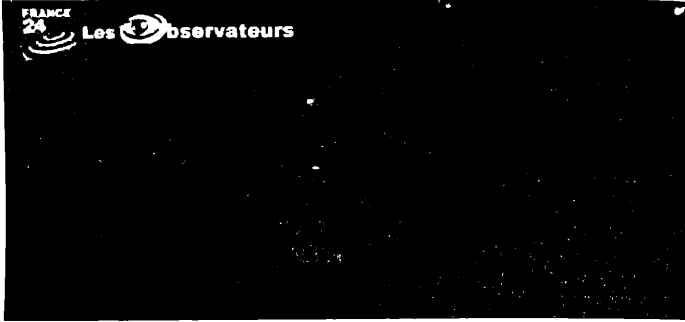




لفبركة هذه الصورة الكاذبة التي تظهر بن لادن ميتاً، قام بعض المحتالين بمزج صورة لمؤسس تنظيم القاعدة حياً مع صورة لحنة تم التقاطها في العراق. ومن الميزات المعروفة عن طبيعة أداء الإعلام الرقمي المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي أنها تتحدث جميع اللغات. لذلك لا تردّد في طلب المساعدة من رواد النت إذا كان موضوع بحثك يتطلب مهارات في لغات لا تتقنها. استعمل مواقع التواصل الاجتماعي مثلاً لطلب ترجمة توصيف الصورة التي تود التحقق منها.

### قم بتطوير شبكتك الخاصة

فريق تحرير مراقبون - فرانس ٢٤ قام بإنشاء شبكة «مراقبين» في العام ٢٠٠٧. هذه الشبكة أصبح عدد أعضائها اليوم يفوق ٦٠٠٠ ستة آلاف عضو. هؤلاء المراقبون يشاركون معاً يومياً في تغطية الأحداث، ويرتبطون معها بعلاقة وثيقة. فيفضل مساعدتهم للقناة أصبح باستطاعتها التأكد من صحة الأخبار في وقت سريع. هناك عدة أمثلة تجسد نجاح تجربة التعاون بين صحافيي فرانس ٢٤ وشبكة المراقبين. مثلاً في شهر تشرين الأول/أكتوبر، وردتنا صور لحادثة اغتيال وقعت وسط أحد شوارع مدينة كوناكري عاصمة غينيا.



أرسلت القناة الصور إلى العديد من مراقبيها في هذه المدينة. أحدهم تعرّف على لافتة صيدلية ظهرت في إحدى الصور، ومن خلالها تمكن من تحديد مكان الحادثة. بعد ذلك، اتجه مراقبنا إلى ذلك الشارع حيث التقى بشهود عيان وأجرى معهم مقابلات، ما سمح له بتغطية الخبر بطريقة جيدة. ويتعين على الصحفي إنشاء وتطوير شبكته الخاصة على تويتر وفيسبوك. وبمرور الوقت تتسع رقعة هذه الشبكة أكثر فأكثر، حتى يصبح الصحفي قادراً من خلالها على تغطية الأحداث في المناطق والمواضيع التي تهمة بطريقة جيدة.

### ماذا عن الفطرة؟

تحدثنا طويلاً عن تقنيات تحليل الصور وعن التقصي الصحفي، لكن ماذا عن الفطرة الصحافية؟ في بعض الحالات قد تكون الفطرة مفيدة جداً. ما رأيكم في هذا الفيديو مثلاً؟

<https://www.youtube.com/watch?v=yY9xXXbEwxA&feature=youtu.be>

الفيديو تم الترويج له عبر يوتيوب واستقطب أكثر من ٨ ملايين مشاهدة. تظهر عليه نادرة في حانة روسية تضرب أحد الزبائن على رأسه بقائمة الطعام لأنه تجرأ على وضع يده على مؤخرتها. وقد تداولت عشرات وسائل الإعلام، حتى الروسية منها، هذه الحادثة من دون أن تتحرى عن صحتها. ويمكن القول بأن تمكننا من اكتشاف أن هذا الفيديو مجرد خدعة عن طريق الصدفة. فبالرغم من أنه كان يبدو حقيقياً، إلا أن بعض التفاصيل البسيطة أثارت شكوكاً حول صحته. أولاً، قصة هذا «الاعتداء» تدور كل أحداثها في محور الكاميرا. ثانياً، الرجل يسقط على الأرض ثم ينهض ويلوذ بالفرار، من دون أن يرد على الفتاة التي أهانته بالضربة على الرأس. إن مشهد «الاعتداء الجنسي» لم

يكن إلا فيلماً من إنتاج إحدى شركات الدعاية والإعلان، وكان الهدف منه الترويج لهذه الحانة.

## التضليل الإعلامي غير المتوقع

أصبح أصحاب الدعاية يلجؤون أكثر فأكثر إلى الصور والفيديوهات الكاذبة للترويج لمنتجاتهم. عندما تؤدي عملة الصحفي، لا تنس أن العديد من الجهات تسعى إلى تضليلك لأن ذلك يخدم مصالحها. هذه الجهات قد تكون دولاً، أو أصحاب نظريات المؤامرة، أو حتى أحياناً أشخاصاً يتمتعون بحسن النية. فالمنظمات الحقوقية والنشطاء الزهاء قد ينقلون لك أخباراً أو صوراً كاذبة عن غير قصد. لذا، فالمطلوب منك دائماً التشكيك في صحة الصور والفيديوهات، مهما كان مصدرها.

## اقتراحات متابعة

للمزيد من المعلومات، بالإمكان متابعة هذه الحسابات لبعض المتخصصين في التحقق من الصور والفيديوهات، والتأكد من صحتها، ومن الحالات التي يتم فيها ممارسة التزييف والتلاعب.

@malachybrowne و@acarvin من موقع @reportedly

@Tom\_El\_Rumi و@checkdesk

Claire Wardle صحفية لدى @TowCenter

@firstdraftnews و@JenniSarge

@dhrutishah صحفي لدى @BBCnews

@Joey\_Galvin صحفي لدى @storyful

@jospang صحفي لدى @revealEU

@AMLloOpOo

observers.arabic@france24.com هذه المعلومات جميعاً يمكن الرجوع

إليها في الرابط الآتي:

<http://citizenevidence.org/category/stress-tests/>

## فيس تايم أحد عناصر الإعلام الرقمي

أثبتت وسائل الاتصال الرقمي في السنوات الأخيرة بأنها العنصر الفعال في الأحداث الساخنة والحرجة دولياً بأدواتها الحديثة والمتطورة وسرعة انتشارها عبر الإنترنت حول العالم، واعتبرت هذه الوسائل الرقمية المصدر الأول والمغذي لجميع أشكال النشر الإعلامي، بل هي من تُصنم الأحداث أو يقلل من أهميتها، ويحدد مستوى انتشارها وتستند في ذلك على طبيعة الصور والفيديوهات التي تنقلها للآخرين بأسرع ما يمكن، فتتحرك الناس سلباً أو إيجاباً، وتحشدهم بالصد أو مع، وقد تجلى ذلك بوضوح خلال الساعات العشر التي استغرقها انقلاب الجمعة بتركيا في ١٥ تموز/ يوليو ٢٠١٦، فبرز دور الإعلام ليكون نقطة اعتماد المسؤولين وصناع القرار والمتابعين من كل أنحاء العالم، لمعرفة تفاصيل ومجريات الحدث، وسجلت منصات الإعلام الاجتماعي انفراداً غير مسبوق حتى على الأجهزة المعنية من المخابرات الرسمية وكبار المسؤولين الأمنيين، بحيث أظهر الإعلام الرقمي وزيري الخارجية والرياضة والشباب في تركيا يتفرجان بدهشة من مطعم على تفاصيل الانقلاب العسكري عبر شاشة التلفاز، وجرى تصويرهما عبر كاميرا موبايل محمول، وأرسلت الصورة إلى الفضائيات لتنقلها للمشاهدين بطريقة إعلامية عززت كثيراً من قدراته الخارقة هذه، وتجعله يشكل مصدراً إخبارياً للفضائيات في كل الأوقات، وبالذات في النقاط وتوريد الصور النادرة.

وعندما تعذّر على الرئيس التركي رجب طيب أردوغان، وهو في أوج أزمة الانقلاب، مخاطبة شعبه من وسيلة إعلامية، استغل في وقت مناسب للغاية أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال هاتفه المحمول وهو «فيس تايم» الذي أطلقته شركة أبل في نهاية ٢٠١٠ للتواصل عبر الفيديو بين مستخدمي هواتفها فقط. ودعا في كلمة قصيرة من موقع وجوده قرب اسطنبول الشعب التركي للنزول إلى الشارع والدفاع عن الحكومة. وفي لحظة، كان الأتراك ينتظرون منه هذا الظهور، فنزلت الجماهير واندفعت إلى الشوارع، وكان لهذه الحركة الدور الحاسم في إفسال الانقلاب في فترة قصيرة وتغيير مجرى الأحداث.

لقد أثبتت سرعة الأحداث وسخونتها وتعددتها انتهاء عصر الكاميرات الكبيرة والمعدات الثقيلة في تغطية الأحداث، وأصبح بإمكان الصحفيين الماهرين بالتصوير، عبر أجهزة الهاتف الشخصي المحمول، تأدية وظيفتهم بمهارة لأغلب المؤتمرات الصحافية للقادة الدوليين، وتخزل الكثير من الصعوبات بالتفاعل مع عنصر الزمن بمرونة وبتفوق واضح على أجهزة التصوير والتسجيل التقليدية الكبيرة جراء خدمة البث المباشر. وفي واقعنا الحالي، فإن الإعلام الرقمي اعتمد على سرعة التعامل في نقل المحتوى

الإعلامي بتفاعلية الاستخدام المتبادل، عبر تطبيقات فنية لأجهزة الموبايل الشخصي، ولكن برغم كل ما نتحدث به عن قدرة التقنيات الإعلامية على السرعة والتفاعلية، لكن يبقى العنصر المؤثر والأكثر ضماناً لنجاح العملية الاتصالية، هو الإعلامي الحرفي الواعي بواجبه التنويري، والكاشف للحقائق، وهو أيضاً من يتجنب فخ الإنارة الصحافية ويحافظ على الموضوعية والشفافية لإعطاء المتلقي الصورة الكاملة لما يجري، ومساعدته على تكوين الصورة الواضحة.



بتقنية فيس تايم تغلب أردوغان على محاولة الانقلاب العسكري في نشرة اخبارية مساء الجمعة في ١٥/٠٧/٢٠١٦.

### الإعلام الرقمي في الأحداث المفاجئة

براهن البعض على أن الإعلام الرقمي أحال البث الفضائي التلفزيوني على التقاعد أو جعله يتراجع مرتبة إلى الوراء، وبعده عن صدارة الواجهة الإعلامية، وصحيح أن أبرز الأحداث الدولية ربما نجح الإعلام الرقمي عبر تطبيقاته المتعددة بتسليط الضوء عليها في بادئ الأمر، ويسهم بتداولها عبر المستخدمين، لكن تبقى الشاشة التلفزيونية عنصر مشاركة فعال في عرض المحتوى الإعلامي، وإشباع حاجات الناس منها. وخلال ظهور الرئيس التركي رجب طيب أردوغان أثناء انقلاب الجمعة العسكري في ١٥ تموز/يوليو ٢٠١٦ على شاشة قناة الـ (CNN) التركية من خلال تأمين الاتصال من خلال تطبيقات الفيس تايم، أفضل برهان على مشاركة الشاشة التلفزيونية في قدرتها على



مواجهة الناس بالمعلومة. وفعلاً، فإنه بالمستوى الفعال الذي ساهم به الإعلام الرقمي، فإن الشاشة التلفزيونية كانت هي النافذة التي أظهرت أردوغان وهو يخاطب الشعب التركي.



نجح الرئيس التركي رجب طيب أردوغان عبر سكايب في التغلب على الانقلاب العسكري

تمكن الرئيس التركي رجب طيب أردوغان من التواصل مع مناصريه بعد وقت قصير من إعلان الانقلاب العسكري ضد نظام حكمه، على الرغم من حصاره وقطع خدمات الإنترنت كافة، واستخدام برنامجين للوصول إلى الشعب وإذاعة كلمته القصيرة من مكان مجهول عبر «فيس تايم» لـ «# CNN تركيا»، وهذه الخدمة شبيهة بخدمة السكايب، قال فيها: أدعو الشعب للنزول إلى الشوارع فوراً. وفعلاً، في غضون دقائق قليلة جداً امتلأت الشوارع وأحبط الانقلاب. وهذه التقنيات هي:

## ١ - خدمة سكايب

استخدم الرئيس التركي رجب طيب أردوغان خدمة سكايب في التواصل مع أنصاره مرتين، وقام من خلال الخدمة ببث مقاطع فيديو يعتقد أنها كانت مسجلة وليست بثاً مباشراً.

## ٢ - تطبيق فيس تايم

وهي خدمة بث لإجراء مكالمات صوتية وفيديو والخاصة بشركة آبل، وتقوم آلية عمل التطبيق على ربط مستخدميه هواتف آيفون وآيباد عن طريق شبكات أخرى مثل فايبير وسكايب، حيث استخدم الرئيس التركي أردوغان خدمة فيس تايم في إجراء

التسجيل وبثها عن طريق سكايب. بينما شن في عام هجوماً كبيراً على وسائل التواصل الاجتماعي وبالذات الفيسبوك والتويتر، واصفاً إياها بأنها وسائل خبيثة وتدميرية لتدمير البلاد ونشر الإشاعات الكاذبة، وهذه الوسائل نفسها ساهمت عند القيام بانقلاب ١٥ تموز/ يوليو ٢٠١٦، في إفشال الانقلاب على أردوغان، وعودته للحياة.



تركيًا... دراماتيكيًا... تأثير الصورة

كل شيء انتهى، لكن بضع كلمات وصورة مباشرة لأردوغان وعبد الله غول عبر سكايب لقناة CNN التركية قلبت المعادلة بضع كلمات عاطفية.. الصورة والكلمة ربما تعملان الثورة أو تفشلانها.



مواقع رقمية لكشف الصور المزيفة

تنتشر آلاف الصور المزيفة يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية الأخرى من خلال التلاعب بها عن طريق برامج الفوتوشوب المختلفة. وتتسبب ظاهرة التلاعب بالصور بتشويه الحقائق والإساءة إلى مستخدمي الإنترنت. من هنا نقدم لك ثلاثة مواقع للتحقق من صحة وصدقية الصور التي تقع تحت نظرنا يومياً:

يقدم موقع البحث «غوغل» ميزة جديدة للتعرف على الصور المزيفة من خلال الضغط على كلمة صور أو رمز الكاميرا، وتحميل الصورة المراد الكشف عنها. وسيظهر لك فوراً كل ما هو متعلق بالصورة أو الصور التي تشبهها، إضافة إلى تاريخ إصدارها.

## ٢ - موقع «Fotoforensics»

يتيح موقع «Fotoforensics» الكشف عن الصور التي تم التلاعب بها بالفوتوشوب من خلال إظهار الصورة الأصلية ومصدرها والطرق التي تم تزويرها بها. ويعتبر التعامل مع الموقع أمراً سهلاً، إذ ما عليك فعله هو تحميل الصورة على الموقع في المكان المخصص لذلك، أو ترك الرابط الذي نشرت فيه الصورة.

## ٣ - موقع «Tineye»

يتخصص هذا الموقع بالكشف عن الصور المزيفة وإظهار مدى صدقيتها. ويقوم بالتعرف على الصورة بدقة كبيرة وحرفية عن طريق تحميل الصورة على «Tineye» بشكل مباشر ويجري في ما بعد تحليل شامل للصور يكشف مدى صحتها، ويعطي علامات عن تزيفها.

## اكتشاف الصور المزورة في «تويتر» آلياً

لا تقتصر مواقع الإعلام الاجتماعي، على نشر الآراء الشخصية للمستخدمين والتواصل مع الأصدقاء فقط، بل باتت وسيلة سريعة لنشر الأخبار العاجلة، خصوصاً في أوقات الأزمات أو الأخبار المتعلقة بالمناطق النائية، تسبق في بعض الأحيان وسائل الإعلام المحترفة.

ويشهد موقع «تويتر» اتساع انتشار الصور المزورة والحقيقية شيئاً فشيئاً، وأحياناً يتحول بعض المستخدمين بسرعة إلى مصادر للأخبار تسعى إليهم وسائل الإعلام، وخير دليل على هذا حالة المهندس الباكستاني، صهيب أظهر، الذي كتب في حسابه في «تويتر» عن رصده طائرات تحلق في سماء مدينة «آبوت آباد»، وسماعه أصوات إطلاق النار، وهو ما اتضح في ما بعد أنه عملية تنع ومقتل زعيم تنظيم القاعدة، أسامة بن لادن، وانتشر ما كتبه «أظهر» سريعاً، على الرغم من قلة عدد متابعيه حينها. ويلجأ الصحفيون يوماً للبحث فيها بين مئات الآلاف من المنشورات، للوصول إلى أخبار ومصادر تساعدهم على تغطية قصصهم. وفي بعض الأحيان بعد أن أثبتت جدارتها، كمصدر للأخبار، ووسيلة للوصول بالمساعدات إلى المناطق المنكوبة، وعلى جانب آخر

لم تنجُ من الاتهامات بأنها أرض خصبة لترويج الشائعات والمعلومات الخاطئة والصور المزوّرة.

وتُنشر على تويتر يومياً المئات من الصور المزوّرة تعود لأحداث أخرى، أو جرى إعدادها بالاستعانة ببرامج رسم وتصميم، ويُروّج لها بوصفها صوراً حقيقية، وسرعان ما تنتشر بين آلاف من مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وأحياناً تصل إلى المؤسسات الأخبارية، الأمر الذي يُحمّل الصحفيين مسؤولية التحقق وبسرعة من صحة ما يُنشر في المدونات والشبكات الاجتماعية.

وما تم نشره في تشرين الأول/أكتوبر من العام الماضي على موقع «تويتر» من صور مُزوّرة لإعصار «ساندي» المُدمّر الذي ضرب الولايات المتحدة وبعضاً من دول جزر الكاريبي خير دليل على كلامنا، فقد سارعت مواقع إخبارية بثت تقارير لكشف زيف الصور، وتميزها من الصور الحقيقية.

الأمر الذي دفع فريقاً من الباحثين للتفكير في ابتكار أداة تكشف آلياً الصور المزوّرة في «تويتر»، من خلال تحليل خصائص التغريدات المنشورة والمستخدمين، بهدف مساعدة الصحفيين والمستخدمين العاديين على تجنب الأخبار المغلوطة والصور المزيفة.

واعتمدت الدراسة التي تعاون لإنجازها باحثون من معهد «إندرابراسنا لتقنية المعلومات» في الهند، ومختبرات «آي بي إم» للأبحاث و«جامعة ميرلاند الأمريكية»، على دراسة التغريدات التي تضمنت صوراً مُزوّرة لإعصار «ساندي» لاختبار مدى قدرة الأداة في تمييزها عن الصور الحقيقية، ونجحت هذه الطريقة في الكشف عن الصور المزوّرة بنسبة عالية من الدقة وصلت إلى 97 بالمئة. وحللت الدراسة 5767 تغريدة تضمنت صوراً مُزوّرة لإعصار «ساندي»، والعدد نفسه لتغريدات تحوي صوراً حقيقية.

فيما اعتمد الباحثون على «خوارزميات» تُحلّل محتوى ومصدر التغريدات ضمن مجموعتين من البيانات، تتعلق الأولى بخصائص حساب المستخدم، وتتضمن: عدد متابعيه وعدد الحسابات التي يتابعها والنسبة بينهما، وما إذا كان التعريف الشخصي له يتضمن موقعاً على الإنترنت، وعدد القوائم المُدرج فيها، وما إذا كان حسابه مُوثقاً، إضافة إلى تاريخ تسجيله في «تويتر».

وتخص المجموعة الثانية خصائص التغريدات المنشورة، وتشمل: عدد الكلمات، وعدد الحروف الكبيرة المستخدمة في الكتابة، وترتيب الضمائر ضمن الجملة، وما إذا تضمنت التغريدة آراء سلبية أو إيجابية، وعلامات المشاعر الدالة على السعادة أو الحزن،

وعلامات الاستفهام أو التعجب وعددها، إضافة إلى عدد الإشارات و«الوسوم»، والروابط الإلكترونية، وعدد مرات إعادة التغريد.

وكشف التحليل عن التغريدات التي تتضمن صوراً مُزوّرة بنسبة ٩٧ بالمئة، كما أظهر أهمية تحليل محتوى التغريدات نفسها، مقارنة بالمعلومات الخاصة بصدقية الحساب وتاريخ المستخدم؛ فالمستخدمون ذوو العدد الكبير من المتابعين وأصحاب الحسابات المؤثقة يتورطون أحياناً في إعادة نشر صور مُزوّرة بدافع انتشارها أو الرغبة في السبق. يُشار إلى أن وجود عدد من الصور المكررة ضمن عينة الدراسة، ربما أدى إلى هذا المستوى المرتفع من الدقة.

كما تطرقت الدراسة إلى الطريقة التي تنتشر بها الصور المُزوّرة في «تويتر»، وكان إعادة التغريد أو «ريتويت» هي السبب الأول وراء شيوعها ووصولها إلى عدد أكبر من المستخدمين.

وتوصلت إلى أن نسبة ٨٦ بالمئة من الصور المُزوّرة أُعيد نشرها، ما لفت إلى خطورة إعادة النشر من دون تحقق، خصوصاً في أوقات الأزمات لأنه يُعد علامة على الموافقة والإعجاب. وتزداد أهمية هذه النقطة مع العاملين في مجال الصحافة، إذ يلجأ بعض المستخدمين إلى حسابات الصحفيين باعتبارها مصدراً يُمكن الوثوق به للحصول على الأخبار.

ويلاحظ أن عدد المتابعين لم يلعب دوراً يُذكر في انتشار الصور المُزوّرة، وكان المتابعون المباشرون مسؤولين عن نسبة ١١ بالمئة فقط من مرات إعادة التغريد، وهو ما يمكن تفسيره بأن المستخدمين خلال إعصار «ساندي»، والأخبار العاجلة عموماً، يلجؤون إلى البحث في «تويتر» للوصول إلى أشخاص من قلب الحدث، ويمكنهم تقديم معلومات موثقة، ما يعني أنهم لا يكتفون بالأشخاص الذين يتابعونهم أو مصادرهم الخاصة.

وأشارت الدراسة أنه «في حالات الأزمات، عادة ما يقوم الناس بترويج وإعادة نشر التغريدات التي يصلون إليها عبر البحث، أو العبارات الأكثر تداولاً، بصرف النظر عما إذا كانوا يتابعون هؤلاء الأشخاص أم لا». وربما يتسبب في انتشار الصور المُزوّرة على نطاقٍ واسع، إبراز «تويتر» لأهم التغريدات التي تتضمن وصفاً معيناً بناءً على ما نالته من إعادة النشر «ريتويت». وعلى الرغم من قيام العديدين بإعادة نشر تغريدات لا تعود بالضرورة إلى الحسابات التي يتابعونها، فإن قلة منهم يحظون بتأثير كبير، ويقومون بمعظم مرات إعادة التغريد؛ إذ إن من بين ما يزيد على ١٠ آلاف مستخدم، يقوم ٣٠

منهم بنسبة ٠,٠٣ بالمئة بـ ٩٠ بالمئة من مرات إعادة التغريد.

## حرب البيانات والصور الرقمية في حرب الخليج ١٩٩١

ساعدت الصور الرقمية الفيديوية في حرب الخليج الثانية ١٩٩١ على خلق ما يسمى بالمشهد الإعلامي، حيث تم إحلال الوجود الظاهري لمشاهد الحرب محل الصور الحقيقية بعد أن تحكمت المؤسسات العسكرية في الصور الفوتوغرافية مع توافر أجهزة البث الفضائي. وبينت دراسة حملت عنوان (حرب العراق هي الحرب الأكثر فتكاً بالإعلاميين منذ حرب فيتنام) «The War in Iraq: The Most Deadly One for the Media Since Vietnam» بين حجم الخطر الذي يهدد الإعلاميين الغربيين والمحليين في أثناء تغطيتهم لأحداث حرب العراق، وكشفت الدراسة أن العراق هو أكثر دول العالم خطراً على حياة الصحفيين، أو اختطافهم حتى في الأيام الأولى من الحرب، حيث تناولت الدراسة تأثير هذا الخطر في التغطية الأخبارية والإعلامية في العراق بشكل كبير، مينة أن الاتصالات والعلاقات بين الإعلاميين والسكان المحليين أصبحت قليلة جداً وأن الوضع المتوتر لم يترك سوى خيارات محدودة لدى الصحفيين ووسائل الإعلام الأجنبية في وجودها بالعراق.

بعد أن أثارَت حرب الخليج الثانية قضية الموضوعية والرقابة الإعلامية وصدقية وسائل الإعلام كاشفة عن زيف الشعار المسمى بالتدفق الحر للأنباء والمعلومات الذي أرست مبادئه الولايات المتحدة.

ولقد قيدت وزارة الدفاع الأمريكية التغطية الإعلامية لأزمة الخليج الثانية من خلال الحد من عدد الصحفيين في ميدان المعركة، ودائماً ما كانت تلازمهم شخصيات عسكرية يراجعون تقاريرهم الأخبارية قبل إرسالها، فمع وصول الطلائع الأولى للقوات الأمريكية لم يُسمح سوى بتأشيرٍ واحدة لكل مؤسسة إعلامية. لذلك ضم الوفد الأول الذي دخل المملكة السعودية بعد بدء وصول القوات الأمريكية بسبعة أيام ٨٧ مراسلاً يمثلون مجموعة «الإعلام القومي الأمريكي»، ومراسلي وكالة رويترز (Reuters)، والشبكة الإخبارية للإذاعة الدولية، وصحيفة لوس أنجلوس تايمز Los Angeles Times، ومجلة التايم Time وغيرها. وقد استخدم الإعلام كجزء من عملية خداع كان هدفها إخفاء أهداف الولايات المتحدة الحقيقية من وراء هذه الحرب، لذا فقد كانت الرقابة العسكرية الصارمة على تحركات المراسلين في مسرح العمليات تفوق تلك التي تفرضها عادة نظم الحكم في العالم الثالث المتهمه بمعاداة حرية الصحافة ورفض التدفق الحر للأنباء والمعلومات. وعليه، أضحى المراسلون الصحفيون في مسرح

العمليات أسارى للقيادة العسكرية وأوامرها الصارمة المقيدة لحرية التغطية الإعلامية. وكشف استطلاع للرأي نشرته جريدة لوموند (*Le Monde*) الفرنسية عن حرب الخليج الثانية ١٩٩١ كشف قلق الإعلاميين الغربيين، وقد أوردت الصحيفة نتيجة الاستطلاع الذي استهدف عينه من الصحافيين جاء فيه أن ٦١ بالمائة من الصحافيين يعدون أنفسهم غير راضين عن عمل وسائل الاتصال فيما يتعلق بالحرب، وأن ٨٤ بالمائة يشعرون أنهم كانوا أدوات بيد السلطات العسكرية، وأن ٥٣ بالمائة يعتقدون أن الثقة التي بوليهم إياها الجمهور سوف تنخفض بعد هذه الحرب، فقد مارس الجيش الأمريكي أشكالاً متعددة من الرقابة على وسائل الإعلام الأمريكية والدولية، خلاف فرض سيطرته على المراسلين الذي شاركوا في تغطية حرب الخليج الثانية، ومن هذه الأشكال سحب البطاقات الإعلامية الممنوحة لوفد من الصحافيين الفرنسيين، حيث قام الوفد بالتقاط صور لمنشآت وتحركات عسكرية ممنوع تصويرها، وقد بلغ عدد المراسلين الذين عانوا من هذا المصير نحو ٢٤ مراسلاً.

كما حدد الجيش الأمريكي قواعد تحذر من نشر أخبار ليس لها علاقة بالأمن العسكري كشكل من أشكال الرقابة، وعليه تم حظر جميع صور الأكفان التي تصل إلى القاعدة الجوية في دوفر (Dover) بالولايات المتحدة بهدف الحد من تغطية الخسائر الأمريكية، كما أن بعض المعلومات والحقائق تم تصنيفها على أنها سرية للغاية من دون أن يكون لها علاقة بالحرب كذلك، فإن صور القصف الجوي للعراق لم يتم إعطاؤها للصحافة حتى لا تظهر للرأي العام بشاعة القصف الأمريكي.

وهو ما يبرر النقص الشديد في الصور الحربية بصفة عامة، وصور الجنود والمدنيين والجرحى والقتلى بصفة خاصة في حرب الخليج الثانية، وهو ما عبر عنه المراسلون الصحفيون عندما ذكر روبرت شترلين، أحد محرري الصور في وكالة رويترز أنه ليس هناك أي توثيق بالصور للقتال الحقيقي في الخليج، كما أشار مايكل جيتلر مساعد مدير تحرير صحيفة واشنطن بوست (*Washington Post*) إلى أن حرب الخليج شهدت أكبر تحرك للدبابات الحربية في التاريخ، ولكن لم يره أحد ولا توجد أي صورة له، لا يوجد أي شيء، وأن معظم الصور المرعبة التي نشرتها مجلة لايف (*Life*) كانت صوراً لجثث من الحرب الإيرانية - العراقية، الأمر الذي دعا منتقدي وسائل الإعلام الأمريكية Media Critics إلى التشكيك في إمكانية تحقيق خطاط صحافية أو انتصارات نافهة إزاء عدم وجود صور حقيقية للحرب.

ويقول بيتر آرنيت (Peter Arnett) مراسل (CNN) في مذكراته قائلاً: «حينما تحركت مع المصور فوق حطام مبنى دمرته طائرات أمريكية في حرب الخليج الثانية

١٩٩١ دخلنا الردهة في الطابق العلوي لأحد المباني، كشفت لنا المصاييح المضيفة عن منظر بشع، كان رجال الإطفاء يزحفون بين الحطام، وكانت الطبقة العازلة قد انفصلت عن الجدران وأسيخ الحديد الخرسانية قد التوت، كان هناك حريق في كومة من الملابس وانزلقت قدمي فوق شيء طري، وإذا به جثة متفحمة، ودفعني اثنان من رجال الإطفاء جانباً، فقد كانا يحملان جثةً أخرى، لقد قُتل ما يزيد على ثلاثمائة شخص في هذا الملبأ (ملجأ العامرية وسط بغداد) أغلبهم من النساء والأطفال بفعل صاروخين أطلقتتهما طائرة أمريكية، ولقد سجل شريط الفيديو الذي أرسلناه إلى محطة (CNN) أكثر مناظر الحرب بشاعة.

وعلى هذه المعلومات الخطيرة التي أدلى بها، تعرّض بيتر آرنيت للهجوم من قِبَل الحكومة الأمريكية لأنه قام بعرض مشاهد هذه المذبحة التي حدثت في بغداد خلال حرب الخليج الثانية والتي راح ضحيتها قُرابة ٤٠٠ من المدنيين، أغلبهم من النساء والأطفال، بالإضافة إلى عديدٍ من الصور التي أخفتها وسائل الإعلام في حرب الخليج الثانية ١٩٩١، والتي تُظهر مدى المآسي التي ارتكبتها قوات التحالف، حيث كان لا يُسمح بالتصوير إلا عن طريق قوات التحالف من دون جهدٍ حقيقي لتقليل المعلومات، خاصة عما تعرّض له المدنيون.

وقد أظهرت الدراسات الغربية التي أُجريت عن حرب الخليج الثانية ١٩٩١ أن تقديم وسائل الإعلام للمعاني والصور والرموز والأساطير قد احتل الأولوية مقارنةً بتقديم الحقائق أو الوقائع، وأن التصورات التي صاغها الخطاب الإعلامي حول هذه الحرب قد اتسمت بالأسطورة من خلال استخدام الصياغة اللغوية المتمسكة بالأخلاق، وتحويل النظام العراقي إلى نظام حكم شيطاني.

كما تم التركيز على تهديدات صدام حسين باستخدام الأسلحة الكيميائية والبيولوجية وتدمير الكويت والخسائر البيئية مثل إهدار كميات هائلة من البترول والطيور المصابة والنيران المشتعلة في الخليج العربي، ومن ثم يمكن القول إن التغطية الإعلامية لهذه الحرب قد اتسمت بالاهتمام بالتكنولوجيا الاتصالية أكثر من التركيز على الحرب نفسها.

كما كشفت إحدى الدراسات التي أُجريت على الصور الصحافية في المجالات الأمريكية إبان حرب الخليج الثانية ١٩٩١ أن الصور الصحافية للحرب دعمت التفوق الأمريكي العسكري والتكنولوجي، فيما تجاهلت جوانب عديدة مهمة، كالتكلفة البشرية للصراع - مثل ضحايا الصراع والمصابين - كما قل الاهتمام بالصور المتعلقة بالجهود



السياسية المرتبطة بالحرب، كمنافشات الأمم المتحدة، والمظاهرات المؤيدة للعراق في الشرق الأوسط، أو السياق الثقافي المحيط بالصراع في الدول العربية.

وفي حرب أفغانستان ٢٠٠١ اتبعت وسائل الإعلام الأمريكية النهج ذاته بمنع بث مشاهد القتلى وصور الدمار والخراب الناتج عن الغارات الأمريكية وعن حجم الدمار الذي تسببه الهجمات الأمريكية على أفغانستان، للحيلولة دون التقليل من التأثير الشعبي للهجوم الأمريكي. كما أخفت وسائل الإعلام الأمريكية معلومات عن الضحايا الأمريكيين في حرب أفغانستان، ومنعوا تصوير جثث القتلى الأمريكيين كما تم حظر نشر صور الأكتاف أيضاً. وفي مطلع القرن الحادي والعشرين احتلت صور انهيار برج مركز التجارة العالمي في أمريكا، مراكز الصدارة في وسائل الإعلام العالمية إلى درجة اعتبارها من صور القرن الحادي والعشرين الأكثر بروزاً، فنشرت الصحف صور الأشخاص الذين قفزوا من النوافذ من ارتفاع ٣٠٠ متر وصوراً لآلاف الأشخاص الذين قضاوا نحبهم تحت الانقراض من ذوي المواقع والمستويات الكبرى في العالم، إضافة إلى صور المفقودين الـ ٨٠٠ في البنتاغون والـ ٢٦٦ مسافراً على أجنحة الطائرات المخطوفة و٧٨ رجل شرطة من نيويورك سقطوا مع سقوط البرجين.

ويعزو البعض أهمية أحداث ١١ أيلول/سبتمبر على أنها تمت في اللحظة نفسها، فظهرت الصور، وكان التصوير مخطط له مسبقاً، غير أنه لم توجد صورة للطائرة وهي تقترب من مبنى البنتاغون قبل قصفه. ولم يكتف الأمريكيين بالاستراتيجية العسكرية فقط، وإنما ركزوا على الحرب النفسية والدعائية من أجل التلاعب والسيطرة على العقول والأفكار والاتجاهات، ومن ثم الرأي العام، وهذا ما جعلهم يسيطرون على الإعلام منذ سنوات لكسب عقول الناس.

## حرب البيانات والصور

شكلت الصورة الصحافية أحد الملامح الرئيسة للتناول الصحافي لأحداث احتلال العراق ٢٠٠٣، وأصبح العالم يتابع نوعاً آخر من الحرب، الحرب النفسية، حرب التضليل والتعتيم، حتى أصبحت حرب البيانات والمؤتمرات الصحافية والصور أهم بكثير مما يدور في ميدان العمليات، وأصبح الصراع يدور حول من يسيطر ويتحكم في أخبار صور الحرب، وهو ما دفع الأمريكيين إلى تجهيز مركز إعلامي بقاعدة السيلية بدولة قطر حتى يستجيب لأهمية وإستراتيجية الحدث.

وحرصت الإدارة الأمريكية أثناء الحرب من خلال فريق عمل إعلامي يضم ٥٠٠ صحافي منهم ٣٧٥ أمريكياً ٨٠ بالمائة منهم أمريكيون والباقي من بقية دول العالم

بتحديد نطاق التغطية الإعلامية وحدودها، فالبتناغون يشرف عليهم ويوجههم للامكان التي يريدها، ويتدخل فيما يكتبونه ويثونه من صور إلى مؤسساتهم الإعلامية، وقد بدأ المشهد الإعلامي الأمريكي في الأيام الأولى للحرب أقرب إلى الارتباك والتيه وغاية في التناقضات والأكاذيب، بسبب اعتماده على أسلوب بث الشائعات لخلق حالة من الذعر الجماعي بين المواطنين العراقيين، وإحداث بلبلة لدى الرأي العام. وأدى ذلك إلى فقدانه الصدقية التي تجلت في جملة من الأكاذيب والافتراءات التي استهل بها إعلام الغزو في الأسبوع الأول من الحرب، واستمرت على مدى المعارك التي شهدت تعرض المدنيين للقصف الجوي للطيران الحربي الأمريكي، ومن أبرز أساليب الحرب الإعلامية لتدمير النفوس، ما قيل عن هروب نائب رئيس الوزراء آنذاك طارق عزيز، ومقتل نائب رئيس الجمهورية طه ياسين رمضان بعدها، تسريب خبر مقتل الرئيس صدام حسين، وسقوط أم قصر والناصرية والبصرة، واستسلام الفرقة ٥١ من القوات العراقية.

وقد نشرت الأهرام عن وكالة رويترز صورة لطفل عراقي يدعى علي إسماعيل عباس يبلغ من العمر ١٢ عاماً تحت عنوان «مأساة شعب»، حيث دمر صاروخ أمريكي منزل الطفل وفقد جميع أفراد أسرته، بينما أصيب بحروق عديدة في مناطق متفرقة من جسده وتم بتر ذراعيه حيث توضح الصورة مدى الألم والحسرة التي تكسو ملامح الطفل البريء والدموع تملأ عينيه على ما حدث له ولبلده. وكان لهذه الصورة تأثير كبير؛ هز المشاعر الإنسانية وكشف عن الوجه الحقيقي للاحتلال الأمريكي للعراق عام ٢٠٠٣.

## الصورة والحرب الإعلامية والنفسية

تعد الحرب النفسية التي تشكّل وسائل الإعلام إحدى أهم أدواتها فن قائم بذاته لا يمكن الاستغناء عنه قبل الحرب وأثناءها وبعدها، واستخدمت الولايات المتحدة الأمريكية الحرب الإعلامية والتأثير النفسي بشكل دائم لإنجاح حروبها من خلال الدعاية السياسية، الفيلم السينمائي، المسلسل التلفزيوني، الدعاية التجارية، الأغنية، الكاريكاتير، الكتاب، الخبر، الجريدة، الإشاعة. وتعرف الحرب النفسية بأنها «جميع الوسائل والأدوات المتاحة والمبتكرة التي يمكن أن يلجأ إليها العقل البشري للتأثير على خصمه لغرض إقناعه، إخضاعه، بلبلته، تضليله، الهيمنة على فكره، هدم شخصيته، تحطيم معنوياته، شلّ قدراته، وجعله تابعاً بشكل أو بآخر، وكسر أرادته، وإنهاء الصراع، وتحقيق الانهيار الإدراكي». وعادة ما تظهر حرب الإعلام بلغة خطاب مغايرة تحتوي على كلام مثير وأخاذ، والتكلم بهدوء، ويتحلى بمظهر جميل وشكل لائق، فيه الفائدة أو فيه تسلية

أو متعة، ويستخدم كل من شأنه إن يخدم هدفه لإيصال الرسالة إلى الهدف، عبر مفاصل غير تقليدية، مثل الفن، الثقافة، العلم، التربية، الخبر، النكتة، وسائل الاتصال والإبلاغ المناسبة.

وتساهم وسائل الإعلام في زيادة قوة حرب الإعلام ذات التطور التكنولوجي المذهل في مجالات الوسائل السمعية البصرية، وفي ميادين الاتصالات والمعلوماتية وفنون حرب الإعلام عموماً، لقد قلص التطور التكنولوجي والتقني تحديات وسائل الاتصال وأضحت تخفض المسافات والحدود بين البلدان بالرغم من تشابك الثقافات، مما يتيح مرونة وحرية عمل كبيرة باستخدام وسائل الاتصال وفقاً لمتطلبات الصراع.

وتغيّر الحرب الإعلامية والنفسية السلوك من جانب فرد أو جماعة أو مجتمع ضد فرد أو جماعة أو مجتمع آخر، فميدانها الشخصية، حيث تكون حرباً للتأثير في آراء وعواطف وأعصاب الفرد أو مجموعة من الأفراد، فهي حرب أفكار تهدف إلى الحصول على عقول الأفراد وإذلال آرائهم، فهي حرب دعاية، وحرب كلمات وإشاعات تستهدف زلزلة العقول وتغيّر السلوك، وهي حرب إرادة ضد إرادة، فهي تقتل الطموح النفسي عن طريق بث روح اليأس في النفوس، والتشكيك وإضعاف الهمّة والعزيمة، وخفض الروح المعنوية للأفراد، وصولاً إلى الانهيار الإدراكي والاستسلام في الحرب أو الصراع (إقناعهم بعدم جدوى المقاومة)، فيما يعرف التضليل الإعلامي بأنه عملية (نشر وبث المعلومات والأفكار المغلوطة عن عمد وعن سابق تصور وتصميم)، وفي تعريف آخر (خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية، وذلك بهدف إيقاع المستقبل في الخطأ، بينما هو يفكر بشكل صحيح).

والتضليل الإعلامي شكل من أشكال العدوان، ونشاط تخريبي سيكولوجياً، ويعتبر سلاح العصر السري، فهو حرب الكلام والأفكار والمفاهيم، وتستخدم الدوائر والمؤسسات الإعلامية المرتبطة بمكاتب العلاقات والدوائر السياسية والعسكرية في الولايات المتحدة عدداً من الوسائل لتضليل الرأي العام من خلال الكذب، الخداع، الإشاعة، التشويش، إخفاء الحقائق والمعلومات، اختلاق وقائع مسرحية، إغراق وسائل الإعلام بأخبار متناقضة، بحيث تفقد أي معنى عند استعمالها وتضع المشاهد أو القارئ في محيط متضارب من الإشارات والعلامات والمؤشرات التي يُلغى بعضها بعضاً بفعل الإفراط في ضخ المعلومات والأخبار، وبفعل فوضى المعلومات، والأخبار.

يهدف الخداع أو التمويه في الإعلام إلى تحقيق هدف، أو غاية إستراتيجية سياسية ذات منحنى حربي، أو تنفيذ خطة خداع إستراتيجية يضطلع الإعلام بدور محوري فيها،

فيما يفضي الصراع المسلح إلى خداع العدو عن خطة إعداد الدولة وإجراءاتها مع إخفاء فكرة إدارة الصراع المسلح وطبيعته واستخدام القوات، فضلاً عن إجراءات التنسيق مع الدول الصديقة والحليفة، والتركيز على وضع الأجهزة المعادية والمساعدة معها في حالة إقناع وتصديق للأخبار والمعلومات الزائفة التي تُبث عبر وسائل الإعلام والقنوات الأخرى، وضمان تحقيق النتائج من خطة الخداع، ويتم تنظيم وإدارة الخداع في مسرح العمليات بواسطة القيادة العسكرية العليا في الدولة بإعداد خطة خداع استراتيجي مركزية.

أما التلاعب فهو (مناورة تهدف إلى الخداع، هو الاحتيال المتخفي، هو الحيلة والتمويه)، ويعتبر التلاعب أحد محاور التضليل الإعلامي وأقوى أسلحة الحرب الإعلامية، وتستخدمه الدوائر السياسية والإعلامية الأمريكية لتضليل الرأي العام وليس ثمة فروقات بين حالة الحرب وحالة السلم، فالصراع قائم ودائم، والحرب شاملة، والتضليل الإعلامي هو ماكينه الحرب)، كما يعتمد التلاعب على فبركة الوثائق المزورة، وتلفيق الاتهامات الباطلة، وتزييف التقارير الرسمية، وإعداد ملفات ذات طابع سياسي إعلامي وقانوني يستند إلى تقارير مزيفة، ويعرض استنتاجات لا تنطبق مع معطيات التقارير الأصلية لخلق انطباعات خاطئة (صناعة الانطباعات)، وهناك دوائر مختصة في الولايات المتحدة يطلق عليها دوائر «اللف والدوران Spin Doctors» تقوم بهذه العملية، ولهذه الدوائر الدور الكبير في ترويح المزاعم والأكاذيب والبيانات، المزيفة.

إن عرض وسائل الإعلام لأجساد الضحايا وإلقاء القنابل على المدنيين تنطوي على فكرة إرهاب النفس وعدم عبور حاجز الخوف، كما حصل مع صور تعذيب الأسرى في سجن أبي غريب، الأمر الذي خلق حالة رعب وإرهاب النفس لو لقي شخص المصير نفسه. وهذا ما فعله حرب الصور من نتائج نفسية معاكسة تحقق الانهيار الإدراكي حتى لو كان مؤقتاً.

## أيديولوجية الصورة الإعلامية

تعد الصورة الإعلامية الساكنة (static photo)، والصورة الإعلامية المتحركة (Motion picture) عنصراً رئيساً في صناعة الرسالة الإعلامية وصياغتها، لتكون مكتملة للنص الإعلامي أو مستقلة عنه في عملية إقناع الجمهور، والتأثير فيه. عنصر الصورة أصبح أهم عناصر التأثير في الجمهور بقصد زيادة وعيهم بدلالات الرسالة الإعلامية، أو تغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه القضية التي تناولها الرسالة الإعلامية. ومنذ عام ١٩٩٠ - ١٩٩١ أصبح التلفزيون ومعه الصورة، أداة حرب فاعلة ومؤثرة، في قياس أثر الصورة على الرأي العام وقدرة الساسة والإعلاميين على صياغته وفق الأيديولوجيا التي

يريدونها. ثم انتقلت الصورة إلى موقع الهيمنة في العملية الإعلامية إثر التطور الكبير في تكنولوجيا الصناعة الإعلامية التي منحتها فرصة الانتشار والصدارة. والصورة الإعلامية تصل بدلالتها الأيديولوجية المعلنة أو المضمرة إلى وعي الجمهور بطريقة أيسر وأسهل من أيديولوجيا النص المكتوب. ذلك أن الصورة الإعلامية تخاطب شرائح المجتمع المختلفة بكل مستوياتها التعليمية، فهي الأقدر على الإقناع بالحقيقة الموضوعية، أو بالمعاني المزيفة التي تحملها ذلك أن النص المكتوب يحتاج إلى فهم القارئ لرموز النص ومصطلحاته، وقدرته على وضعه في سياقه الزماني والموضوعي المناسب، أما الصورة فإنها لا تحتاج إلا إلى التأمل بالطريقة التي قصدها صانع الصورة ومنتجها.

وقد استهوت الصورة الإعلامية القارئ للصحيفة، والمشاهد للتلفزيون أكثر من النص المكتوب أو المسموع، بل إن شريحة كبيرة من الجمهور تشاهد الصورة ولا تسمع الخبر، وتشاهد الصور أكثر من استهلاكها للنص المسموع أو المكتوب، لأنها تختصر الفكرة والأيديولوجية التي تفق وراءها، كما أصبحت وسائل الإعلام - من جهةها - تتسابق إلى الانفراد بنشر الصور التي تسترعي انتباه الجمهور وتشد له الرسالة الإعلامية لتسهل عليها عملية إقناعه والتأثير فيه. ومن الناحية الأيديولوجية أثارت الصورة الإعلامية اهتمام الحكومات والأحزاب السياسية والمؤسسات الإعلامية على حد سواء، إدراكاً منهم لقدرة الصورة الإعلامية على الجمع بين تفاصيل الحقيقة وإبداع الخيال. والتسويق الإعلامي للرموز السياسية في مواسم الانتخابات يعتمد على الصورة بدلالتها المختلفة، السياسية منها والاقتصادية والإنسانية والشعبية، لإقناع الناخب بتفضيله المرشح على غيره من المرشحين، ومن ثم التصويت له. وجعلت والمؤسسات الإعلامية من الصورة إحدى أدوات المعرفة والترويج للأيديولوجيا(المهيمنة أو النخبوية)، ومنحتها فرصة التحول من الهامش إلى المحور في الرسالة الإعلامية، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والتأثير.

ومن أيديولوجيات الصورة الإعلامية التي استقرت في وعي الرأي العام وأثرت في مواقفه وسلوكه مقتل الطفل الفلسطيني محمد الدرة برصاص جنود الجيش الصهيوني في فلسطين، وهي الصورة التي تناقلتها وسائل الإعلام العربية والعالمية وحركت مشاعر العرب والمسلمين على مستوى الحكومات والشعوب. ولا تزال صور الهجوم على برج جرجي مركز التجارة العالمي في ١١ أيلول/سبتمبر ٢٠٠١ عالقة في الذاكرة. فقد فاقَت الصورة الإعلامية الواقعية خيالات منتجي الصور في هوليوود، وكانت سبباً في أيديولوجيا ما يسمى بـ(الحرب ضد الإرهاب) التي قادتها الولايات المتحدة. ومن الصور التي أثارت مشاعر المسلمين لما حملته من أيديولوجيا كارهة للإسلام صور الرسوم

الكاريكاتورية المسيئة لشخص الرسول (ﷺ)، التي نشرتها الصحف الدنماركية وتعاطفت معها بعض الصحف الأوروبية، لقد استطاعت تقنية الاتصال أن تروج للصورة الإعلامية، واستطاع صانعو الصورة إنتاجها بكل احترافية ومهنية لإقناع الجماهير والتأثير فيهم، وتبقى الصور الإعلامية فارغة المضمون، إذا كانت خالية من الأيديولوجيا التي تمنحها الرسالة والمعنى.

### الجيل الجديد من التصوير الرقمي

انتقل العالم اليوم إلى مستوى متطور من الجيل الرقمي، باستخدام تقنية البعد الثالث في صنع مجسمات لهم. وقد حظيت كوريا الجنوبية بهذا التطور التكنولوجي الذي حظي باستثناء وسائل الإعلام في العالم، الأمر الذي يجعلنا أمام تطور مذهل تدريجياً، وربما نتفاجأ من إنتاج أجيال جديدة من التصوير الرقمي مستقبلاً. والخبر المرفق يكشف خصوصية هذا التطور الجديد للتصوير الرقمي.

تقنية البعد الثالث لصنع مجسمات لهم أثناء التصوير

الثلاثاء ٩ آب / أغسطس ٢٠١٦

التقاط الصور وتخزينها رقمياً أصبح شيئاً قديماً بالنسبة إلى مواطني كوريا الجنوبية الذين انتقلوا إلى مستوى جديد متطور من التصوير، باستخدام تقنية البعد الثالث لصنع مجسمات لهم.

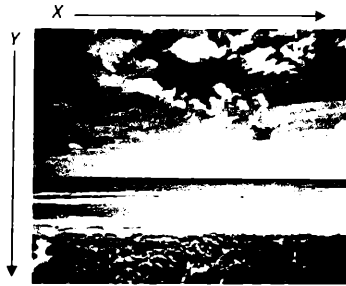
ومن هؤلاء ليم سو يونج (٣١ عاماً) التي زارت أستديو تصوير في سول مع ابنها البالغ من العمر عامين لالتقاط صور مجسمة له بدلاً من الصور المعتادة. ولصناعة مجسمات لطفلها، وضعت ليم في غرفة أسطوانية الشكل بها أكثر من ١٠٠ كاميرا تلتقط له صوراً بالبعد الثالث من جميع الزوايا. وقالت ليم في الأستديو «كنت أريد عمل مجسم لابني كي أريه له عندما يكبر، وهو ما لا يمكنني فعله عن طريق الصور. إنه يقوم بالكثير من الحركات اللطيفة في هذه المرحلة العمرية.» ويدير الاستديو شركة «آي أم إن بور سايد» المتخصصة في طباعة الأفلام بتقنية البعد الثالث وبدأت أعمالها في عام ٢٠١٤ وافتتحت الفرع الخامس في كوريا الجنوبية يوم السبت (٦ آب / أغسطس). وتقول مديرة الأستديو يو كيون يونج إن تقنية تصوير المجسمات بالبعد الثالث اكتسبت شعبية بسبب سرعة تطور التكنولوجيا. وقالت يو «يمكن تصوير طفل يتحرك أو تصوير حيوانات أليفة، في لقطات فورية معيئة، ونستخدم كاميرات يمكنها التقاط صور في وقت أقل من الثانية. وتستغرق عملية صناعة المجسم عادة ما يتراوح بين أسبوعين وأربعة أسابيع. لكن بالنسبة إلينا نحتاج ليومين فقط، ويمكن بعدها للعملاء الحصول على مجسماتهم، وبهذا يمكننا صناعة الصور بهذه الطريقة للأجانب الذين يزورون كوريا الجنوبية.»



### ماذا نعني بالصورة الرقمية

من أجل الوصول لفهم حقيقي للتصوير الرقمي الذي يعدّ اليوم من أبرز سمات عصر تقنيات الإعلام، لا بد من إعطاء تعريف دقيق لمعنى الصورة الرقمية التي شكلت مادة أساسية ومحتوى إعلامياً مهماً في الأدبيات الإعلامية والاتصالية. وعليه، فإن الصورة الرقمية مكونة من مئات الآلاف أو ملايين المربعات الصغيرة، وتدعى عناصر الصورة أو بيكسلات. وعندما يبدأ الحاسب برسم الصورة، فإنه يقوم بتقسيم الشاشة أو الصفحة المطبوعة إلى شبكة من البيكسلات، ثم يقوم باستخدام القيم المخزنة للصورة الرقمية ليعطي لكل بيكسل لونه وسطوعه، وتدعى هذه الطريقة توضع الخانات (bit mapping) وتدعى الصور (bit-maps).

كما أن الصورة الرقمية هي عبارة عن تمثيل رقمي (قيم ثنائية صفر وواحد) لأي جسم مادي يمكن رؤيته بالعين المجردة، يتم ادخاله (بواسطة الكاميرا الرقمية أو الماسح الضوئي) إلى الحاسوب، لغرض التخزين أو التعديل عليه، لتتشكل في النهاية صورة ثنائية الأبعاد.



توضيح الاحداثيات X و Y

X يمثل البعد الافقي لتمثيل العرض.

Y يمثل البعد العمودي لتمثيل الارتفاع.

للصورة نوعان من حيث التركيب، نوع يسمى Vector images وهو لا يتاثر بالتكبير أو التصغير، يحافظ على وضوحه في جميع الأحوال. أما النوع الثاني فيسمى bitmap image أو raster image، وعادة عند ذكر الصور الرقمية digital image يكون هذا النوع هو المقصود [ /notice]. وعند إدخال الصورة الحقيقية (Continues image) إلى الحاسوب (تحويلها إلى صورة رقمية) يتم لها عملية تسمى (Sampling) وهي عبارة عن أخذ عينات صغيرة من الصورة الحقيقية وصفها لتمثل الصورة الحقيقية. كل عينه مربعه الشكل تسمى بيكسل (Pixel = Picture element) ويعتبر أصغر جزء في الصورة الرقمية. عند تكبير الصورة يتضح لنا أن كل بيكسل يحمل لوناً واحداً فقط (على حسب نوعية الصورة، ثنائية، رمادية أو ملونة).

إن انتقاء الصورة الرقمية لا يأتي ضمن سياق عادي بقدر ما يتضمن مميزات معينة للصورة لتوظيفها في مجالها التي تخدم الأهداف المطلوبة. ومن أجل الوصول لهذه المميزات ينبغي أن تعتمد جودة الصورة الرقمية على عدد البيكسلات المكونة لها فكلما ازدادت عدد البيكسلات كلما حصلنا على نوعية أفضل. إذا ما تم تكبير الصورة الرقمية إلى حد معين (يختلف من صورة إلى أخرى) نلاحظ ظهور تشوه معين ناتج عن كون الصورة مركبة من بيكسلات، ويدعى هذا التشوه (Pixelization) وكلما كان عدد البيكسلات كبيراً كلما تأخر ظهور هذا التشوه عند التكبير أي كلما استطعنا تكبير الصورة أكثر. ويحدد حجم الصورة بطريقتين إما بأبعادها بالبيكسلات أو بعدد البيكسلات المكونة لها. فالصورة نفسها يمكن أن يقال أن حجمها  $1800 \times 1600$  بيكسل أو إن حجمها ٢,٨٨ مليون بيكسل ( $1800 \times 1600$ ).



Bildunterschrift: Großansicht des Bildes mit der Bildunterschrift

سوني ذات الاسطوانة الممغنطة <[http://www.dw-world.de/popups/popup\\_lupe/](http://www.dw-world.de/popups/popup_lupe/)

>0..1529631\_ind\_2.00.html



## لماذا الانتقال إلى التصوير الرقمي؟

تحتاج الصورة التقليدية إلى الكثير من العمل لتحويلها إلى تنسيق رقمي، ولكن باستخدام الكاميرا الرقمية، فإن الصورة وفور التقاطها تكون بتنسيق رقمي، مما يجعلها غاية في سهولة الاستخدام والتوزيع. وعلى سبيل المثال، يمكن إدراجها ضمن وثائق معالجة نصوص، وكذلك إرسالها عبر البريد الإلكتروني، أو نشرها عبر الإنترنت حيث يستطيع أي شخص في العالم مشاهدتها لتكون متداولة عبر طريقة الإرسال الإلكتروني. وفي كثير من الكاميرات يمكنك مشاهدة الصور فوراً من خلال شاشة صغيرة ملحقة مع الكاميرا، أو وصل الكاميرا إلى التلفاز ومشاهدة الصور الملتقطة، حتى إن بعض الكاميرات مزود بـ (مايكرو سكوب) يمكنك من مشاهدة صور كبيرة الحجم جداً على شاشة تلفزيون كبيرة. فالتصوير الرقمي هو تصوير آني من دون تكلفة الفيلم. وإذا كنت مقتنعاً بالتحويل إلى التصوير الرقمي، فهناك مزيد من الأسباب التي تدفع إلى التحول للصورة الرقمية:

- ١ - إن التحويل إلى التصوير الرقمي يوفر لك ثمن أفلام وتكاليف إظهارها.
- ٢ - توفير الوقت وإبعاد الناس من الذهاب لوضع أفلام في المختبر ثم الذهاب لإحضار الصور.
- ٣ - الكاميرات الرقمية تظهر لك الصور مباشرة، وبذلك تتخلص من خيبات الأمل التي قد تصادفك بعد يوم أو يومين عندما تنتهي من تظهير الفيلم.
- ٤ - تستطيع رؤية الصور قبل طباعتها، إذا لم يعجبك ما ترى تستطيع التعديل أو المحو.
- ٥ - التصوير الرقمي لا يستخدم مواد كيميائية التي غالباً ما تنتهي في جداول مياهنا، أنهارنا وبحيراتنا.
- ٦ - لا انتظر بعد اليوم لتنتهي الفيلم أو إتلاف أجزاء الفيلم غير المستخدمة عندما لا تستطيع الانتظار.
- ٧ - أصبحت الكاميرات الرقمية اليوم أكثر من كاميرات، فبعضها قادر على تسجيل الصوت وحتى الفيديو.
- ٨ - التكلفة المنخفضة للتصوير، وهذا ما يعطيك حرية جديدة ولا داعي بعد الآن للتردد قبل التقاط صورة ما.

٩ - لقد أصبحت مسجلات متعددة الوسائط أكثر من كاميرات. بالإضافة إلى إظهار وتوزيع الصور، يمكنك بواسطة برنامج تحرير مناسب أن تحسن من هذه الصور، فيمكنك مثلاً أن تزيل العين الحمراء، وتقطع جزء ما أو تغيير الألوان وما إلى هنالك، كل ذلك من دون استخدام مواد كيميائية.

## خطوات التصوير الرقمي

الكاميرات الرقمية هي حلقة في سلسلة طويلة تقودنا من المنظر الأصلي إلى الصورة النهائية. وفي الحقيقية الكاميرا الرقمية ليست ضرورية بشكل مطلق. إن العنصر الأهم ومفتاح التصوير الرقمي هو صورة بتنسيق رقمي مكونة من البيكسلات. وإن هذه الكاميرات الرقمية تلتقط الصور بتنسيق رقمي ولكن يمكن الحصول على الصور الرقمية بواسطة المسح الضوئي للصور التقليدية. ومن أجل فهم طبيعة عمل الكاميرا ضمن سلسلة التصوير الرقمي بشكل دقيق يجب أن نفهم الخطوات الأساسية في التصوير الرقمي وهي: الدخول، المعالجة والإخراج.

### ١ - إدخال الصور

بالإضافة إلى أدوات الإدخال إلى الحاسب التي اعتدنا عليها، مثل لوحة المفاتيح والفأرة، هناك الكثير من أدوات الإدخال، سوف نذكر بعضها مما يستخدم لإنشاء الصور الرقمية:

- الكاميرات الرقمية التي تلتقط الصور بتنسيق رقمي.
- المساحات الضوئية التي تستخدم لمسح الصور التقليدية.
- كاميرات الفيديو التي تلتقط الصور بتنسيق فيديو، وبعد معالجتها نستطيع الحصول على الصور الرقمية.
- كاميرات الفيديو الرقمية.

### ٢ - معالجة الصور

حالما تصبح الصور بتنسيق رقمي، عندئذ نستطيع تخزينها ومعالجتها ببرنامج معالجة صور مثل برنامج الـ Photoshop، حيث يمكن معالجة الصور، الرقمية بطرائق كثيرة تكاد تكون لا متنتهية، فيمكن مثلاً تغيير الألوان، أو جعل الصور أصغر، وكذلك قطع بعض الأجزاء، أو حتى تغيير مكان التقاطها عن طريق تغيير الخلفية، ويمكن مثلاً:

- قطع أجزاء من الصور لإظهار الجزء الهام منها.

- تقليل عدد البيكسلات لجعل الصورة أصغر مما يسهل إرسالها عبر ال E-mail أو الشبكة العالمية.

- استخدام المرشحات لتجميل الصورة أو جعلها تبدو كأنها مرسومة بالألوان المائية أو الزيتية.

- ضم أكثر من إطار لإنشاء بانوراما.

- ضم صورتين لإعطاء مظهر ثلاثي الأبعاد.

- تغيير شدة السطوع والدقة لتحسين الصورة.

- قطع ولصق أجزاء من صورة إلى أخرى.

- تغيير تنسيق الصورة.

### ٣ - إخراج الصور

حالما تحصل على الصورة بالشكل المطلوب، عليك إخراجها لتشاركها مع الآخرين. وهناك الكثير من الطرائق لإظهار وتوزيع الصور الرقمية وسنستعرض أكثرها شيوعاً:

- طباعة الصور على طباعة ملونة.

- إدراج الصور ضمن مستند باستخدام برنامج معالجة نصوص.

- نشر الصورة على الشبكة العالمية.

- إرسال الصورة بواسطة ال E-mail.

- إرسال الصورة عبر الشبكة العالمية لمقدم خدمات الطباعة على الفمضان، الإعلانات، حمالات المفاتيح، أو حتى قوالب الحلوى.

- تخزين الصورة لاستخدامها لاحقاً.

- استعمال مسجل فيلمي لتحويل الصورة إلى الشكل الذي يمكن عرضه بواسطة الإسقاط الضوئي.

### أنواع الكاميرات الرقمية

حتى الآن لا يعرف أحد كيف سيكون الشكل النهائي للكاميرات الرقمية لذلك ستجد الأنواع الغريبة: الكاميرات التقليدية، أو ما ندعوه الكاميرات ٣٥ مم أخذت

أشكالاً متشابهة، لأنها تحتاج إلى مكان للفيلم، ممر للضوء وما إلى هنالك، أما الكاميرات الرقمية فقد تحررت من هذه المحددات، لذلك يمكن أن تأخذ شكلاً جديداً، فبعض المصنعين يميلون إلى الحفاظ على الأشكال التقليدية، وآخرين أخذوا اتجاهات جديدة.

وبغض النظر عن شكل الكاميرات الرقمية، فإن السوق مقسم إلى أربعة أقسام رئيسة تعتمد بشكل أساسي على الدقة، المواصفات وطبعاً السعر.

في الجزء السفلي من التقسيم تأتي الكاميرات الآلية بصورة كاملة يسمى سدّد والتقط، بدقة أقل من ١ مليون بيكسل وسعر أقل من ٥٠٠٠ ليرة سورية، طبعاً حسب النوعية.

في الجزء الثاني تأتي كاميرات الميغا بيكسل، ذات الدقة أعلى من ١ مليون بيكسل، الكلفة أقل من عشرة آلاف ليرة سورية، والتي تعطيك بعض التحكيمات الخلاقة. وأقرب إلى القمة، تأتي كاميرات الميغا بيكسل ذات التكلفة بين أكثر من عشرة آلاف ليرة سورية، مناسبة للهواة والمحترفين، بالإضافة لتقدمها دقة أعلى، هذه الكاميرات لها ميزات أكثر.

في القمة تأتي الكاميرات الرقمية غالية الثمن والمخصصة للمحترفين مبنية على أساس كاميرات ٣٥ SLR and APS mm. هذه الكاميرات لها أعلى دقة متوفرة، الميزات الأكثر والسرعة الأعلى.

## ١ - كاميرات سدّد والتقط

هذه الكاميرات آلية بشكل كامل، سهلة الاستخدام وكثيرة الشيع لأنها الأقل تكلفة، وبسبب دقتها المنخفضة، فإن الصور المطبوعة محددة بقياس حوالى ٦ × ٤ إنشات. هذه الصور تكون مثالية من أجل البريد الإلكتروني والإنترنت.

## ٢ - الكاميرا المتعددة الميغا بيكسل

تقع فوق الكاميرات السابقة مباشرة ودقتها فوق المليون بيكسل وتمتلك تحكيمات خلاقة، وهذه الفئة من الكاميرا تنمو بسرعة كبيرة لأنها مطلوبة بكثرة من المصورين الجادين الذين يطبعون صوراً بقياس ٨ × ١٠ إنش.

## ٣ - الكاميرا الاحترافية

إذا كان لديك المال الكافي، فيمكنك التركيز على الكاميرات ٣٥ mm أو APS SLR الاحترافية للتصوير الرقمي بكلفة تبدأ من ٥٠٠٠٠ ليرة سورية، وهذه الكاميرات

تستخدم ثلاث حساسات للصورة، واحد لكل لون لذلك تستطيع التقاط ألوان ودقة رائعة، وتمتلك دقة ٢ مليون بيكسل على الأقل وعادة أكثر. وهذه الكاميرات لها تحكيمات كثيرة وملحقات (إكسسوارات) عديدة.

#### ٤ - كاميرات الفيديو الرقمية

عندما تلتقط صورة واحدة أو عدة مئات من الصور بكاميرا رقمية ذات نمط فيديو، على كل حال، يمكننا اختيار إطارات (صور) محددة من شريط الفيديو. الكاميرا الفيديوية تلتقط ١٨٠٠ صورة في الدقيقة، لذلك هناك إمكانيات كبيرة للاختيار، ولكن يجب ملاحظة أن دقة هذه الصور أقل من الصور الثابتة. وخط الفصل بين كاميرات الصور الثابتة وكاميرات الفيديو الرقمية غير واضح المعالم تماماً، لأن بعض كاميرات الصور الثابتة تستطيع التقاط أفلام فيديو قصيرة وبعض كاميرات الفيديو تلتقط صوراً ثابتة.

#### ٥ - الكاميرات الخاصة

الكاميرات الرقمية مفيدة جداً ولقد تم إدخالها إلى الكثير من الأجهزة بدءاً من الحاسب المحمول حتى الـ PDA.

- الكاميرات البدعة (السرعة)

كنتيجة لهبوط أسعار وحجم حساسات الصور أصبح بالإمكان دمج الكاميرات الرقمية في أشياء كثيرة كالألعاب والساعات اليدوية.

- هل الوقت مناسب الآن لكي أشتري كاميرا رقمية؟

إذا كنت لا تملك كاميرا رقمية وتحاول أن تقرر ما إذا كنت ستشتري واحدة أم لا، فإنك تكون قد خطوت الخطوات الأولى.

بكل حيادية نستطيع القول أنه عند الصور الكبيرة وعالية الدقة والجودة، الكاميرات الرقمية تعاني ناحية السعر. من الجدير بالانتباه أنه تاريخياً لم تكن نوعية الصور العامل الأهم في تحديد أي من طرق أو إجراءات التصوير ستصبح الأكثر استخداماً. من خلال تاريخ التصوير الضوئي المصورون تجاوزوا مسألة النوعية لصالح الكلفة الأقل والسهولة في الاستخدام.

إذا كنت تريد أن تشتري كاميرا رقمية أم لا، يجب الملاحظة دوماً أنك لا تحتاج بالضرورة لكاميرا رقمية للحصول على الصور الرقمية، يمكنك دوماً استعمال كاميرا عادية واستخدام الماسح الضوئي للحصول على صورك الرقمية.

## أنواع الصور الرقمية

١. صورة ثنائية (Binary Image): وهي الصورة التي تحتوي على اللونين الأبيض والأسود فقط وتحمل كل بيكسل بها إما الصفر أو الواحد.

٢. صورة تدرجات الرمادي (Grayscale Image): وهي الصورة التي تحتوي على الأبيض والأسود مع تدرجات الرمادي، وتمثل شدتها أو كثافتها (intensity) بأرقام من ٠ إلى ٢٥٥ حيث يمثل الرقم ٠ اللون الأبيض الناصع وعندما تكون ٢٥٥ فإن اللون لهذه البيكسل يكون أسود قاتمًا وعند تمثيل هذه الصورة على الكمبيوتر تمثل عن طريق أعمدة متساوية وصفوف متساوية من البيكسلات، كل بيكسل بها ٨ بيت تحدد الكثافة أو الغزارة (intensity) من ٠ إلى ٢٥٥.

٣. الصور الملونة (Colored Image): هي الصور الرقمية التي تدعم الألوان عن طريق تخصيص ثلاث قنوات بكل بيكسل لتحديد شدة ألوان الثلاثة الأساسية (الأحمر والأخضر والأزرق) وكل قناة تحتوي ٨ بيت للكتابة عليها مثلاً شدة الأخضر قد تكون ٠٠١٠٠٠٠٠٠ أى إن هناك ٢٤ بيت بكل بيكسل، ولكن بعض الصور قد تكون بها ٨ بيت فقط، وتحتوي على ٢٥٦ لوناً فقط.

## صورة التلفاز الرقمي

أما الصعوبات التي تعترض هذه التقنية فهي الاتفاق على طريقة موحدة للتشفير والنقل، فعدم وجود مواصفات قياسية سيؤدي إلى صعوبة تصميم أجهزة تلفاز موحدة للاستخدام في كل مكان. وقد نجحت سوني في تقديم مودلاً للتلفاز الحديث في معرض سيببت هذا العام أثار دهشة الزائرين بسبب نقاء الصورة وجودتها العالية. وستزود أجهزة التلفاز الحديثة بصندوق صغير لاستقبال الإشارات الرقمية وتحويلها إلى صور مرئية.



## مشاهدة المباريات ستختلف مع دخول التقنية الجديدة

أن هذه الأجهزة الحديثة ستكون مزودة أيضاً بنظام يشبه رجل شرطة داخلي يمنع المستخدم من تسجيل المواد المبتوثة بسبب حقوق المؤلف، ولا يسمح سوى بالمواد التي لا يفرض عليها رسوم. لهذا لا يجب على الفاريء أن تلقي بجهاز تلفازها القديم مباشرة، إذ لا يزال للتكنولوجيا القديمة فوائدها.

## الفصل الخامس

### التربية الإعلامية وعلاقتها بالوظيفة التربوية العلاقة السببية بين الإعلام والتعليم

أول من ركز على مصطلح الإعلام التربوي هو المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) خلال انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام ١٩٧٧ للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والأفادة منها. وأعقب ذلك تطور لحق بوسائل الإعلام خلال العقود الثلاث الأخيرة تجسد بالبحث الفضائي الذي أُلغيت جراه الحواجز المكانية والزمانية وامتد نفوذه ليتبنى واجبات تربوية تقوم بها وسائل الإعلام بغية السعي وتأدية الواجبات الفكرية والالتزام بالقيم الأخلاقية، ويعزى هذا التطور للأسباب التالية:

١ - تطور مفهوم التربية الذي أصبح أوسع مدى، وأكثر دلالة فيما يتصل بالسلوك وتقويمه، فالنظرة على أنها عملية شاملة ومستدامة، وتحررها من قيود النمط المؤسسي الرسمي.

٢ - انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع، وتنامي قدرتها على جذب مستقبل الرسالة الإعلامية، وبالتالي قدرتها على القيام بدور تربوي مواز لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية.

٣ - تسرب بعض القيم السلبية، والعادات الدخيلة على ثقافة المجتمعات، وتحديدًا في البلدان النامية تحت غطاء حرية الإعلام.

#### تعريف الإعلام التربوي

قدمت العديد من الجهات المختصة تعريفات عن الإعلام التربوي وتبسيط مفهوم هذا الحقل المعرفي، سيما بعد أن ثبت وجود أكثر من همزة وصل بين الإعلام والتربية، وأخذت التعريفات أربعة اتجاهات رئيسة هي:

- الاتجاه الأول: ويعني بالإعلام التربوي التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها، ويؤخذ على هذا التعريف أنه يحمل دلالة هي أقرب ما تكون لمفهوم نظم المعلومات التربوية، وليس إلى مفهوم الإعلام التربوي، فمجالات الإعلام التربوي هي نفسها مجالات العملية التربوية وحيث أن كل المعارف العلمية والمهنية والاجتماعية يمكن أن تكون موضوعاً للعملية التربوية والبحث التربوي، فإنها بالتالي يمكن أن تكون مادة للإعلام التربوي.

- الاتجاه الثاني: ويرى أن تعريف الإعلام التربوي يمتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة. إن ما قدمه أصحاب هذا الاتجاه لا يعد كونه رأياً وليس تعريفاً للإعلام التربوي كونه منقوصاً ويتصف بالعمومية كما أنه يثير مشكلتين أساسيتين تتمثلان في:

- المشكلة الأولى: في تحديد المعايير التي يمكن الاستناد إليها في إصدار الأحكام على محتوى وسائل الإعلام العامة.

- المشكلة الثانية: تمثل في أسس الالتزام التربوي والأخلاقي لوسائل الإعلام.

- الاتجاه الثالث: ويعرف الإعلام التربوي بأنه المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق الأهداف التربوية من غير تفریط في جدية التربية وأصالتها أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها، وهذا ما يتبناه بعض الباحثين، ويأخذ على هذا التعريف كونه تعريفاً توثيقياً متأثراً بواقع الخلاف بين التربويين والإعلاميين حول تبعية هذا المصطلح، إضافة إلى عدم التمييز بين الاتصال ومفهوم الإعلام، وكذلك إغفال بعض الجوانب المهمة، مثل مضمون الرسائل الإعلامية للإعلام التربوي.

- الاتجاه الرابع: يقدم تعريفاً تبناه معهد الإنماء العربي ويرى أن الإعلام التربوي يقوم على البرامج التربوية في الإذاعة والتلفزيون وعلى المجالات والنشرات التربوية والمحاضرات والندوات، مع أن هذا التعريف يحدد عدد من وسائل الإعلام التربوي غير أنه لا يوضح ماهية البرامج التربوية وطبيعة محتواها فهل المقصود هو البرامج التعليمية كالدروس المنهجية المساندة لطلبة المدارس وبرامج تدريب المدرسين أثناء الخدمة؟ أم البرامج التربوية بحسب المفهوم الشامل للتربية المستدامة؟

ويهتم الإعلام التربوي بالتطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والاستفادة منها ويستمد الإعلام التربوي من فلسفة المجتمع وسياساته في مجال السياسة وغيرها وهناك نوع من الترابط بين فلسفة الإعلام وفلسفة المجتمع



من خلال التواصل في تربية شعوبها وتعليمها وإقناعها بفلسفة النظام السياسي السائد حيث يقوم كل من الإعلام والتعليم بدور أساسي في دعم فلسفة المجتمع الرامية إلى زيادة الوعي إلى الجماهير الذي يعتبر شرطاً جوهرياً للتطور الاجتماعي، ويهدف لبناء الإنسان، وفيما يلي متطلبات الإعلام التربوي:

- ١ - التعرف على المقومات الأساسية لفلسفة المجتمع في جميع المجالات.
- ٢ - مواكبة الجهود والخطط والبرامج التنفيذية الرامية إلى تحقيق هذه الفلسفة وتحويلها إلى واقع الإعلام المستمر والمتصل بالمتغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والمحلية لتنعكس على البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع.
- ٣ - التعرف على الحاجات الأساسية للأفراد والمجتمع من خلال مراحل التطور المختلفة.
- ٤ - الإعداد والتدريب والتوعية المستمرة للعناصر البشرية التي تضطلع بمهمة الإعلام في هذا المجال.
- ٥ - تأكيد الالتزام الأخلاقي والتربوي في محتوى الرسالة الإعلامية خدمة لعملية التربية بجوانبها المتعددة حيث تتم هذه العملية من خلال:
  - أ - التوجيه والإرشاد الذي يساعد على تكوين المواقف وبلورة الاتجاهات.
  - ب - زيادة الثقافة والمعلومات.
  - ج - نقل التراث من جيل إلى جيل.
  - د - تبني برامج إعلامية جادة مفيدة وهادفة، تهدف إلى الارتقاء بمجالات المعرفة الإنسانية الملزمة بالقيم والأخلاق وغيرها.

### وظيفة الإعلام التربوي تجاه الأطفال

إن الوظيفة المأمولة من الإعلام تجاه الأطفال تربوية وثقافية، فلقد أيقنت دول العالم المختلفة أن الاستثمار في مجال رعاية الطفل وتنشئته من أهم الاستثمارات على الإطلاق، لهذا يأتي الإعلام مع الأسرة في مقدمة العوامل التي تحقق هذه الرعاية التربوية والتنشئة الثقافية.

إذ تتسم مرحلة الطفولة بأنها مرحلة بناء المعارف وتأسيس القيم، وهي بحاجة إلى رعاية خاصة، بدءاً بالوالدين اللذين يقومان بمراقبة تصرفات ولدهما وتهذيب حاجاته، فإن الوالدين أقدر أفراد الأسرة رعاية وإسعاداً ولدهما. فالطفل بحاجة إلى تأديب، لا

سيما إذا بلغ سن التمييز أو المراهقة، لكون هاتين الفترتين من مرحلة الطفولة تزدد فيهما قواها العقلية، ويتسع خيالها، وتنمو فيهما مفاهيمه ويرتقي حسه الخلقي ويتهاً جنسياً.

لقد أصبحت وسائل الإعلام، في الوقت الحاضر، بما لها من تأثير، شريكة الأسرة والمدرسة في تربية الطفل، وصار بالإمكان التحكم فيما تنشره وتبته من مادة إعلامية. بل أصبحت تمارس دوراً تربوياً فعالاً تجاه أبنائنا، كاد أن ينافس أو يقلل من شأن وظيفة الوالدين التربوية، ولقد دلت الدراسات العلمية على أن الظروف الأسرية وانشغال الوالدين كان لها أثر كبير في إتاحة الفرصة ليمارس الإعلام وظيفته التربوية، وهذا بالتالي يجعل الوسيلة الإعلامية ومحتواها أهمية عظيمة في تحديد الإيجابيات والسلبيات لرعاية الإعلام التربوية. وإذا كانت الوسائل الإعلامية بهذا التأثير، فلماذا لا نوظف لتكون وسائل فعالة في تربية النشء وتعليمهم؟

إن الأمر لا يحتاج إلى أدلة تثبت أن الطفل يتعلم من وسائل الإعلام ولا سيما التلفاز، فالآباء يلسمون قبل غيرهم ملامح هذه التأثير من خلال رصد ترديد بعض العبارات اللغوية وبعض آداب السلوك، فضلاً عن تذكر أسماء الفنانين وأبطال الأفلام وتذكر المعلومات التي تابعوها بالمشاهدة. إن أطفالنا يكتسبون هذه الأمور ولا يشعرون أنهم يتعلمون، ولأجل التخصص دوماً في فرضيات التربية الإعلامية والهدف من تناول مبادئها في هذه العروض البحثية ينبغي طرح الأسئلة الآتية:

- ١ - أليس من الجدير بالقائمين على هذا الجهاز أن يجعلوه وسيلة تربوية؟ وأن يتحكموا في مضمونه وطريقة عرضه بما يتناسب مع قيمنا، ويحقق الهدف التربوي منه؟
  - ٢ - ألا نتوقع أنه يمكن بهذه الوسيلة الجذابة أن ننمي ميول الأطفال، ونفتح مداركهم، ونوسع معارفهم ونعمق في نفوسهم الإيمان والفضيلة والخير؟
- ومن أدبيات الإعلام التربوي لا بد من توفر أداة الرعاية والاهتمام بالموهوبين من الطلبة، واحتضانهم ببرامج خاصة، وأنه متى فعل الإعلام ذلك ستكون أجهزته مدارس مشرعة الأبواب لكل طالب تحتضن وتنمي طاقاته وإبداعه في العطاء الفكري.

## التعليم الإلكتروني والانفتاح على التقنية الحديثة

### المفهوم والأنواع

أخذ التعليم الإلكتروني ينتشر وتتسع مساحته ويفرض نفسه في الأوساط التربوية والأكاديمية وفي معاهد التدريب لكونه دخل في جميع مجالات الحياة وتفصيلها، وعليه أصبح إحدى طرق التعليم الجديدة التي تختلف عن التعليم التقليدي كونها تعتمد على

التكنولوجيا ووسائل التقنية الحديثة بكافة أنواعها والتي من مميزاتا إيصال المعلومة إلى الشخص أو الطرف المستهدف، بأسرع وقت، وأقل جهد ممكن، ومن ذلك استخدام الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو، على عكس التعليم القديم الذي يتصف بالاعتماد على الأدوات التقليدية المعروفة والمتداولة عبر زمن طويل في إيصال المعلومات إلى المتعلم. وللتعليم الإلكتروني خصائص وإيجابيات تنطلق من المرونة التي تتعامل بها وسائل التقنية الحديثة بحيث تساعد المعلم في اجراء الاختبار السريع وإعطاء التقييم الفوري للطالب المتعلم وكذلك في معرفة الرأي عبر الاستبيانات والنقاشات، وفي تثبيت الرأي بمرونة أكثر من التعليم الذي يعتمد على الورقة والقلم.

إن مفهوم التعليم الإلكتروني ينتشر وبشدة منذ استخدام وسائل العرض الإلكترونية لإلقاء الدروس في الفصول التقليدية واستخدام الوسائط المتعددة في عمليات التعليم الفصلي والتعليم الذاتي، وانتهاء ببناء المدارس الذكية والفصول الافتراضية التي تتيح للطلاب الحضور والتفاعل مع محاضرات وندوات تقام في دول أخرى من خلال تقنيات الإنترنت والتلفزيون التفاعلي. فالجيل الجديد كثيراً ما يفضل المحادثات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، مثل «twitter» و«facebook» و«instagram» وغيرها من المواقع الأخرى، فالبعض يفضل مشاهدة المرثيات، وبعضهم يودّ المحادثات الصوتية أو المناقشة عن طريق الرسائل الفورية، والبعض الآخر يستهويهم كل ما هو ممتع وسهل. وتبقى هذه الأشكالية من مسؤولية الدول في تبني هذه العملية التعليمية وتطوير وزيادة ثقافة شعوبها، عن طريق تطبيق التعليم الإلكتروني في مدارسها.

ووضعت الكثير من التعريفات للتعليم الإلكتروني من مختصين كثر لكننا نقدم تعريفاً يتلخص بأنه «عملية نقل المعلومات ما بين المعلم والمتعلمين وإحداث التفاعل بينهما في عصر التداخل ما بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والثقافة والتكنولوجيا، باستخدام الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو وغيرها». وقد عرفه هورتن وهورتن بأنه المفهوم الشامل للتعليم الإلكتروني، بأنه أي استخدام لتقنية الويب والإنترنت لإحداث التعلم (Horton and Horton, 2003). فيما عرفه عبد الله عبد العزيز الموسى أنه طريقة للتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصورة، ورسومات وآليات بحث، ومكتبات إلكترونية، وكذلك بوابات الشبكة العالمية للمعلومات سواء كان من بعد أو في الفصل الدراسي، فالمقصود هو استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم في أقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة.

## أنواع التعليم الإلكتروني

أصبح لا بد من استخدام تقنيات الحداثة من حاسب وإنترنت في جميع مجالات حياتنا في عصر ثورة المعلومات الذي نشهده الآن، وخاصة في تعليم جيل المستقبل الإلكتروني. فبدأ انتشاره في المدارس بشكل ملحوظ. وقد ساعد على ذلك تطور الحواسيب، والانخفاض المستمر في حجمها وأسعارها، مما أدى إلى ظهور الحاسب كثورة تالفة في مجال التعليم، وتبعاً لأهميته وتعدد اغراضه يقسم التعليم الإلكتروني إلى نوعين من التعليم وهذا التفرع يخضع لعامل الزمن:

أولاً: التعليم الإلكتروني المتزامن: وهذا النوع يتطلب وجود المعلم والمتعلم في الوقت نفسه، والنقاش عبر الإنترنت. ومن إيجابياته أن المتعلم يحصل على تغذية مباشرة وردود سريعة على استفساراته وأسئلته من المعلم لكن من سلبياته أنه قد لا يوفر وجود طرفي العملية التعليمية في وقت واحد.

ثانياً: التعليم الإلكتروني غير المتزامن: وهذا النوع لا يتطلب وجود المعلم والمتعلم في الوقت نفسه، حيث يمكن المتعلم الحصول على المعلومة في أي وقت يلائمه وهذه من إيجابيات التعليم غير المتزامن. ولكن من سلبياته عدم استطاعة المتعلم الحصول على تغذية مباشرة وسريعة.

## أدوات التعليم الإلكتروني غير المتزامن

- ١ - البريد الإلكتروني ((E-mail))
- ٢ - الشبكة النسيجية ((World Wide Web))
- ٣ - القوائم البريدية (Mailing List)
- ٤ - مجموعات النقاش ( Discussion Groups )
- ٥ - نقل الملفات ((Files Transfer))
- ٦ - الأقراص المدمجة (CD)

## فوائد التعليم الإلكتروني

إن من أبرز فوائد التعليم الإلكتروني أنه يجعل عملية التعلم سهلة وسريعة ومواكبة لتطور الجيل. ويمكن حصر بعض فوائده وفق الآتي:

- ١ - إنه يوفر إمكانية الاتصال بين المعلم وطلبه مع بعضهم البعض، عبر غرف

الدرشة والحوار والبريد الإلكتروني وتطبيقات التواصل الاجتماعي.

٢ - يطرح وجهات النظر المختلفة للطلاب أو النقاش عبر التعليقات على الموضوعات المطروحة في المنتديات والمدونات، ويجعل الطالب أكثر جرأة في طرح أفكاره والتعبير عن رأيه بطريقة تفوق ذلك في التعليم التقليدي.

٣ - إمكانية الوصول إلى المعلم في أي وقت وأي مكان: حيث يمكن الطالب التواصل مع المعلم بسهولة وبأقل جهد وأسرع وقت خارج ساعات العمل، من خلال البريد الإلكتروني ووسائل الاتصال الاجتماعي وغيرها.

٤ - إمكانية تلقّي أساليب وطرق مختلفة من التعليم ثلاثم المتعلمين: فمنهم من تلائمه الطريقة المرئية، ومنهم المسموعة، أو المقروءة، والبعض الآخر تلائمه الطريقة العملية.

٥ - يعطي مرونة لتوفر المناهج الدراسية طوال الوقت خلال أيام الأسبوع: فيمكن المتعلم أن يتعلم في أي وقت يلائمه صباحاً أو مساءً، كما يمكنه تكرار ومراجعة ما درسه في أي وقت استعداداً للاختبارات.

### مزايا التعليم الرقمي

التعليم الإلكتروني أسلوب من أساليب التعليم لإيصال المعلومة للطلاب، ويتم فيه استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة من حاسب آلي وشبكاته ووسائظه المتعددة من صوت وصورة ورسوم وآليات بحث ومكتبات إلكترونية، وكذلك البوابات الإلكترونية سواء كان عن بعد أو في الفصل الدراسي؛ أي استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم في أقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة. وقد جعلت ثورة المعلومات والتكنولوجيا العالم أشبه بشاشة إلكترونية صغيرة في عصر التداخل بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والثقافة والتكنولوجيا، وأصبح الاتصال إلكترونياً وتبادل الأخبار والمعلومات بين شبكات الحاسب الآلي حقيقة ملموسة، مما أتاح سرعة الوصول إلى مراكز العلم والمعرفة والمكتبات والاطلاع على الجديد لحظة بلحظة. ولا بد من ذكر أبرز مزايا التعليم الإلكتروني:

١ - تجاوز قيود المكان والزمان في العملية التعليمية.

٢ - يوفر فرصة للطلاب في تناول المادة العلمية بالطريقة التي تناسب قدراته سواء بالطريقة المكتوبة أو المرئية أو المسموعة.

- ٣ - يجعل الطلاب على قدر كاف من الاستخدام الأمثل لوسائل التقنية الحديثة.
- ٤ - يخلق التعليم الإلكتروني العصف الذهني عند الطلاب ويجعلهم يفكرون بشكل خلاق للوصول إلى حلول.
- ٥ - يتيح التعليم الإلكتروني فرصة التفاعل الفوري بين المتعلمين والمعلم.
- ٦ - سهولة الوصول إلى المعلم حتى خارج أوقات العمل الرسمية.
- ٧ - تخفيض الأعباء الإدارية للمقررات الدراسية من خلال استغلال الوسائل والأدوات الإلكترونية في إيصال المعلومات والواجبات والفروض للمتعلمين وتقييم أدائهم.

### خصائص التعليم الرقمي

- ينفرد التعليم الإلكتروني عن غيره من أنماط التعليم التقليدي ببعض السمات الخاصة أو الخصائص المتعلقة بطبيعته، وفلسفته، والتي يمكن عرضها في ما يلي:
- ١ - الكونية: حيث إمكانية الوصول إليه في أي وقت ومن أي مكان، ومن دون حواجز، والمتمثلة في ربطها بشبكة الإنترنت العالمية.
  - ٢ - التفاعلية: حيث التفاعل بين محتوى المادة العلمية والمستفيدين من طلبية ومعلمين وغيرهم من المستفيدين، والتعامل مع أجزاء المادة العلمية، والانتقال المباشر من جزئية إلى أخرى.
  - ٣ - الجماهيرية: حيث عدم اقتضاره على فئة من دون أخرى من الناس، وليس هذا فحسب، بل يمكن أكثر من متعلم في أكثر من مكان أن يتعامل ويتفاعل مع البرنامج التعليمي في آن واحد.
  - ٤ - الفردية: حيث يتوافق وحاجات كل متعلم، ويلبي رغباته، ويتمشى مع مستواه العلمي، مما يسمح بالتقدم في البرنامج أو التعلم وفقاً لسرعة التعلم عند كل فرد.
  - ٥ - التكاملية: ويقصد بها تكامل كل مكوناته من العناصر مع بعضها البعض لتحقيق أهداف تعليمية محددة.

### معوقات التعليم الرقمي

على الرغم أننا ذكرنا سلفاً بأن التعليم الإلكتروني يعد من أحدث طرق التدريس وسمة العصر الحالي، تستخدم فيه التكنولوجيا الحديثة بأنواعها كافة وربطها بالتعليم،

وهو ما زاد فئات المجتمع رغبة في مزاولته والانفتاح عليه بشكل كبير، إلا أنه لا بد من ذكر صعوبات تعيق تواصل التعليم الإلكتروني ولكنها لا تؤثر عليه بشكل كبير، ولا يمكن اعتبارها حاجزاً لمنع توصيل مسيرة التقدم في التعليم والتكنولوجيا، ومن هذه المعوقات:

- ١ - قلة أعداد الخبراء في مجال التعليم الإلكتروني، واللجوء إلى معلمين غير أكفاء يمارسون تطبيقات خاطئة ومن دون إيصال أهدافه، مما يؤدي إلى تطبيق التعليم الإلكتروني بشكل خاطئ، وإيصال أهدافه بطرق غير صحيحة.
- ٢ - ميول بعض المعلمين والمتعلمين بالإبقاء على فكرة التعليم التقليدي وعدم التحول إلى الأسلوب العصري للتدريس الإلكتروني عبر التكنولوجيا، وهذه العقبات تدفعنا لتبني موضوع توعية أكثر لمؤيدي الفكرة والمتخصصين في مجال التعليم الإلكتروني وشرح مفصل حول إيجابيات التعليم الإلكتروني وتأثيره في رفع مستوى التعليم.
- ٣ - الحاجة إلى بناء ركيزة أساسية لمشروع التعليم الإلكتروني، وذلك يدفعنا لرصد مبالغ ضخمة، وكونه فكرة تُطرح لأول مرة، فيحتاج إلى أحدث وسائل التعليم التكنولوجي، فالعملية التعليمية هنا تحتاج إلى دراسة جيدة لتطبيقه، بغية إنجاحها.
- ٤ - افتقار الأمن والهجوم وبرامج الهكر على المواقع الرئيسة في الإنترنت، فبذلك يجب وضع أحدث برامج الحماية على تلك الأجهزة الإلكترونية حفاظاً على تواصل مسيرة التعلم الإلكتروني من دون انقطاع، وكذلك وضع قوانين دولية تردع المتسببين في ذلك، إن وجدوا، ليكونوا عبرة وعظة.
- ٥ - ضرورة تدخل الدولة في حماية وحفظ حقوق المتعلمين وتسهيل عملية الاعتراف بالشهادات التي تمنح عبر التعليم الإلكتروني، ووضع اتفاقيات مع الدول الأخرى بصدد هذا المجال لتعزيز رصانة هذه الشهادات.
- ٦ - قد يسبب هذا النوع من التعليم خلق علاقة وطيدة بين الإنسان والآلة تبعده عن تفاعله الاجتماعي مع أفراد المجتمع وتبرز الانطوائية، فضلاً عن تحوله إلى إنسان عاجز كسول لا يتحرك، كونه يقضي حاجاته عبر الآلة.
- ٧ - الخوف من بروز ظاهرة صعوبة التعبير بين الأفراد المتعلمين عن طريق التعليم الإلكتروني عن أفكارهم وآرائهم كتابياً، وصعوبة الحوار والجرأة في الطرح أمام الناس كونهم تعلموا منذ الصغر عن طريق التكنولوجيا، والاستغناء عن الخلط والمشاركة مع

باقي الأفراد، وكذلك العائق الصحي المهم الذي يخلفه الجلوس لفترات طويلة أمام الأجهزة التكنولوجية، فقد يؤثر على شبكية العين، ويخلف وراءه آلاماً في الظهر.

## متطلبات التعليم الرقمي

للتجاح في برامج التعلم الإلكتروني ومقرراته، فإنه يجب أن يكرس العمل بعناية من قبل الطلاب والمعلمين وفريق الدعم الإداري، ومن قبل المنظمات أو المؤسسات التعليمية، وسيتم مناقشة ذلك من خلال تحديد المتطلبات التي يجب توافرها في عناصر بيئة التعليم الإلكتروني، كما يلي:

أولاً: المتطلبات الواجب توافرها في الطلاب، وتتجسد في النقاط الآتية:

١ - أن يكون لديه وقت كافٍ للمشاركة في دراسة المقرر بدرجة تجعله يلتزم بالجدول الزمني المحدد للدراسة.

٢ - أن يرغب في هذا النوع من التعلم؛ لأن بعض الطلاب يفضلون نموذج التعليم التقليدي.

٣ - أن يكون ملماً بقدر مناسب من الثقافة الكمبيوترية وكيفية استخدام الإنترنت، وأن يستكمل التكاليفات نفسها التي يكلف بها نظيره في التعليم التقليدي وبشكل منظم.

٤ - أن يكون لديه القدرة على استخدام بعض خدمات الإنترنت الأكثر شيوعاً، كخدمة كيفية البحث عن المعلومات، وخدمة نقل الملفات، وخدمة مجموعات الأخبار، بالإضافة إلى خدمة البريد الإلكتروني التي تمكنه من إرسال الرسائل واستقبالها.

ثانياً: المتطلبات الواجب توافرها في المعلمين، وتتجسد في النقاط الآتية:

١ - فهم خصائص الطلاب واحتياجاتهم عبر الإنترنت.

٢ - التركيز على الأهداف التربوية والمشاركة في وضع المقررات بما يتوافق مع متطلبات التعلم القائم على الإنترنت.

٣ - الإلمام بالثقافة الكمبيوترية بمستوى أعلى من مستوى طلابهم.

٤ - قضاء وقت كبير أمام الأجهزة الخاصة بهم؛ للرد على استفسارات الطلاب واستجاباتهم (تغذية راجعة فورية).

٥ - الاستمتاع باستخدام التكنولوجيا في التدريس، بالإضافة إلى الحاجة لأسلوب تدريس يلائم بيئة الإنترنت.



- ٦ - تصميم الاختبارات وأساليب التقويم المختلفة.
- ٧ - تصحيح الاختبارات والتكليفات والمشروعات التي يرسلها الطلاب إليه.
- ٨ - التوجيه والإشراف العلمي والتربوي.
- ٩ - كتابة التقارير الدورية وإرسالها إلى مراكز الجامعة.

## بيئات التعلم الرقمي

١ - البيئات الواقعية: وهي مرتبطة بأماكن محددة وتقع ضمن مبنى تتوافر فيه تجهيزات مادية.

ومن هذه البيئات:

أ - حجرات الدراسة.

ب - قاعات المحاضرات.

ج - معامل الحاسب.

د - الفصول الذكية.

هـ - المكتبات.

و - مراكز مصادر التعلم.

٢. البيئات الافتراضية، وهي بيئات محاكية للواقع تنتج بواسطة برمجيات (أدوات) الواقع الافتراضي، وتوجد على شبكة الإنترنت، وتكون إما متزامنة أو غير متزامنة، ومن هذه البيئات:

أ - الفصول الافتراضية.

ب - المعامل الافتراضية.

ج - المدرسة الافتراضية.

## إنجازات التعليم الرقمي في التربية والتعليم

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر دوراً مهماً في إيصال وجهات نظر الأطراف كافة حول المناهج التعليمية في جميع بلدان العالم، وليس الأمر محمداً بدولة معينة برغم تفاوت آليات الاستفادة من الإعلام الرقمي في توظيفه لخدمة أغراض

العملية التعليمية والتربوية من دولة إلى أخرى، خصوصاً في ظل سياسة الانفتاح التي أصبحت مفروضة على وزارتي التربية والتعليم دولياً مع جميع المعنيين بالعملية التعليمية، إذ توفر هذه الوسائل سهولة التواصل مع القيادات التربوية العليا، ما ينعكس على القرار التعليمي الذي يؤثر بصورة مباشرة على الطالب ووليّ الأمر، كما توفر تغذية راجعة مباشرة للمسؤولين حول المناهج وآليات التقييم وغيرها من الممارسات التربوية والتعليمية التي يحفل بها الميدان التربوي في بلدان العالم.

ويقرّ مختصون تربويون بأن التكنولوجيا توفر الجهد والوقت في دعم التعليم والمناهج بصورة عامة، وتخلق أجواء من المتعة المقرونة بالفائدة الكبيرة عند تلقي المعلومات، ما يشجع الطلبة على الإقبال على المناهج العلمية بسعادة وراحة. خاصة في ظل النضج الإلكتروني الذي يتمتع به الطلبة هذه الأيام في توجهاتهم ورغباتهم نحو ممارسة الألعاب الإلكترونية، ما يتيح للهيئات التربوية استغلال قدراتهم في إحداث التقدم المطلوب في التعليم، وتحذر مديرة أكاديمية رأس الخيمة للموهوبين في دولة الإمارات عائشة الشامسي من أن هذه الألعاب الإلكترونية معظمها عوالم افتراضية، ما يتطلب أن لا يغيب دور المعلم في التحكم بها لتنظيم طرحها على طلبة المدارس، كي تحقق الهدف المرجو منها.

## القدرات الواعدة للتعليم الرقمي

إن التحديات المستقبلية التي تواجه الدول العربية، وبالذات صناع القرار السياسي، هي الثورة التقنية في مجالات الإعلام الجديد وتنوعها، واستخدامها من قبل جميع أفراد المجتمع، وزيادة التركيز على أدوات التواصل الاجتماعي، وتوسيع دائرة استخداماتها، خاصة بين الشباب باعتبارهم الفئة الأكبر والأكثر اهتماماً بهذه الأدوات. وهو الأمر الذي ينبغي أن يضعه صاحب القرار كأجندة في قراراته الاستراتيجية، لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعين واضعي السياسات على تحديد الأولويات، وتشجع الجمهور على تقبل البرامج وزيادة مستويات الرضا، كما أنها تعزز فرص نجاح نتائج السياسات، وتحفز الجمهور على المشاركة برأيه والإسهام في التطوير، والعمل على مراجعة وتحديث استراتيجية الدولة وآليات صنع القرار بها، إضافة إلى تعزيز المشاركة الاجتماعية عبر أدوات التواصل الاجتماعي وقياس تأثيره. وبكفي اليوم مراجعة الأرقام لنعرف قيمة وخطورة الإعلام الجديد في حياتنا المعاصرة، والتي تعكس الكثير من الدلالات التي تجعل منه الجهاز الأقوى في اختراق عقول البشر، وهي مؤشرات تدفعنا في المؤسسات التربوية والتعليمية للأخذ بأسباب الاعتماد عليه، وفقاً للجوانب الآتية:

١ - يساعد التعليم في بناء قوة عمل مؤهلة وحلاقة تستطيع أن تتكيف مع التكنولوجيات الجديدة، وأن تشارك في «ثورة الذكاء» التي هي القوة المحركة لاقتصاداتنا.

٢ - يساعد التعليم بدفع المعرفة بطريقة تسمح بأن تسيير التنمية الاقتصادية جنباً إلى جنب مع الإدارة المسؤولة على البنية المادية والبشرية.

٣ - يساعد في الحفاظ على الخصوصيات الثقافية مع الانفتاح على الثقافات الأخرى والالتزام بتقدم المجتمع.

٤ - اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فاعلة لتعزيز التعليم من خلال إشغال الطلبة ودفعهم للتفاعل بعضهم مع بعض، ويشمل الأمر حتى الطلبة الذين لا يعرفون شيئاً عن مثل هذا التواصل الاجتماعي، أو أولئك الذين لم يفلحوا في النشاطات الجماعية لأنهم سوف يجدون المتعة والإثارة في مثل هذا النمط من التعلم والتفاعل.

٥ - إن الفائدة ستعود على المعلم أيضاً، لأن شعوره لن يقتصر على متعة التفاعل مع الطلبة ورؤية اندفاعهم نحو موادهم الدراسية فحسب، إنما سوف يجد نفسه وقد تعلم مهارة جديدة، وربما يحقق فهماً أعمق للمادة الدراسية التي يقوم بتدريسها من خلال إيضاحها وتقديم تفاصيلها بطريقة أخرى.

٦ - يجد المعلم نفسه أمام خيارات كثيرة يعمل من خلالها على المزاجية بين المادة التعليمية التي يدرسها مع وسائل التكنولوجيا المستخدمة حالياً، وكذلك تكنولوجيا الغد، وتزويد الطلبة بالمهارات التي يحتاجون إليها لتحقيق النجاحات في المستقبل فضلاً عن فسخ المجال أمام قدراتهم الإبداعية وتكشّف مواهبهم وميولهم.

٧ - إن المعلمين الذين يهتمون باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في قاعة الدرس سوف يتطلعون على تعاضم مشاركات الطلبة وتعاونهم داخل قاعة الدرس، وربما حصول تقدم في درجاتهم.

### اختفاء تدريجي للتعليم التقليدي

ومثلما بدأ الإعلام الرقمي يزحف وينافس ويقبل الكثير من وسائل الإعلام التقليدية، يبدو أن المسار للتعليم الرقمي يمارس الدور ذاته حيال التعليم التقليدي، ويقول الدكتور إبراهيم غرفال أستاذ كلية التربية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، إن التعليم التقليدي بدأ يختفي تدريجياً، وعلى مراحل، بفعل برامج التواصل الحديثة، التي أخذت تجتاح العقليات الشبابية، وفقدنا في كثير من الأوقات القلم والورقة، وأصبحت

شاشة الجهاز الخلوي أو الآيباد أو الحاسوب، وسيلتنا للكتابة والتوثيق أو المحادثة والنقاش في أساسيات الحياة الاجتماعية والعلمية والفكرية، ولكن لا يمكن الاستغناء عنهما تماماً، لأن العملية التعليمية ليست اكتساب معلومات وخبرات فقط، وإنما تنشئة يغذيها المعلم داخل الفصل الدراسي بالتحاور مع طلبته. ويبقى الإنسان في حاجة مستمرة إلى التفاعل عبر الاتصال البشري، لكن وسائل التواصل من تويتر وانستغرام وفيسبوك تعد نماذج جيدة وفاعلة إذا ما تم ضبط عملية التعامل معها، وعدم ترك الطلبة بحرية كاملة من دون رقابة لصيقة، لأنها أحياناً تبت أموراً ضد ثقافة المجتمع وهي واحدة من المخاطر التي تخيف الناس من أن تهيمن على عقليات الشباب وتفسد عليهم الفائدة التعليمية.

## النفور من الدرس التقليدي

من المعروف أنه في العصر التكنولوجي الذي شكّل حاجة ورغبة جاذبة لعقليات الشباب جميعاً، أصبحت الفصول التقليدية طاردة ومنفرة، سيما وأن ميول الطلبة في الوقت الحالي تتجه نحو برامج مشوقة يستمرون في التفاعل معها من دون كلل ولساعات طوال، ما يكسبهم مهارات عديدة في زمن قياسي، وبحسب رأي خبراء التعليم الرقمي أن وجود تقنيات حديثة في المدارس لا يضمن نجاح المخرجات التعليمية إذا لم تكن نظرتها تربوية وضمن مناهج تعليمية، وبشرط أن يؤهل المعلم على تطبيقها حتى ينظر إليها نظرة شمولية، وبالتالي لا يمكن التفاعل معها بإيجابية في جوّ غياب المدرس والاختصاصي التكنولوجي التربوي، حيث إن برامج اليوتوب تعد برامج تربوية أكثر منها تعليمية، لأنها تصمم لفئة معينة وقد تكون غير متجانسة، كما أن البرامج التعليمية لا بد لها من مخرجات تحتاج لسعي نحو تحقيقها وفق المراحل التعليمية المحددة، وأن التفاعل الإلكتروني من دون تغذية راجعة مع المدرسين، قد يقود إلى أفكار خاطئة، لذلك، لا بد من المتابعة والتوجيه المستمرين حتى تحقيق الأهداف الإثرائية في العملية التعليمية.

## تجارب دولية في التعليم الرقمي

أدخل الكثير من المدارس عبر العالم التعليم الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي لتوطيد العلاقة بين المُعلِّم والمُتعلِّم، وأثبتت الدراسات فاعلية هذه التجربة، وتشير حقائق لمختصين تربويين من الصين، إلى أن التجربة كسرت روتين التدريس، وصار الطالب أكثر قدرة على الإبداع، وأن هذه الشبكات لها قدرة كبيرة على إيصال المعلومات إلى ذهن المُتعلِّم بكل سهولة وتلقائية، وإزالة الإحساس بالاغتراب الذي قد

يتأب بعض الطلبة داخل قاعات الدروس على الطريقة التقليدية التي لا تزال شائعة في عالما العربي حتى اليوم، وستمكن من تجاوز الحواجز التي تفصل أحياناً بين الطلبة والمؤسسات التربوية التي ينتمون إليها.

من الضروري التدرُّج في التعليم الرقمي عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ضمن المُخطط التعليمي لكي يُمكن أن يُحقق المزيد من المنفعة للطلبة، حيث يوفرُّ مبدأ التحفيز والترغيب، ويضمن الوصول بهم إلى أكبر قدر من الحماسة، خاصة عندما يتعلَّق الأمر بدروس قد يراها البعض مُعقَّدة، منها على سبيل المثال دروس تعلُّم اللُّغات الأجنبية، التي تعتمد بشكل أساسي على الانفتاح والحوار، والانسجام داخل المحيط الدراسي.

وفي ضوء المعلومات التي قدمت عن التعليم والتربية الإعلامية والرقمية تقدم نموذج منهاج دراسي وفق ما يلي:

## برنامج تدريس موضوعات التربية الإعلامية والرقمية

الدراسات العليا للماجستير والدكتوراه

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

أ. د. فاضل البدراني

الفصل الدراسي الأول

## أولاً: وصف الفصل الدراسي

يشمل المنهاج الدراسي المتعلق بالتربية الإعلامية والرقمية لطلبة الدراسات العليا في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية، من خلال خلق وعي بحثي وإعلامي يمكنهم من امتلاك المعارف والمهارات لفهم الرسائل الإعلامية والتحقق منها، وتحقيق القدرة على التدريس والفهم النقدي وصولاً إلى إجادة مهارات إنتاج المواد الإعلامية، وبما يحقق خدمة أساسية لعامة الناس في المجتمع. كما يعالج المنهاج الدراسي برؤية تعليمية نقدية كيفية تعاطي الإعلام مع قضايا مجتمعية كتسليع المرأة في الإعلان التجاري، والتوظيف السياسي والأيدولوجي للمضامين الإعلامية. في النتيجة، فإن توظيف التقنيات الحديثة والإعلام الرقمي في معالجة القضايا والأحداث المجتمعية هو جوهر اختصاص الفصل الدراسي. ويجب أن نفصل ما بين متغيرين للعنوان الأول هو التربية أو الثقافة الإعلامية، والمتغير الثاني هو التربية الرقمية حول الإعلام الرقمي من

الإلكترونيات والمواقع والإعلام الاجتماعي وما يتصل به.

### ثانياً: أهداف الفصل

- تعزيز قدرات الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية ومقاصدها.
- بناء مهارات الطلبة في البحث عن المعلومات والتحقق منها.
- تشكيل وعي إعلامي نقدي لمختلف المضامين الإعلامية.
- إجادة الطلبة للتطبيقات الإلكترونية اللازمة التي تمكنهم من إنتاج وتوزيع منتجاتهم الإعلامية.

### ثالثاً: مخرجات الفصل

- قدرة الطلبة في النشر والتدوين من خلال امتلاك منصات إلكترونية كالمدونات.
- القدرة على تحويل النصوص إلى مواد سمعية وبصرية باستخدام تطبيقات كـ Audicity ، Pixler ، Story Maker ... إلخ.
- إجادة استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة في بث رسائل إعلامية ومجتمعية.
- امتلاك نظرة نقدية تحليلية للرسائل الإعلامية.
- تصميم وإطلاق حملات إعلامية مجتمعية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

### رابعاً: موضوعات الفصل

الأسبوع	الموضوع	النقاش	التطبيقات	المهام
#١	التعريف بالفصل والموضوعات			
#٢	مدخل إلى فهم التربية الإعلامية	لماذا تدرّس التربية الإعلامية والرقمية؟		
#٣	صحافة المواطن وإنشاء منصات إلكترونية		Wordpress	التدرب على إنشاء المدونة وإدارتها
#٤	الهوية الرقمية/ مهارات البحث والتحقق من المعلومات	ماذا نقصد بالهوية الرقمية؟ وكيف نتحقق من مصادر المعلومات؟	Google advanced search	التحقق من مصدر حدث وإعداد تقرير لا يزيد عن ٣٥٠ كلمة

#٥	التفكير النقدي (خارج الصندوق)		ورقة نقديّة
#٦	التأطير كمدخل لفهم التربوية الإعلامية		
#٧	موضوعات نقاشية في التربية الإعلامية: مثل حقوق الإنسان/حق الحصول على المعلومات/التوع الاجتماعي، الجنس	كيف نستشعر الحرريات وحدودها؟	(تقديم ورقة لكيفية تغطية الصحافة لأحد من هذه المواضيع)
#٨	Med Exam	شق نظري وشق عملي	
#٩	الإعلان ونسليع المرأة	استخدام Pixlr	رصد ٣ إعلانات تلفزيونية وتحليلها
#١٠	الإعلام والرأسمال المالي (سلطة المال)	كيف يوجه المال الرسالة الإعلامية؟	
#١١	Guest Speaker خبير إعلانات محلي عن آلية وضعها وتصميمها والرسائل التي تحملها وطرق تشيها		
#١٢	التربوية الإعلامية وتعزيز الموروث الثقافي والاجتماعي	هل يعزز الإعلام الثقافة والموروث المحلي؟	إعداد تقرير (الالكتروني) يرصد ويحلل تغطية الإعلام لحادثة اجتماعية
#١٣	الإعلام والتعبئة السياسة	Story Maker	تحليل ٣ أخبار من مواقع حزبية وكشف عملية تأطيرها وإعدادها ضمن مادة مرئية

#١٤	الأخلاقيات في الممارسة الإعلامية	audacity	رصد انتهاكات أخلاقية في وسائل إعلام مسموعة ضمن مادة إذاعية
#١٥	الامتحان النهائي	شق نظري وشق عملي	العملي: مادة مرئية ومكتوبة حول تصورات الطالب لعرض قضية محددة ضمن اختصاصه

### خامساً: تفاصيل الواجبات

الأسبوع	تفاصيل الواجب	الدرجات	ملاحظات
٤#	التحقق من مصدر حدث وإعداد تقرير لا يزيد عن ٣٥٠ كلمة.	٥	يجب نشره مع صورة ذات علاقة على المنصة الخاصة بالطالب.
٥#	ورقة نقدية عن قضية إعلامية بحدود ٣٠٠ كلمة يعرض فيها الطالب رأيه العلمي في طرق تناولها.	٥	تنشر على المدونة مع صورة ذات دلالة.
٧#	إعداد ورقة حول قضية من التي طرحت في المحاضرة بالمهارات التي سبق تعلمها في المادة لا تتجاوز ٥٠٠ كلمة بأمثلة.	٥	يجب نشره مع صورة ذات علاقة على المنصة الخاصة بالطالب.
٩#	رصد ٣ اعلانات تلفزيونية وتحليلها من خلال لفظات ثابتة تكون في نص التحليل.	٥	ألا يتجاوز النص التحليلي لكل إعلان ١٥٠ كلمة، ويكون بشكل تفصيلي حول رسالة الإعلان ونقدها.
١٢#	إعداد تقرير إلكتروني يرصد ويحلل تغطية الإعلام لحادثة اجتماعية باستخدام التطبيق المذكور في المهام.	٥	نشر الواجب المطلوب في المدونة.
١٣#	تحليل ٣ أخبار من مواقع حزبية وكشف عملية تأطيرها وإعدادها ضمن مادة مرئية لا تتجاوز ٩٠ ثانية يتخللها تعليق بصوت الطالب وأمثلة مرئية ومصورة.	٥	نشر رابط الفيديو من موقع «يوتيوب» على المدونة مع نص توضيحي لا يتجاوز ١٠٠ كلمة.



١٤#	رصد انتهاكات أخلاقية في وسائل إعلام مسموعة ضمن مادة إذاعية لا تتجاوز مدتها ٩٠ ثانية من خلال التطبيق المذكور في المهام، مع الاستعانة بأئلة مسموعة في المادة.	٥	نشر رابط المادة من خلال موقع "ساوند كلاود" على المدونة وشرح لا يتجاوز ١٠٠ كلمة.
١٥#	مادة مرئية لا تتجاوز ٦٠ ثانية ومكتوبة لا تتجاوز ٤٠٠ كلمة حول تصورات الطالب لعرض قضية محددة ضمن اختصاصه، مستخدماً التطبيقات الرقمية اللازمة.	١٥	نشر المشروع النهائي على المدونة.

### سادساً: طرق التدريس

- ١ - محاضرتان أسبوعياً يتم خلالهما التأصيل للمعرفة النظرية والمفاهيمية للموضوعات الدراسية.
- ٢ - تدريب مختبري ساعتين أسبوعياً لتمكين الطلبة من استخدام التطبيقات اللازمة لخدمة موضوعات التربية الإعلامية.
- ٣ - إعداد أوراق نقدية وتحليلية عن موضوعات التربية الإعلامية.
- ٤ - استخدام الهواتف المحمولة وتطبيقاتها اللازمة لعرض قضايا التربية الإعلامية بطرق رقمية.

### سابعاً: توزيع العلامات

الحضور والمشاركة	١٠ درجات
الامتحان النصفي	٢٥ درجة
مهام وواجبات	٣٥ درجة
الامتحان النهائي	٣٠ درجة

### استراتيجية إدخال الفصل للجامعة

يجب إدخاله بدايةً كفصل دراسي لكونه موضوعاً هاماً، بعد إقراره من قبل الجهات المسؤولة عن المناهج الدراسية للدراسات العليا، وكذلك الدراسات الأولية في الجامعة، وبعد تقييم التجربة، بالإمكان طرحه على الكلية وتبنيه ليكون فصلاً دراسياً، يتسم بالأهمية اللازمة بالنسبة إلى الدراسات العليا والأولية في كليات وأقسام الإعلام.

## اقتصاديات المعرفة في العصر الرقمي

كثيراً ما تستخدم مصطلحات متعددة للتأكيد على جوانب مختلفة لاقتصاد المعرفة، منها مجتمع المعلومات والاقتصاد، والاقتصاد الرقمي، وشبكة الاقتصاد الجديد أو اقتصاد المعرفة وثورة المعلومات.

وبناءً على ما تقدم، فإن اقتصاد المعرفة في الأساس يقصد به أن تكون المعرفة هي المحرك الرئيس للنمو الاقتصادي. واقتصادات المعرفة تعتمد على توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصال واستخدام الابتكار والرقمنة. وعلى العكس من الاقتصاد المبني على الإنتاج، حيث تلعب المعرفة دوراً أقل، وحيث يكون النمو مدفوعاً بعوامل الإنتاج التقليدية، فإن الموارد البشرية المؤهلة وذات المهارات العالية، أو رأس المال البشري، هي أكثر الأصول قيمة في الاقتصاد الجديد، المبني على المعرفة. وفي الاقتصاد المبني على المعرفة ترتفع المساهمة النسبية للصناعات المبنية على المعرفة أو تمكينها، وتمثل في الغالب في الصناعات ذات التكنولوجيا المتوسطة والرفيعة، مثل الخدمات المالية وخدمات الأعمال.

وبحسب ما جاء في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بأن الاقتصاد المعرفي هو: نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد، والمجتمع المدني، والسياسة، والحياة الخاصة وصولاً إلى ترقية الحالة الإنسانية باضطراد، أي إقامة التنمية الإنسانية، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية.

كما أن اقتصاد المعرفة هو المجال الذي يهتم بتحسين رفاهية الأفراد والمنظمات عن طريق دراسة نظم إنتاج وتصميم المعرفة، ثم إجراء تنفيذ التدخلات الضرورية لتطوير هذه النظم، ومن جهة يولد هذا الفرع نماذج نظرية من خلال البحث العلمي، ومن جهة فهو يطور الأدوات العلمية والتقنية التي يمكن تطبيقها مباشرة على العلم الواقعي، وبحسب رأي د. سهام الشجيري، فإن الاقتصاد المعرفي يهتم بما يلي:

1. إنتاج المعرفة: وتشمل ابتكار وإكساب ونشر واستعمال وتخزين المعرفة.
  2. صناعة المعرفة: وتأتي نتاجاً عن نشاطات التدريب، والاستشارات، والمؤتمرات، والكتابة، والبحث العلمي والتطوير التي تقود إلى عملية التحول.
- وقد مرت وسائل الإعلام بمراحل تطور عديدة خلال سعيها لنقل الواقع المعاش، ويرى جيمس هارلس أن وسائل الاتصال ظلت حتى القرن التاسع عشر تعتمد على

المحاكاة والفن والموسيقى، وخلال هذا القرن حدثت الثورة الصناعية التي أدت إلى تراكم المعرفة وابتكار العديد من آلات الاتصال مثل كاميرا التصوير الفوتوغرافي والتلفون والفونوغراف والسينما والراديو.

ولقد أضحى الإعلام بالفعل في ظل هذا المجتمع الجديد مادة أولية أئمن وأنفس من جميع المواد الأولية الأخرى المعروضة في اقتصاد السوق في الوقت الراهن، فالتركيز على اقتصاد المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومجتمعات المعرفة باعتبارها الركائز الأساسية التي تبنى عليها الاقتصادات المتطورة وحتمية اعتماد هذه الاقتصادات الناشئة عليها، ويمثل اقتصاد المعرفة القطاع الجديد والذي أصبح إلزامياً ومكماً لباقي القطاعات الاقتصادية المعروفة لدى الجميع. ونتيجة للتطور المذهل والمستمر في العلم والتكنولوجيا حصل ما يعرف بالتراكم المعرفي خاصة في البلدان المتقدمة واجتمعت وتضافرت كل المعطيات المؤهلة، لذلك ظهر إلى الوجود ما يعرف بمفهوم اقتصاد المعرفة ليستحوذ على مختلف النشاطات الاقتصادية بمختلف فروعها وقطاعاتها وبالتالي فرض وجوده لينضم إلى باقي القطاعات الثلاثة السابقة، وهي قطاع الزراعة والصناعة والخدمات، ليبرز وجوده ويفرض وجوده ضمن قطاع جديد يسمى بقطاع المعلومات.

إن اقتصاد المعرفة بطبيعته منفتح على العالم، لأنه لا يوجد اقتصاد يمكنه خلق وابتكار المعرفة من دون أن يشارك أو يستورد المعارف الجديدة من الآخرين، كما أن المناخ الاقتصادي على المستوى الكلي في الاقتصاد المبني على المعرفة، يجب أن يكون مشجعاً للاستثمار في المعرفة والمعلومات والقدرة على الابتكار، وهو أمر في غاية الأهمية، لأن ضمان ديمومة الاقتصاد المبني على المعرفة يقتضي ضرورة تشجيع الاستثمار في المستقبل والذي قد تكون معدلات العائد عليه منخفضة أو محدودة، ولذا تحتاج مثل هذه المجالات إلى دعم السياسة الاقتصادية في الدول التي تسعى نحو تحقيق الاقتصاد المبني على المعرفة، ويتميز اقتصاد المعرفة بمجموعة من السمات والخصائص الأخرى التي تميزه على الاقتصاد التقليدي ومن خلال مراجعتنا للأدبيات التي تناولت سمات وخصائص اقتصاد المعرفة، وجدنا أنه لا يخرج عن الصفات التالية أنه كثيف المعرفة يركز على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال المعرفي والفكري.

## الفصل (الساوس)

### التربية الرقمية في مواجهة الإشاعة والدعاية

#### ماهية الإشاعة في مجتمع الامية الرقمية

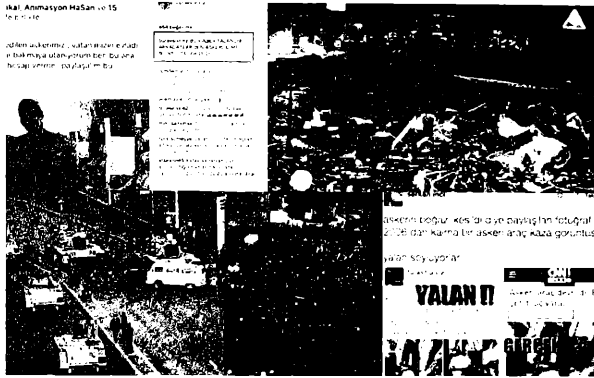
إن الباحث ومن خلال دراسة المجتمع ومتابعة توجهاته واقتناعاته حيال العديد من المواقف والأحداث التي أستاذت باهتمام الإعلام في تغطيات أخبارية، توصل إلى أن أفراد المجتمع من البسطاء محدودي التعليم أكثر تصديقاً لما تبثه وسائل الإعلام لعدم قدرتهم على التفرقة بين الإعلام والدعاية، بين الحقيقة والتضليل. ولقد وضع القائمون على متابعة انتشار الإشاعة تعريفاً بأنها عبارة عن خبر أو معلومة غير مؤكدة قد تكون قريبة من الصدق ومن الكذب أو مبالغاً في دقتها، تنتقل من شخص إلى شخص آخر، وهذا سر نجاحها وانتشارها في أوقاتها المناسبة.. وهي لا تطرح فكرة جديدة أو نظرية مفيدة، بل تتناول أخباراً ومعلومات عن موضوع أو شخص أو موقف ما. وسواء كانت الإشاعة تتناول معلومة صحيحة أو مفبركة، فإنها في جميع الحالات لا بد لها وأن تحتوي على جانب غامض، وظيفته إثارة الجدل العقيم والنقاش الهدام حول موضوع الإشاعة، وهو أمر يحقق أهداف الإشاعة، خاصة في المجتمعات التي تفتقر إلى الوعي ونحتاج إلى نضوج في التحليل النقدي للمنتوج الإعلامي ضمن مفاهيم التربية الإعلامية والرسمية.

#### الإشاعة في العصر الرقمي

إن أساليب الإشاعة تبدلت في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بحكم تبدل مفاهيم الإعلام وأساليب التعامل به، وفقاً للمتغيرات العامة، ومنها ظهور تقنيات الإعلام، حيث ظهرت استخدامات الإعلام الرقمي عبر الإنترنت، وأصبحت آليات التعامل مع الإشاعة تتم عبر الصور والفيديوهات، والمنشور الذي سرعان ما يأخذ مدياته عبر أنحاء العالم، وقد يكون إشاعة على نطاق دولي وتوفر لها البيئة الإلكترونية في

سرعة الانتشار. وفي هذا السياق، فإن صوراً تعبر عن إشاعات أطلقت خلال الانقلاب العسكري ضد حكم الرئيس رجب طيب أردوغان في تركيا في ١٥ تموز/ يوليو ٢٠١٦ وهي كما يلي:

خمس إشاعات كاذبة حول ما جرى في أثناء الانقلاب العسكري بتركيا



تمكن الصحفي التركي محمد أتاكان فوصا من رصد الأخبار والشائعات والصور الكاذبة التي انتشرت في وسائل الإعلام التركية إثر محاولة الانقلاب التي هزت تركيا ليلة محاولة انقلاب تموز/ يوليو ٢٠١٦، وفيما يلي بعض تلك الإشاعات الكاذبة مع الحقائق الكاملة عنها:

الجندي الذي تعرض للذبح



هذه الصورة تم تناقلها على نطاق واسع في مواقع التواصل الاجتماعي، وقدمت على أنها تعود للجندي الانقلابي الذي تعرض للذبح على جسر البوسفور. وبعد البحث في محرك «غوغل صور»، تبين أن الصورة التقطت في سوريا عام ٢٠١٣.

## asyon HaSan ve 15

rimiz , vatanımızın evladı.  
utaniyorum ben bu ana  
meli paylaşım bu



burakslvmrz

464 beğenme

burakslvmrz BU HABER YALANDIR  
ARKADASLAR BEN ASKERLİGİMİ  
BITİRELİ YILLAR OLDU !!!!!

rumdemir @csra\_acar\_58 @bfrom90s  
@ezgi.damar @miraydemirel @kdrysmı  
@esmaanr @bahaarozcan @sare.varol  
@ahsenneroglu @aciportakal

ecemizle Oh be yalanmış

tc\_asena.42 @ebru\_aksan442 bak  
gercek dedim sana

mlhribansmsk @zehrasmndr palavracı  
ingiliz kopegi iste

tunc.sumeyye Vailami ben de instagram  
adresinde paylaşmıstım abi sildim ama  
@burakslvmrz

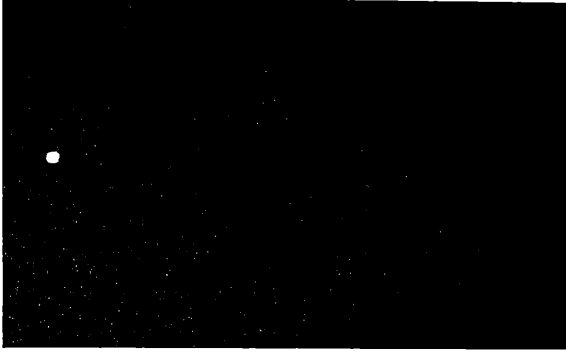
atakann45 Kafası koparılan diye  
andılandığınız vatan haini .tank  
ilerlemesin diye önünde duran vatandaşı

nirvan

أما الصورة أعلاه فقد تناقلها أيضاً العديد من رواد مواقع التواصل الاجتماعي وادعوا أنها للجندي الذي تعرض للذبح. وقد قام الصحافي التركي فاتح بورتاكال بإعادة نشرها على صفحته في فيسبوك. في الحقيقة، هذه الصورة لا تعود للجندي التركي وإنما لشاب اسمه براك ساليفرمز قام بنشرها في فيسبوك عندما كان يؤدي الخدمة العسكرية. وقد نبه ساليفرمز على حسابه في إنستغرام أن صورته تلك تم نسبها بالخطأ لجندي مذبح على مواقع التواصل الاجتماعي.

### تفجير في مركز للشرطة في أنقرة

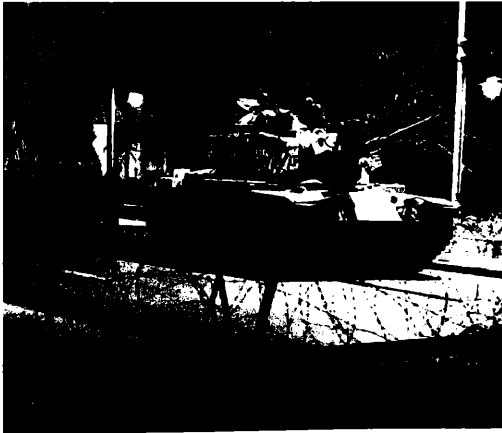
هذا الفيديو تداوله العديد من وسائل الإعلام، منها «CNN Türk» و«T24» و«Cumhuriyet Daily»، وقالت إنه يظهر تفجيراً وقع في أحد مراكز الشرطة بالعاصمة أنقرة.



لكن في الحقيقة الفيديو تم تصويره في قطاع غزة عام ٢٠١٤.

غوغل صور: في التحقق من الصور الرقمية

هذه الصورة التالية التي ادعى العديد من رواد الإنترنت أنها التقطت في أنقرة ليلة المحاولة الانقلابية، تظهر في الحقيقة الاحتجاجات التي اجتاحت مصر إبان ثورة كانون الثاني/يناير ٢٠١١.



كذلك تم تقديم هذه الصورة على أنها من أنقرة، لكنها التقطت في مصر أيام ثورة كانون الثاني/يناير ٢٠١١.

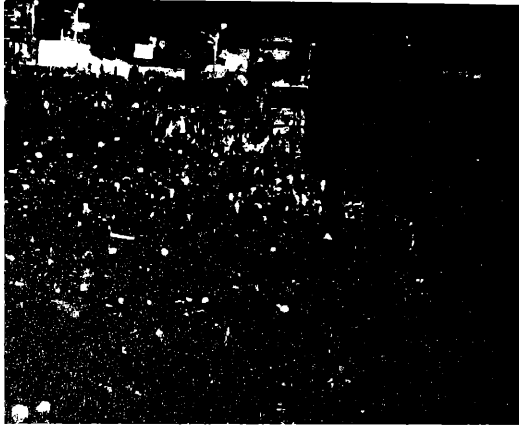


أما الصورة أدناه فلم يتم التقاطها في مطار أتاتورك كما ادعى بعض رواد الإنترنت، وإنما في الحقيقة هي صورة لحادث سقوط مروحية وقع في كوريا في العام ٢٠١٥.



الصورة التالية قدمت على أنها تظهر الاحتجاجات التي عمت شوارع تركيا أثناء محاولة الانقلاب. أما في الحقيقة فهي تعود لمسيرة نظمت في مدينة طنجة المغربية في ٢٠١٥ للاحتجاج على ارتفاع أسعار فاتورة الكهرباء والماء.





هل تعرض هذا الجندي للسحل؟

بسبب انتشار كم هائل من الصور والمعلومات الكاذبة، أصبح المواطنون يشكّون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي. لكن في بعض الحالات، ما يعتقد بأنه خبر كاذب يمكن أن يكون صحيحاً. والعديد من رواد الإنترنت قالوا إن هذه الصورة التي قدّمت على أنها تعود لجندي يتعرض للسحل ليست صحيحة، وإنما تعود لحادث سيارة وقع في (مدينة وان) شرق تركيا في العام ٢٠٠٦.

serkan inci Takip et

askerin boğazi kesildi diye paylaşılan fotoğraf  
2006'dan kalma bir askeri araç kaza görüntüsü!

yalan söylüyorlar...



ALPTEKİN

لكن بعد التحقق، اتضح أن هذه الصورة تظهر جندياً تركياً تعرّض فعلاً للسحل على جسر البوسفور. فقد تم توثيق الحادثة بفيديوهات عديدة تم بثها على المباشر على موقع التواصل الاجتماعي عن طريق التطبيق «Periscope».

التطور المرحلي لانتقال

الإشاعة

من الطبيعي أن تبدأ عملية

بث الإشاعة من مصدر معيّن، وإن كان في الحقيقة لا يمثّل مصدرًا، لأنه يختفي خلف ستار ليكون بحكم المجهول عندما يبث الإشاعة، وعندما تبدأ عملية الإرسال والتغطية والتلقي، وحينما يقوم شخص معين لنسمة الشخص الأول، بإبلاغ الشخص الثاني بمعلومة معيّنة، فإن الأخير يتلقى هذا النبأ ثم يعيد صياغته من جديد، وذلك بإضافة معلومة جديدة، أو بحذف معلومة منه، وذلك حتى يصبح موضع النبأ أو الخبر أكثر ملاءمة لمستواه التعليمي والثقافي وطريقة تفكيره، وبعد قيام الشخص الثاني بنفسه بعملية التحليل وإعادة الصياغة هذه، يقوم بنقل الخبر إلى الشخص الثالث الذي بدوره سيعيد صياغته مرة أخرى ليصبح ذا معنى بالنسبة إليه، بعد ذلك يقوم بنقله إلى آخرين، وهكذا تستمر دورة النقل والتلقي لعدد الأشخاص والمجموعات البشرية. ومن أجل أن نحكم على هذه الطريقة في التعامل بين الناس بالإشاعة وتوسّعها بينهم، يجب أن نخضعها حسب طبيعة سرّياتها للمراحل الأربع الآتية:

المرحلة الأولى: مرحلة الإبلاغ (الشخص الأول يبلغ الشخص الثاني بأن رواتب الموظفين قد سرقت.

المرحلة الثانية: التلقي (الشخص الثاني يتلقى الخبر من الشخص الأول).

المرحلة الثالثة: مرحلة الصياغة والتحريف (الشخص الثاني يربط بين سرقة الرواتب وعقوبة سجن أحد الحراس، فيقوم بإعادة صياغة الخبر ليصبح أكثر منطقية بالنسبة إليه).

المرحلة الرابعة: مرحلة إعادة التدوير والنشر (الشخص الثاني يبلغ شخصاً آخر بأن أحد حراس المصرف سرق رواتب الموظفين).

ونحن دوماً نكرر بأنه يجب أن يكون المجتمع على قدر من المسؤولية النوعية عندما يتعرض للمضمون الإعلامي بالقراءة أو الاستماع أو المشاهدة لكيلا نفسح المجال لأصحاب الإشاعات والحروب النفسية أن يمارسوا دورهم ضد الناس، وفي إطار موضوع سرقة البنك وسجن الحارس فإن المسألة جرى تأويلها، لأن أصل الخبر أن الحارس، سجن على خلفية مشكلة اجتماعية مع أحد جيرانه ولا علاقة له بالسرقة، وأنه بالأصل كان مسجوناً وقت الاعتداء على البنك وسرقة رواتب الموظفين. لكن القصة الخبرية حرفت وظهرت بالعنوان الآتي «سجن حارس بنك لسرقته رواتب موظفين». وعلى سبيل المثال: في العراق - بسبب الظروف المضطربة - فإن الناس تتلقى سيلاً كبيراً من الإشاعات، منها مثلاً: اغتيال عشرة أشخاص على أساس طائفي في منطقة من مناطق العاصمة بغداد، بينما الحقيقة هي: شخص واحد اعترضته مجموعة مسلحة منطرفة مذهبياً أو دينياً، وقد يكون قتل أو هدد بالقتل أو اختطف. والناس بسبب هوس

الظرف الشاذ أخذت تحكي وتثير النقاش الذي وصفناه بالعقيم، لأنه نقاش لا فائدة منه ولا يتعلق بإنتاج فكرة متطورة، أو منتج صناعي جديد، أو قضية من قضايا الإبداع الفكري التي تخدم الحياة. وبرغم عدم نفيها لحرق المساجد، إلا أن ذلك ولد انطباعاً نفسياً لدى الناس بأن مجرد اغلاق باب مسجد، فإنه وضع في احتمالية التهديد أو التجاوز على المصلين. وبناء على هذه المعلومات المهمة يقوم الشخص المتلقي بتحليل وصياغة المعلومة التي تلقاها منذ قليل لتصبح منطقية بالنسبة إليه، فيضيف إليها أو يحذف منها ما يلزم ثم يقوم بعد ذلك بإبلاغها إلى الشخص الثالث أو الطرف الثالث، فتصاغ الحكاية أو الإشاعة على أن الشيعة أحرقوا مسجداً للشيعة، ثم يقوم هذا الطرف الثالث بصياغة المعلومة من جديد ويرسلها لطرف رابع، على أن الشيعة أحرقوا مسجداً للسنة ثاراً لأحراق حسينية لهم من قبل السنة. وهكذا تواصل مسألة التناويل والتحريف ضمن مسلسل الإشاعات التي تشمل كثيراً من الناس كلما كانت أهميتها كبيرة وموضوعها حساساً، لكن لو كان الناس قد تلقوا معلومات إعلامية وافية في حياتهم ودراساتهم وأصبحوا على وعي كبير لأدركوا كيفية تناول القصة بشيء من التحليل، وفسروا حقيقة الأمور من دون أن تنطلي عليهم آراء الآخرين.

## طرق تلقي الإشاعة

هناك ثلاث طرق يتلقى بها الأشخاص الإشاعة، يختلف عن بعضها البعض من حيث طبيعة تلقي وإدراك كل طرف، من هذه الطرق الثلاث الآتية:

الأولى: التلقي النقدي.

الثانية: التلقي العاطفي.

الثالثة: التلقي المحايد.

التلقي النقدي: وتتناول هذه الطريقة التلقي بالنقد الموضوعي العلمي الذي يستند إلى فهم واستدراك باستخدام العقل، ويتحقق ذلك حينما يكون الشخص ملماً بمعلومات ويقدر كاف من المعرفة حول موضوع الإشاعة إذ يستطيع أن يستخدم تفكيره النقدي في تحليل الخبر، وعندها سيكون لديه تنابع منطقي، فهو يسمع، ثم يحلل، ثم ينقي الخبر من الشوائب، ثم ينقله إلى شخص آخر نقياً خالصاً من الأكاذيب والمبالغات. وكثير من المتلقين الواعين فكرياً، يعمل على إعادة المعلومة لصاحبها فوراً، ويقتلها في مهدها، وبالتيجة تموت من دون أن يسمح بإشاعتها بين الجمهور.

التلقي العاطفي: هي الطريقة التي تأتي عكس سابقتها (طريقة التلقي النقدي) حيث

يتلقى بها الشخص الإشاعة وهو تحت تأثير العاطفة وليس العقل، فهو يريد تصديق الإشاعة حتى وإن لم تكن منطقية بالنسبة إليه، وذلك لأن موضوع الإشاعة يشبع عاطفة أو رغبة لديه، وفي ذلك تعبير أو انعكاس عن شيء من الحالة النفسية غير المستقرة. وهذا النوع من التلقي يحدث بكثرة وقت الأزمات، فحينما يتعرض مجموعة معينة من الناس لأزمة مشتركة، فطريقة تلقيهم للإشاعة ونشرها، تتوقف على ظروف وطبيعة الأزمة التي هم فيها، ومثال ذلك عندما يسافر مدير دائرة إلى الخارج وبلده يتعرض لتهديدات خطيرة، مثل الحرب الأهلية أو العنف الذي يهدد السلم المجتمعي، وتأخر المدير عن توقيعه على صكوك رواتب موظفي دائرته بسبب سفره، فإن الإشاعة تنتشر وتأخذ عنوان (عدم صرف رواتب الموظفين بسبب هروب المدير العام إلى خارج البلاد) وترك وظيفته، خاصة وأن الموظفين يقعون تحت تأثير الوضع العام وكذلك تأثير الجنب الاقتصادي وحاجتهم لصراف راتبهم الشهري، فتنظلي عليهم أو على كثير منهم الإشاعة. فالناس في وقت الأزمات يكونون تحت تأثير عاطفي شديد، فضلاً عن ذلك، انعدام المعرفة أو العقلية التحليلية لدى الكثير من العامة.

التلقي المحايد: وهذه الطريقة تختلف عن سابقتها، كونها تنحصر في إطار الحيادية من قبل المتلقين غير الأبهين بالأمر، وتحصل هذه الحالة حينما لا يملك المتلقي العقلية النقدية، وحينما لا يكون تحت أي تأثير عاطفي تجاه الخبر الذي يسمعه، فإنه في هذه الحالة يكون حيادياً، أي إن الخبر لا يمثل له أي أهمية، لذلك يتلقاه بعدم اكتراث، ثم ينقله إلى شخص آخر بعدم اكتراث أيضاً، لذلك تجده حينما ينسى بعض الكلمات أو الأرقام من المعلومة أو الخبر الذي سمعه، فإنه يقوم بتعويض ما نقص من تلقاء نفسه، ومن هنا ندرك سر أن بعض الإشاعات تتضارب فيها الأرقام صعوداً وهبوطاً، كأن تسمع مثلاً أن وزيراً سابقاً قد سرق مليون دولار، وتسمع من شخص آخر أنه سرق مليونين، وقد يقول لك ثالث لا بل سرق مائة ألف دولار فقط.

## مصادر الإشاعة وأسباب إطلاقها؟

وفقاً لطبيعة الوظيفة التي يتم فيها تناول الإشاعة وتوليها، يمكن أن نحصر أربعة مصادر للإشاعة، وذلك حسب التصنيفات الآتية:

أولاً: عدوّ واعٍ العدو يدرس ظروفك ويحلل نقاط ضعفك، ثم في وقت أزمته ينشر الإشاعة المناسبة التي يحقق منها منفعة الخاصة، مثل الإشاعات التي تبثها إسرائيل عن بلادنا العربية ونصدقها وبيصدقها العالم، لأننا في وقت أزمات مستمرة وضعف دائم، فإن من يتربص بك أول ما يقوم به هو بث الإشاعات عنك لإيقاف مشروعك،

أو لممارسة مزيد من الضغوط النفسية عليك، وإضعاف معنوياتك وتعويق عطائك. الإشاعة في الأصل هي من تدبير الدول وأجهزة المخابرات، لكنه بطبيعة الحال، فإن الإنسان هو ذاته يمارس الإشاعة وفق ما يشاء.

ثانياً: صديق جاهل: قد يحاول صديق لك ويحسن نية أن يدافع عنك في موقف ما أو يظهره بمظهر جيد أمام الناس، فيخبر آخرين عنك بأشياء ليست فيك، وبأفعال لم تقم بها، ومن هذا الباب قد تأتي الإشاعة.

ثالثاً: صاحب مصلحة: هو المستفيد من انتشار الإشاعة، مثل بعض الشركات التي تحارب منافساتها بهذا السلاح غير الشريف، أو الأخرى التي تطلق إشاعات إيجابية عن نفسها لتحقيق أفضل المبيعات.

رابعاً: شخص جبان: الجبان ينشر الإشاعة لتبرير جبنه.. وأول من يصدق إشاعته هم أناس جبناء مثله، ثم بعد ذلك تنتقل الإشاعة منهم إلى الأسوياء لمحاولة إصابتهم بالجبن.

### شروط نجاح الإشاعة

ليس كل خبر يمكن أن يتحول إلى إشاعة بسهولة، فالإشاعة تحتاج إلى شروط محددة يجب توفرها لكي تنتشر بين الناس، أهم هذه الشروط:

١- الأزمات والاهتمامات المشتركة: يجب أن يكون هناك أزمة معينة تجعل الناس مهياً لتقبل الإشاعة مثل فترات الحروب والكوارث الطبيعية والأحداث والتحويلات الاجتماعية الكبرى.

٢- الغموض: كما ذكرنا سابقاً، يجب أن يتوفر جانب من الغموض في الإشاعة، فالإشاعة لا تقدم معلومة مؤكدة بل معلومة تحتاج إلى برهان ودليل.

٣- الانتشار التصاعدي: لا تنتقل الإشاعة بصورة فجائية بين الناس، بل تنتقل بصورة متدرجة من فرد إلى مجموعة من الناس تجمعهم اهتمامات مشتركة، ثم بعد ذلك تتسرب الإشاعة من هذه المجموعة إلى مجموعات وأفراد آخرين، ومثال على ذلك: الإشاعات التي تنتشر بين طلاب المدارس، كاحتراق المدرسة قبل الامتحان، أو ضياع ورقات الإجابة، أو بين الموظفين والعمال الذين يعملون في مكان أو مجال واحد، كالإشاعات التي تتعلق بالعلوات السنوية، أو تسريح الموظفين.

### مفهوم الإشاعات والمخاطر المعالجات

تعني الإشاعات جمع إشاعة، والإشاعة في اللغة: أصلها من الشيع والانتشار، وقد استعملت في الأخبار التي تنتشر من غير تثبت. وفي الاصطلاح: النبأ الهادف الذي

يكون مصدره مجهولاً، والشائعة هي: الأفكار التي يتناقلها الناس من دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها. والشائعة هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو هي المبالغة في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة. وهي سريعة الانتشار، ذات طابع استفزازي أو هادئ حسب طبيعة ذلك النبأ. وكما أوضحنا بأن مطلق الإشاعة يبغون إشاعة الفاحشة وزرع الحقد والكراهية بين الناس. وهي ربما تكون ذات هدف داخلي أو خارجي، غايتها إبعاد الجماهير عن الحقيقة وتحويلهم إلى ضحايا ومستهلكين يتقبلون الكذب والتضليل. إن المقصود من الإشاعات بشكل عام هو التأثير السلبي في النفوس، والعمل على نشر الاضطراب، وزرع عدم الثقة في قلوب الأفراد والمجتمعات، وعليه، استوجب الوقوف بوجه الإشاعات ومحاربتها وحماية المجتمع من التشرذم والضعف. وخطر الإشاعات عظيم من حيث مخلفاتها من آثارها السلبية على الفرد والمجتمع والأمة، فكم أشعلت من حروب، وكم أهلكت من قري، وكم أبادت من جيوش، وكم زرعت احقاد في الصدور، وكم خربت من بيوت، وفي عالمنا المعاصر الذي يشهد تطوراً تقنياً في وسائل الاتصال، أصبحت الإشاعة أكثر رواجاً وأبلغ تأثيراً. وإن الصراع بين الحق والباطل مستمر ولا يفتر أبداً في استخدام كل وسيلة تعوق الحق عن مواصلة طريقه، وتحقيق أهدافه، وأصبح الكثير من الجهات والأفراد ممن يحسنون صناعة الإشاعة وتوظيفها بالشكل الذي يحقق الغرض السلبي المطلوب في ذلك، وهو صد الناس عن الحق وأهله، والتفريق بين جمعهم، وكذلك في إشاعة الفاحشة بين ربوع الناس وفي المجتمع. ومن خطورة الإشاعات ما يلي:

- ١- تُعمي عن الحق وتُفضي إلى الخلافات والنقاش العقيم.
- ٢- أن ضررها أشد من ضرر القتل. فالإشاعات من أهم الوسائل المؤدية إلى الفتنة والوقعة بين الناس.
- ٣- أنها تعمل على شق صفوف الناس.
- ٤- سلاح المخادعين والجناء لبلوغ غاياتهم.
- ٥- تهدر الدماء وتضيّع الحدود.

### واجبات الناس حيال الإشاعات

هناك واجبات ينبغي التقيد والالتزام بها من قبل الناس في سبيل تشخيص الإشاعات ودحضها قبل الوقوع ضحايا لمطلقها، وهي ما يلي:

- ١- التثبت من الأخبار والإشاعات عند انتشارها في المجتمع.

٢- عدم ترديد الإشاعة وعدم الخوض مع الخائضين، بل محاولة تفنيدها بالتحليل النقدي.

٣- إن كانت ذات بعد دولي يجب الرجوع إلى أصحاب الاختصاص لدحضها، وإن كانت داخلية محددة يجب أن تُكشَف وبالإمكان معرفة مطلقها.

٥- التماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع الذي يقوم على الإيمان والتقوى وغرس الثقة المتبادلة وحسن الظن فيما بين الجماهير.

### الدعاية في الأفلام والفيديو

يقول روجيه غارودي السياسة الكبرى هي كيفية إعداد شعب إعداداً جيداً للعبودية من اليمين أو اليسار عن طريق الشاشة الصغيرة، وهو يتسم في سعادة وغفلة.. وإذا كان من السهل حكم الشعب الجاهل، فما أسهل ذلك عن طريق التلفاز.



ليس خافياً على أحد أن هوليود كنموذج دعائي دولي تعتبر واحدة من أهم مراكز صنع الدعاية في الانتخابات الرئاسية، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتسهم إلى حد كبير في رسم ملامح الرئيس المقبل، حيث يُعوّل عليها كثيراً في تمهيد الطريق للمرشح ما أو ممارسة سياسة الاقضاء للمرشح المنافس، ومن أساليب خطتها الناجحة حين تمهّد لرئيس أمريكي أسود، فإنها تلجأ إلى تكرار إسناد منصب الرئيس في الأفلام والمسلسلات إلى ممثل أسود محبوب. ويمارس الرؤساء سياسة استغلال إمكانات الدولة لخدمة حملته الدعائية، فضلاً عن اللجوء إلى كبريات شركات الدعاية الانتخابية

التي تحتاج مبالغ ضخمة، وبالنتيجة، فإن جزء كبيراً من حملات الرئاسة ينجح بأداء المرشح وقبوله الجماهيري، حتى إن المتابعين لشؤون الدعاية السياسية ركزوا على مسألة الإعجاب المتبادل بين مرشحي الرئاسة والسينما (العالمية بالطبع)، وتنتشر الانتقادات من قبل الكتّاب والمعلقين، ويتناولها خصوم الرئيس كنقطة سلبية بتسخير إمكانات الدولة، مستغلاً وظيفته كرئيس، وهذا الأمر في الواقع متبع بطريقة أكثر بشاعة واستغلالاً في البلدان النامية. وفي العودة إلى شركة هوليدو، فإنها صنعت أكثر من مائة فيلم وسلسلة تناولت انتخابات الرئاسة للرؤساء وحملاتهم الدعائية الانتخابية استلهمت بعضها من الواقع، وركزت بعضها على تفاصيل من خيال كُتابها، حيث يتحول مرشح الرئاسة إلى ممثل، والعمل مع مدير حملته الانتخابية في موهبة مخرج سينمائي يدير أداءه أمام الكاميرات لكسب قلوب وأصوات الناخبين.

### الأفلام السينمائية في الدعاية الانتخابية

ومن أبرز عناصر الدعاية الرئاسية عبر الأفلام السينمائية الدعائية أنها تستخدم أسلوب الترغيب بين المرشح والجمهور لأجل كسب ولائهم لصالح التصويت للمرشح، ومنها مثلاً في دعاية الرئيس الأمريكي باراك أوباما، فأناطت المهمة بشخصية ممثل أسود لطيف الشكل، مهذب الأخلاق، وهو يمارس دوراً خدمياً بين الناس، محباً لهم أو يظهر بجانب آخر يمثل القوة والخلاص من التحديات وكأنه البطل القوي المنقذ لأبناء شعبه، خاصة إذا كان البلد يعيش تحديات أمنية أو تهديداً خارجياً ويحتاج إلى رئيس منقذ، وهذه دعاية واضحة للمرشح الرئاسي. وغالباً ما نجحت هوليدو في استمالة الرأي العام لصالح من تقوم بإنتاج فيلم دعائي لصالح برنامج حملته الدعائية. ومن ميزة هوليدو أنها تضع بصمتها الخاصة في الأفلام الدعائية، ما يساعد على التخلص من الرتابة والملل الذي غالباً ما تقع فيه أفلام السينما الدعائية السياسية، وتفشل في إيصال الرسالة للجمهور بنجاح. لهذا نرى بعضها يحمل عناصر أفلام الإثارة والجريمة والكوميديا أحياناً. والخطب السياسية الحماسية للمرشحين واللقاءات التلفازية والمناظرات السياسية هي فقط الشكل الظاهر من حملات الرئاسة، وفي كواليس هذه الحملات يتم تقديم نموذج فيلمي لإدارة حرب ضخمة تتضمن تكتيكات للهجوم والدفاع، وخططاً بديلة في حال فشل الخطط الأصلية، وتحتوي هذه الأفلام في مضمونها عمليات تجميل لمرشح الرئاسة وإخفاء عيوبه وسقطاته التي تتم بالتوازي مع عمليات الكشف عن عيوب المرشح المنافس والمبالغة فيها، وصنعها إن لم توجد، وغالباً ما تستخدم في الحملات شخصيات مهمتها إدارة الأزمات الطارئة في أثناء الحملة، واستخدام كل الطرق المشروعة وأحياناً غير المشروعة لإنجاح المرشح الرئاسي، ومن المعروف أن حملات



الرئاسة تعتمد على نظريات علمية وفنية دقيقة ومدروسة بدقة وإتقان، وهي بالأصل عالم وعلم مستقل بذاته، ومهنة يعتمد طاقمها على نجاح مرشحها للبقاء والاستمرار لإدارة حملات أخرى، كما هو حال هوليود المعروفة بكفاءتها. يأتي ذلك ضمن شعار «انصر مرشحك صادقاً أو كاذباً». ومع أنه ليس مبدأ معلناً في حملات الرئاسة أو أي انتخابات أخرى، إلا أنه موجود بصورة كبيرة تصل إلى درجة التعصب، وعقب دخول عصر تقنيات الإعلام الحديثة في السنوات الأخيرة، دخلت الدعاية الرقمية بفاعلية قوية في الحملات الدعائية للمرشحين السياسيين أو الرئاسيين، تماشياً مع ثقافة الدعاية السياسية كنوع من الحملات الإعلامية، يديرها أشخاص يطلق عليهم اللجان الإلكترونية، مهمتهم تجميل صورة مرشح معين وتشويه المرشح المنافس، الأصل في هذه اللجان الإلكترونية أنها شخصيات تجيد فن التعامل مع برامج التواصل الاجتماعي على الإنترنت، وفق ما يلي:

١- تعمل مقابل أجر وخطة عمل موحدة تمثل بإغراق أكبر عدد من صفحات «تويتر» و«فيسبوك» وصفحات التعليق على مقالات رأي كبار الكتاب بردود مدروسة، وربما بشتائم مهينة لشخصيات معينة.

٢- إن الصورة الأخرى لهذه اللجان، يجسدها أنصار الأحزاب والجماعات المختلفة أو حتى الأفراد «المعجبين» بمرشح ما، كل ذلك جزء من الشكل المنظم لما يسمى بحملة إدارة عملية انتخابات الرئاسة التي يقودها مجموعة من الموهوبين والمحترفين، الذين تلخص مهمتهم في الترويج لمرشحهم وتجميل صورته.

### عناصر الحملات الدعائية

تتبع حملات الدعاية الرئاسية التي تقوم بها شركات الدعاية السياسية وجهات مختصة منهجاً وبرامج علمية، تناغم عقل الجمهور وتؤثر كثيراً في اختياره لصالح المرشح الذي تعمل لأجله، فتقوم بإنتاج أعمال فنية من خلال صور دقيقة للغاية للحملة، وبشكل خاص الأعمال الوثائقية، فالحملة تبدأ بتحديد عدة أمور منها:

- ١- تحديد مصادر التمويل، وتحديد رسالة الحملة الانتخابية.
- ٢- وفي التنظيم يجب اختيار مدير الحملة والمستشارين السياسيين بدقة.
- ٣- تحديد الأنشطة التي ستقوم بها الحملة وتوقيتاتها وأهدافها، بالإضافة إلى حملات الدعاية واللقاءات الإعلامية واللقاءات العامة والتظاهرات المؤيدة.
- ٤- الالتفات إلى الأنشطة الدعائية العصرية من خلال وسائط مثل الإنترنت، يجسد

هذه الآلية فيلم مثل «غرفة الحرب» The War Room، وهو الاسم الذي اختاره المخرجان كريس هيجيدوس وديه إيه بنبيكر لفيلمهما الوثائقي الأهم بين الأفلام التي رصدت عمل حملات الانتخابات الرئاسية، فالفيلم تم تصويره داخل كواليس حملة الرئيس كلينتون الأولى عام ١٩٩٢ وبإذنه، وهو يرصد بشكل دقيق كيف فاز كلينتون حاكم ولاية أركانساس، الشاب، في الانتخابات، ويحمل الفيلم قدراً كبيراً من الإعجاب والتقدير لفريق عمل حملة كلينتون، ويظهر طريقة عملهم التي تميزت بالتحركات السريعة والحسم، وأظهرت مرشح الرئاسة في صورة غير نمطية، تلقائياً وبسيطاً وصاحب أفكار غير تقليدية وصاحب خطاب بسيط وجذاب، كان هناك شيء ما واعد في مرشح الرئاسة ركزت عليه الحملة، واستطاعت العمل الدؤوب على التفاصيل التي تدفع بكلينتون إلى تحقيق النجاح، لم يكن كل طاقم كلينتون على المستوى نفسه، فهناك مشاهد من الفيلم تصور بعض خبراء الحملة يبادلون المنافسين تمزيق كل منهما لافتات دعاية الآخر.

### أزمة وتوغيت في الدعاية الانتخابية

في سياق الدعاية الانتخابية الرئاسية وتجديد كبريات شركات الدعاية والعلاقات العامة لصالح حملة مرشح ما، يبدو وكأن الإنسان قد تحوّل إلى سلعة يطوّعها لأغراض مستهدّفة وسرقة أصواتهم في غفلة من الزمن، وتعتمد هذه الشركات العملاقة في ذلك توظيف أدائها لإقناع الناخبين في لحظة ما، وتقوم على آلية تضيق دائرة تفكير كل فرد من أفراد المجتمع مستهدّفة بالحملة الدعائية، ومن دون السماح له باختيار الأفضل، حتى يجعلوا الفرد يعرف كيف حصل على صوته، هذا هو واقع السباق الرئاسي الذي كثيراً ما يبهز الجميع ويلفت انتباه الرأي العام الدولي، وربما حتى إعجابهم بالطرق الفنية المتبعة في الدعاية وآليات طرحها، خاصة خلال حملة الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة، فالصراع ينشط باتجاهين، وهما كما يلي:

١- اندفاع شركات الدعاية الانتخابية المتمثلة بالسينما لإدارة حملة الرئيس عندما يعلن ترشحه لولاية ثانية، كونه يملك المال والمؤسسات لصالحه، مستغلاً سلطته.

٢- اندفاع طرفي الصراع الانتخابي، سواء الرئيس أو مرشح حزبه، مع المرشح الخضم، لإجراء اتفاق رسمي وقانوني مع أفضل شركات الدعاية الانتخابية التي تقدم أفلاماً وفيديوات مؤثرة تخدم أغراض الحملة باتجاه الفوز. وتطبيقاً للمنهج العلمي للتربية الإعلامية والرقمية، لا بد من طرح السؤال الاستفهامي: كيف تفوز بمنصب الرئيس؟ وعند الفوز يتبدل، كيف فزت بالانتخابات الرئاسية؟ وأي آلية اعتمدها شركة الدعاية المكلفة؟

وبعيداً عن الأساليب التي تعتمد في هذه الأمور التي تشغل بال مجتمعات، فإن القاعدة الثابتة أن التنافس الشريف هو أقصر الطرق وأيسرها للوصول إلى عقل الناخب وكسب صوته، ذلك يتطلب من المرشح طرح برنامج الانتخابي بأسلوب ملهم وجذاب، يحمل رؤيته لإدارة البلاد وحل أزماتها خلال فترة حكمه، وبما أن تكتيكات الفوز كثيرة ومتعددة، لهذا، من المهم أن تعلم حملة مرشح الرئاسة خطط المنافسين، وحينما يكون أحد المرشحين هو الرئيس الفعلي للبلاد، وبحث عن فترة ثانية، فمن السهل أن يقوم بتجنيد بعض أجهزة الدولة لصالح حملته.

لقد وقع الرئيس الأمريكي الديمقراطي ريتشارد نيكسون عام ١٩٧١ في خطأ كبير عندما تجسس على حملة منافسيه من الحزب الجمهوري، وفي فيلم المخرج الكبير ألان جي باكولا «كل رجال الرئيس» (All the President's Men) لجأ الرئيس نيكسون ضمن تكتيكاته للفوز بفترة ثانية للرئاسة بدرجة عالية، إلى أعمال تنصت وتجسس غير مشروعة بالتنسيق مع كبار مساعديه، في محاولة مرفوضة قانوناً، ومجازفة خطيرة، للاستفادة من تجربة حملته الانتخابية الأولى التي فاز بها بصعوبة، وتم كشف الأمر بالصدفة في ٢٧ حزيران/يونيو ١٩٧٢ كما اشتهرت بها صحيفة واشنطن بوست حينما ألقى القبض على خمسة أشخاص بمقر الحزب الديمقراطي في واشنطن بتهمة السطو وزرع أجهزة تنصت، وتوجهت أصابع الاتهام إلى الرئيس نيكسون، ولم يكن هناك دليل، لكن متابعة جريدة الواشنطن بوست للموضوع بطريقة استقصائية، اعتبرت لاحقاً منهجاً استقصائياً بارزاً يدرّس في الأكاديميات الإعلامية، إذ نجحت أخيراً بالتوصل إلى معلومات خطيرة، بدأت نشرها بعد قرار شجاع لرئيس تحريرها وقتئذ. ومع أن نيكسون أراد إعلان إخماد شرارة التهمة ضده بإقالة اثنين من كبار مستشاريه لعلاقتها بالقضية، إلا أن الجريدة واصلت بحثها لأطراف القضية بجهود صحفيين هما: بوب وودوارد وزميله كارل بيرنستين، فاضطر ومع ازدياد حملة واشنطن بوست التي كشفت فيها الصحفيان مزيداً من حقائق الفضيحة في تحقيق استقصائي، اعترف نيكسون بعلمه بالأمر منذ البداية، وهو ما سمي بفضيحة «ووترغيت»، وطلبت لجنة التحقيق الأشرطة الموجودة في البيت الأبيض ورفض الرئيس تسليمها، ثم تراجع وقام بتسليمها بعد حذف مقاطع منها، بحجة أنها حذفت بالخطأ، بالإضافة إلى وقوف المخابرات بجانب دعم الرئيس، فتدعي بحجة أن المقاطع المحذوفة تمسّ بأمن الدولة، لكن المحكمة العليا حكمت بعدم استخدام الرئيس لسلطته التنفيذية لحجب أجزاء من الأشرطة، وأدين نيكسون في النهاية، وقبل عزله من منصبه قدم استقالته في آب/أغسطس عام ١٩٧٤ في بداية فترة رئاسته الثانية، وجرت محاكمته بسبب الفضيحة، وأصدر الرئيس الأمريكي

جيرالد فورد عفواً بحقه. وعليه، فإن من أبرز ما تقوم به هذه الشركات العالمية هو توظيف الصورة الفيلمية السينمائية أو الفيديوية بجانب الكلمات المصوغة بأسلوب نفسي مؤثر تحقيقاً للهدف، وهو سباق العصر اليوم.

## الدعاية في الإعلام الرقمي

عندما قرأت خبراً بجريدة عربية في آذار/ مارس ٢٠١٥ عن استنفار عسكري وحريق ضخّم قرب الكرملين واختفاء الرئيس الروسي بوتين، وانتشار الشائعات بانقلاب عسكري بالتنسيق مع بعض الساسة من مناوئيه، خاصة وأن قراءتي للخبر جاءت بعد مضي أيام على نشر الخبر وانتهاء مفعوله من قاعدة السبق الصحفي، ومع علمي بأن من محاسن الصحف المطبوعة أنها تبقى في متناول يد القارئ يطالعها متى يشاء. عند ذلك تذكرت مقولة «بريجنسكي» في سبعينيات القرن الماضي في أحد فصول كتابه أمريكا بين عصرين: «قال لي علماء البحث في بلادنا ومختبراتنا إننا نستطيع خلال سنوات قليلة أن نوصل برامج التلفزة الأمريكية إلى كل بيت في العالم عن طريق هوائي لا يتجاوز قطره المتر والمتر ونصف، وبالتالي عندما نقول إن هذه التكنولوجيا الرقمية التي هي الديجتال وبثها عبر الأقمار الصناعية، سنصل إلى طريقة نوصل فيها كافة أفكارنا وطريقة عيشنا الأمريكية إلى أي بيت في العالم». وتوقع هذا السياسي الأمريكي المخضرم مبكراً سقوط الاتحاد السوفياتي السابق نتيجة هذه الحرب الإعلامية والنفسية والاقتصادية، من دون خوض معركة عسكرية معه.

وصيغة هذا الخبر «اختفاء بوتين» الذي جاء بالأصل من رسالة نصية نقلها أحد النشطاء الغربيين بحسب الصحيفة التي تعاملت معه على أساس انه مصدر موثوق به، ومن وجهة نظرنا، هي دعاية غربية ضد بوتين ضمن حملة صراع سياسي معروفة، تعني أن الغرب أدرك مسبقاً قبل غيره في العالم، أن التكنولوجيا الرقمية «الديجتال» إذا تم إيصالها بالشكل الصحيح، فإنه بالإمكان إثارة جدل وتحوّل في العالم، ولذلك بدأ في بناء استراتيجية إعلامية متكاملة مع استراتيجية الأمن القومي. وعلى ما يبدو أن ماكنة السياسة الغربية حيال الرئيس الروسي فلاديمير بوتين عمزت حتى الآن عن مواجهته سياسياً في العديد من الملفات الدولية الرئيسة، وفي المقدمة منها الملفين الأوكراني والسوري، وما عادت لغة العقوبات الاقتصادية ذات جدوى مقابل إصرار القيادة الروسية والرئيس بوتين على عدم تغيير مواقفهم تجاه هذه القضايا، ما دفع الغرب إلى اللجوء إلى سلاح الإعلام، وممارسة تضليله المعهود في مثل هذه الأزمات، وجرّ وراءه جميع وسائل الإعلام المرتبطة به أيديولوجياً وعقائدياً، لينفذ كل ما يمكن ترويجه من أخبار

ومعلومات، بعيداً عن الأخلاق الصحافية في الدقة للمعلومة ونقل الحدث.

والمتتبع لخبر اختفاء الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يشاهد أن وسائل الإعلام البريطانية كانت هي البطل الرئيس في عملية تضليل الرأي العام العالمي في إطلاق الإشاعة تلو الأخرى لتضخيم أسباب غياب بوتين، في محاولة لإثارة الرأي العام الروسي. وكانت صحيفة الإندبندنت ادعت في بعض التقارير أن بوتين حجز غرفتين في إحدى العيادات الخاصة في سويسرا وبقاؤه إلى جانب صديقته لاعبة الجمباز الأولمبية السابقة «ألينا كاباييفا» في سويسرا ليستقبل مولوده الجديد، واحدة للأُم والأخرى لطاخم الحراسة الشخصية، والملاحظ أن جميع مصادر هذه الأخبار كانت مجهولة وغير دقيقة، فمثلاً نقلت قناة الجزيرة عن صحيفة «كوريير» اليومية المستقلة على موقعها الإلكتروني "أن طبيب عظام نمساوي سافر إلى موسكو من أجل علاج الرئيس الروسي فلاديمير بوتين الذي يبلغ من العمر ٦٢ عاماً من أيام الظهر"، من دون ذكر اسم الطبيب أو مصدر سفر الطبيب!! وتحت عنوان «سر اختفاء بوتين بين الانقلاب أو الوفاة ماذا يحدث في موسكو؟» أوردت صحيفة الشروق المصرية سبباً فيه من السخرية ما يكفي، وتبرر اختفاء الرئيس بوتين بأنه يتزامن «مع فصل الكرملين شركة العلاقات العامة الأمريكية!!» أما صحيفة انترناشونال بيزنس تايمز فقد نقلت عن ما أسمته رئيس اللجنة الإسلامية الموالي للكرملين، إن رئيس جهاز الأمن الفيدرالي السابق نيكولاوي باتروشيف، قام بانقلاب في موسكو، وتزعم الصحيفة نقلاً عن تقارير إعلامية لم تحددها، أن عدة دبابات شوهدت خارج الكرملين بعد انقطاع التيار الكهربائي لمدة ثلاث ساعات، في حين أكدت صحيفة الديلي ميل أن بوتين موجود الآن تحت سيطرة وكالات «الغيتو» الروسية، بعد أن تم تجريده من صلاحياته.

وبغض النظر عن الموقف من الرئيس بوتين وتوجهاته السياسية الدولية، لكن لو أخضعنا هذا المثال لمنطق التحليل الإعلامي، فإنه يندرج ضمن التوصيف الدعائي المُعرض الذي يمارسه الإعلام الغربي ضد بوتين، وهو لا يخلو من أبناء تحمل من الطرافة بعض الشيء، على حساب الصدقية، فمثلاً تناقلت بعض الشائعات إلى نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، منها ما زعم أن الرئيس بوتين اعتنق الإسلام!! ما تسبب في غيابه عن الساحة، خوفاً من ردود الأفعال التي ستثار ضده، وأخرى أن الرئيس الروسي كان بحاجة إلى عملية تجميل في وجهه وأن سبب الغياب كان بسبب إجراء هذه العملية!! وأخيراً جاء ظهور الرئيس الروسي وهو يستقبل رئيس جمهورية قبرغيزستان في سانت بطرسبورغ رداً على الإشاعات، بعد أن غيَّبه الإعلام الغربي، وسقطت بظهوره التكهنات والأقاويل والإشاعات كافة، وفي كل الأحوال فإن ظهور الرئيس الروسي لم

يشبع رغبة الإعلام الغربي لأنه كان «شاحب الوجه» ولم تجر له عملية تجميل، من وجهة نظره.

## أساليب التحرير الرقمي

ظهرت نماذج متقدمة من وسائل الإعلام الجديد ومنها صحافة المواطن التي أسهمت بقوة في رفد الجمهور وإفراده بالمعلومات والأفكار، في إطار مسألة تفاعلية تبدو مديانها متصاعدة، كل هذا جاء بفضل تطور تقنيات الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وأضحى تقدّم مضموناً إعلامياً مضاهياً، بل سباقاً، في كثير من الأوقات للإعلام التقليدي بالنسبة للصحيفة والتلفاز والراديو، ومن هذه النماذج ما يلي:

## أولاً: الصحافي الرقمي

من الأمور الهامة التي طرأت على البيئة الإعلامية في ضوء التطورات التقنية التي لحقت بها، لم يعد المتلقّي أسيراً لأفكار ومضامين الرسالة الاتصالية كما كانت تجري في تدفق عمودي، وفسحت التقنية الجديدة المجال أمام الإنسان ليكون مستخدماً ومتلقياً ومحواراً إيجابياً في قضية صناعة المضامين الإعلامية بغية تكوين رأي عام، وبينما كان متلقياً تُفرض عليه المضامين سواء كانت مقبولة أو مرفوضة في نظره فإنه بالنتيجة لن يكون إلا طرفاً مستهلكاً من دون سواء، ويظهر هذا النمط الجديد للإعلام في ظل أداة اتصالية بسيطة ولكنها بكفاية فائقة تختصر أبعد المسافات، أصبح الجمهور هو المستخدم للمضامين الإعلامية وهو المنتج لها في آن واحد، إن هذه التحولات العصرية في عالم الإعلام، زادت من سقف الحريات الشخصية كثيراً، وبات بإمكان الإنسان التعبير عن وجهة نظره بالطريقة التي يشاء من دون رقيب وسلطة مؤثرة، مثلما كان الأمر بالسابق.

واستفاد رجال الإعلام من الهوة والسياسة والاجتماع والاقتصاد في مخاطبة جمهورهم وتكوين جماعات رأي في أي وقت، ويتناولون بإسهاماتهم الكتابية ما يبغون طرحه من موضوعات مختلفة، وكانت المدونات والمنديات الإلكترونية وشبكات الفيسبوك والتويتير واليوتيوب وغيرها، منابر لعرض الكتابات والصور والريبرتاجات وغيرها. إن سمة عصر الصحافة الإلكترونية الحالي أن الجمهور هو المستخدم للوسائل، وهو الذي يتعرض لها أيضاً، فمن كان يتمكن من كسر «جدار الدكتاتورية الإعلامية التقليدية» سابقاً إلا من هو ذو حظ عظيم، لصعوبة التقاليد المؤسسية التي وضعتها أمام حرية النشر، وكان الصحافي هو الوسيط في نقل المضمون أو المحتوى للجمهور، سواء كان رأياً أو حاجة أو تظلماً....إلخ. وكانت الهواتف المحمولة والكاميرا الرقمية صغيرة

الحجم أو كاميرا الموبايل، واحدة من الوسائل الاتصالية الجديدة التي مكنت حضور الإعلام في كل بقعة من العالم، تساهم بنقل الأحداث وتفصيلها (صورة وصوتاً) ودفعت إلى مساهمة الفرد المواطن في المساهمة بنقل المعلومة الخبرية ليكون عنصراً صحافياً مرسلأً للخبر، حيث يتلقى الكاتب والقارئ لصناعة فضاء إعلامي جديد ليست له حدود، لكن لا تتفق مع بعض الكتاب الذين أعلنوا شهادة وفاة المراسل الصحافي التقليدي عندما قالوا، انتهى دوره وانتهى دور الأخبار، وإن كانت وجهة نظرنا تؤيد التطور الملحوظ في هذا الإطار جزئياً وتتفق أيضاً جزئياً مع الاستنتاج الذي توصل إلى أن المتلقي تحول إلى قارئ منتج للنص في الوقت نفسه، إلا أنه حتى اللحظة المسألة غير معممة بشكل واسع، وتحديدأً في عالما العربي ودول المنطقة المحيطة به، لأسباب ثقافية واجتماعية واقتصادية. وبهذا، فإنه، مع الوقت، سوف يضعف دور المراسل الصحافي التقليدي والأخبار التي يسهم بنشرها عبر مؤسسته، لكن لن تعلن شهادة وفاته، ونرى بأن العملية الاتصالية وفق تطورات التقنية الإلكترونية الحديثة في بعض المرات تبدلت المصطلحات إلى شيء جديد آخر بطريقة ثنائية، فالمتلقي بالأمس بات اليوم يسمى بالمرسل الثاني، أي إنه المرسل والمتلقي في آن واحد، لذلك فهو الصحافي والقارئ والناشر والمذيع (broadcaster) والمعلن والمذيع والمحرر (editor) ومنتج المحتوى (content creator) وفيديو ورسومات ومصور وموثق (documentarian) ومعلق (commentator) ومعلن (advertiser) وكاتب يوميات. إن هذه التغييرات حولت المواطن في الجمهور من نمط المتلقي السلبي (passive) إلى نمط التشاركية (participatory)، الأمر الذي ضغط على المؤسسات الإعلامية التقليدية لفتح أقسام جديدة تعطي الامتياز للمواطن للتعامل بنقل المضمون بالطريقة التفاعلية الإيجابية، في محاولة منها للحفاظ على جمهورها. إن المستقبل القريب سيشهد مزيداً من التحولات، ومن أبرزها الحرية التي سيتمتع بها قطاع الإعلام الإلكتروني، وتداول المعلومة، ويشمل ذلك حارس البوابة، لكن بالمفهوم العصري الذي يتمتع بكامل الحرية. وفعلاً نحن اليوم في بداية انقلاب للسلطات الإعلامية، وإن مفهوم السلطة الرابعة يشهد اليوم بدايات ضعفه، ولكنه سيشهد أقول نجمه مستقبلاً، بسبب مزاحمة مفهوم السلطة الخامسة له، وهو أمر مفرح وخدمة كبيرة للإنسان في تلبية حاجاته، فيكون الفرد فاعلاً ومنفعلاً ومرسلأً جديداً يقف جنباً إلى جنب مع المراسل الصحافي التقليدي، وربما في حالات يكون سابقاً عليه. وهذه الخاصية التي نحن بصدها حتى اليوم لا تزال في بداية المشوار. وهنالك حالات فردية تحققت، لكننا نكرر بأن الوقت لا يزال بحاجة إلي مزيد من التفعيل والتأصيل لصنع الواقع. وفي ظل الصحافة الإلكترونية ممثلة بالمدونة أو صفحة شخصية أو حتى صحيفة إلكترونية التي تتضمن أخباراً وتقارير وصوراً وغيرها،

فإن الواقع الصحافي تبدل، وتبدلت القاعدة الإعلامية، فأصبح المتلقي مرسلأً، والقارئ كاتبأً، والجمهور قائماً بالاتصال.

لقد سهّلت الصحافة التفاعلية العصرية لآفاق معرفية جديدة ساهمت إلى حد كبير في التأثير في العلاقات الاجتماعية بين الناس، وانتهت في ضوء هذه المتغيرات التي طرأت على البيئة الإعلامية (الإلكترونية) بعض المفاهيم السابقة المتعلقة بمن هو المستهلك للمضامين الإعلامية ومن هو منتجها؟ حتى إنها أتاحت لبعض الناس من غير المنتجين والمستهلكين للمضمون الإعلامي المشاركة في التعبير عن آرائهم وفق ما يتبعون.

وهناك نماذج للمعلومات الإخبارية التي يتعامل بها المخبرون الشعبيون وتصبح ذات رواج شعبي واسع حتى تكون رأياً عاماً، ومنها على سبيل المثال، ما نقلته إحدى النشاطات في الصحافة الشعبية على حائطها من خبر حمل عنوان:

«ثلاث أخوات يتحولن إلى ذئاب ويحلمن بالزواج»

«المرض يصيب شخصاً واحداً في المليار، ٣ شقيقات يتمسكن بحلم الزواج ويحاولن إيجاد أية وسيلة للعلاج من مرض هرموني نادر، حوّلهن إلى ذئاب، أصيبت ثلاث شقيقات هنديات بمرض نادر جعلهن أشبه بالذئاب؛ حيث غطى الشعر الكثيف أجسادهن بالكامل من الرأس إلى القدمين». بمراجعة لصياغة الخبر نلاحظ بأنه قدم معلومة تمثل محتوى إعلامياً مفيداً، لكنه بحاجة إلى المزيد من الجوانب الفنية، ومقارنة بالخبر الصحافي التقليدي، فإنه يعد خيراً غير مكتمل من حيث عدم ورود المكان والزمان وتفاصيل أخرى للخبر، بل وحتى التذوق في تسطير مفردات الخبر لم تكن كافية. إنما الشيء الذي جاء فيه، أنه قدم لملايين الناس هذه المعلومة في وقت سريع وبكلفة لم تذكر، وتجاوز المسافات بشيء لم تتمكن وسائل الإعلام التقليدية من تحقيقه.

## ثانياً: الصحافي التقليدي

إن الصحافة التقليدية التي أسست لسياقات عمل مهنية صحافية منذ بداية نشأتها قبل قرنين أو أكثر، وشملت الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية، حتى وصل بها التطور إلى الصحافة المرئية المتحركة التي تتابع الأخبار والأحداث لحظة بلحظة في عصر التطور التقني الفضائي، وما يثبت عليها أنها حافظت على تقاليد عملها ولم تحد عنها، بحيث حاولت قدر الإمكان أن توسع من تجربة المراسل أو المندوب الصحافي



والمخبر والمحرر أو سكرتير التحرير ومن ثم مدير التحرير، وصولاً إلى أعلى هرم في سلم العملية الإعلامية، وهو رئيس التحرير، ضمن المؤسسة الصحافية، وعندما نحسب للتطور في هذا العالم الصحافي التقليدي، فإنه يتجسد في كيفية الوصول إلى تهيئة الأفضل في هذه العناوين والصفات في الأدوات الصحافية، من خلال التدريب والممارسة في مواكبة تفاصيل ميدان العمل الإعلامي أولاً بأول. وإذا ما أستعرضنا مسيرة أي مؤسسة صحافية على صعيد العالم، وبكل أشكال الصحافة التقليدية، فإننا نلتقي عند نقطة مشتركة تتمثل بالمندوب والمراسل وباقي التسلسلات الأخرى. وسواء كان الأمر يتعلق بالجريدة أو الإذاعة أو التلفاز، في قطاع الإعلام الحكومي أو الإعلام المستقل، فإن «حارس البوابة» أو ما يسمى أيضاً بـ «الرقيب» موجود ويمارس عمله مع كل خبر أو تقرير أو تحقيق أو مقالة، وفي هذا النمط الصحافي التقليدي تتوخى المؤسسات الصحافية الدقة في تناول اللغة الفصحى، وفي مجال لغتنا العربية، فإن المدقق اللغوي يعد أحد اهتمامات وسائل الإعلام. ومع هذا، فإن الأخطاء الشائعة تشكل أبرز مثالب صحافتنا العربية، وأيضاً يكون الوقت غالباً ما يسجل انتصاراً كبيراً على الأداء المهني للصحافة التقليدية، لسببين هما:

- ١- مرحلة ما قبل التحرير، وتبدأ من لحظة وقوع الحدث وحتى معرفة المخبر أو المندوب أو المراسل بتفاصيله، ومن ثم نقله غرفة التحرير.
- ٢- مرحلة الصياغة التحريرية، وتبدأ بالمندوب أو المراسل أو المخبر، وتنتهي برئيس التحرير، وهذه الدائرة التحريرية تستغرق وقتاً طويلاً لبت الخبر مهما تم اختصاره.

إن هذه العملية الاتصالية لا يمكن أن تسير بسهولة فهي تحتاج إلى منشآت وبنائات وأجهزة ومعدات إرسال واستقبال وتصوير وطباعة، وموظفين من ملاك صحافي وفني وإداري وغيرها. فالموقع المميز للمؤسسة الإعلامية وتعاملاتها مع المؤسسات الأخرى والمواطنين تفرض عليها الكثير من الأعباء والالتزامات، تقيد إلى حد كبير من حدود نشر المعلومة في فضاءات الإعلام الواسعة، وإن كثيراً من وسائل الإعلام تتحدد في جرائتها خاصة إذا كانت تتبع للقطاع الإعلامي المستقل، خوفاً من الدخول في مواجهات قضائية مع الدولة والجهات الأخرى التي تستهدفها في رسائلها الإعلامية، بعكس صحافة المواطن التي تتخذ أصغر مساحة من غرف المنازل، وبإدارة شخص واحد يمتلك آلاف الأشخاص في أبعد المواقع الجغرافية على شكل (groups)، ويتمكن من إرسال أفسى الرسائل ضد الدول والجماعات من حيث توفر الجراءة والشجاعة وأخطر الصور التي يتم التقاطها في لحظة ما باستخدام أبسط وأصغر جهاز

محمول باليد. إن الصحفي الحرفي برغم دوره الفعال في خدمة الإنسانية باستعمال الإعلام التقليدي المعمول به عبر قرون من الزمن، فإنه اليوم يمثل في نظر خبراء الإعلام والناس العاديين دوراً سلبياً، ويطلق عليه بعصر التلقي السلبي لمحتويات وسائل الإعلام التقليدية، لسبب هام، أن المتلقي أو المستعمل بات يرفض أن يكون مثل البئر الذي يسحب منه الماء من دون أن يعيده. إن المثال الذي قُدم في الخبر الإلكتروني بصيغته الشعبية حول تحول بنات إلى شكل ذئاب، فإذا ما جرى تناوله في الخبر الصحفي التقليدي، فإنه سيكون بصيغة أخرى بدءاً من العنوان، وكما يلي:

### «تحول نساء إلى ذئاب»

«تحولت ثلاث شقيقات هنديات إلى أشكال تشبه الذئاب بسبب خلل هرموني غريب. وقال مصدر طبي هندي إن إفراز هرمون غريب تسبب بأن يغطي الشعر الكثيف أجساد ثلاث شابات شقيقات من الرأس حتى القدمين في وسط دلهي بالهند. وأضاف المصدر أن هذه الحالة المرضية التي حصلت للشابات مطلع شباط ٢٠١٢ تسبب واحداً بالمليار من الأشخاص في العالم. وتأمل الشقيقات التخلص من المرض وبداية مشوار الحياة الزوجية». إن هذه الصياغة استغرقت وقتاً طويلاً بالمقارنة مع ما نشرته الصحافة المواطنة لمرووره بعدة حلقات، وتطلب تدخل مراسل أو مندوب ومحرك وسكرتير تحرير، ثم قُدم بصيغته الأخيرة إلى مدير التحرير الذي بدوره رفعه إلى رئيس التحرير لينتم نشره للقارئ عبر الإعلام التقليدي. وهذه الآلية المعقدة لنقل المحتوى الإعلامي للآخرين تحتاج إلى مال ومؤسسات إعلامية مجهزة بأجهزة البث والإرسال وغيرها وهو ما لا تحتاجه صحافة المواطن.

### ثالثاً: المحتوى في الإعلام الرقمي

مع ما كنا نسلم به سابقاً في الإعلام التقليدي، من أن المضمون يمثل نقطة البدء في التحرير الصحفي، وأنه ليس هنالك فاصل بين خصائص المضمون وخصائص التعبير، وفي رأي كروتشي «قد يكون المضمون هو ما يمكن تحويله إلى شكل»، وبحسب المفهوم السابق، فلن يصير مضموناً إعلامياً، إلا بعد وضعه في الصورة التحريرية الملائمة. لكننا في عالم اليوم الذي نشهد تنامي إعلام المستخدم، ربما تبدلت تلك المفاهيم للمضمون.

أتاحت تقنيات الإعلام الحديث من شبكة الإنترنت والهاتف الخليوي، للأفراد الوصول إلى المعرفة من أعماق منابعها في كل أنحاء العالم، ومن ثم تشاطرها مع غيرهم من الناس، ونشرها في سبيل ما يصبون إلى تحقيقه من البرامج الاجتماعية أو

السياسية التي يضعونها بأنفسهم. فالمعرفة تعني القوة، وإن العديد من أحداث العالم استخدم المواطنون فيها هذه التقنيات، وصولاً إلى تحقيق القوة التي أسبغتها عليهم للتصدي للأوضاع القائمة وكشف القناع عن الإساءات، والمطالبة بحرية أوسع، ومع حالة انبثاق الإعلام القاعدي، أو الإعلام المواطني كما شئنا أن نسميه، شريكاً للإعلام التقليدي في التعاطي مع الأخبار والمعلومات، رافقته تحولات جديدة ذات صلة بصناعة المضامين الإعلامية ليبنية إعلامية جديدة. وكما ذكرنا في سياق آخر بأن المفاهيم وفق رؤية عالم الإعلام الجديد تبدلت، فإن «الجمهور» الذي كانت تطلق عليه هذه التسمية في السابق أصبح «مستخدماً» في الوقت الحاضر، كما أنه لم يعد متلقياً، بل تحول إلى منتج للمضمون الإعلامي ومستهلك له. وفي ضوء هذه التحولات، أعطى الكثير من خبراء الإعلام الجديد تعريفات لمفهوم المضمون الذي يرد في الإعلام الجديد، فالبعض اعتبره بأنه مضمون شعبي صرف، لأنه يكون من إنتاج الجمهور إلى الجمهور، والبعض الآخر يرى بأنه مضمون ذاتي من إنتاج مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة، ويستهدف مستخدمين آخرين، بعيداً عن أية مشاركة لوسائل الإعلام التقليدية، ومنها:

١- التحول في استخدام بعض المفاهيم، بحيث أخذ البعض ينهي وجود مصطلح الجمهور التقليدي (audience) ويستعاض عنه بمصطلح المستخدمين (users)، لكون هذا النمط الجديد يتصل اتصالاً مباشراً بالأفراد الذين يقومون بعملية نقل الأحداث والتعليق عليها وتحليلها بطرق ليست قائمة على التلقي الكلاسيكي كما في السابق، وتتطلب الاستماع والمشاركة والقراءة، بل هي عملية معايشة الحدث شخصياً وكتابته وبثه على الشبكات الاجتماعية، والطلب بالتعليق عليها بطرق تفاعلية. ويختلف هنا مصطلح الاستخدام (Use/Usage) بهذا المعنى عن مصطلح التلقي (Reception) فثمة اختلاف بين الاستخدام عن التلقي، فعلاقة المستخدم في وسائل الإعلام العصرية تكون علاقة مركبة.

٢- ضعف نظرية الاحتكار الأحادي الطرف للمعلومات، فلم تعد الوسائل التقليدية تحتكر المعلومات والأخبار والآراء، إنما شاعت مسألة تعدد مصادر المعلومات وأصبحت الفرص متاحة للجميع في إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة.

٣- تحطّم سلطة حارس البوابة الذي كان سمة السلطة الحكومية سابقاً، وأصبح بإمكان صحفيي البيئات الإلكترونية القيام بعملية التدفق الأخباري والمعلوماتي بين الناس، بين الأطراف المشاركة بإنتاجها بيسر، وأصبحت علاقتهم بهذه الأطراف علاقة تفاعلية ومشاركة ديمقراطية في إنتاج المضمون، وبهذا فإنها كسرت الحاجز السابق الذي جعل الجمهور متلقياً فقط.

٤- إعادة مفهوم صياغة الأخبار واستكشاف فنون توصيل صحافية جديدة، وإدراج مصادر جديدة، وتوسيع دائرة المشاركين في طريقة جمع المعلومات وتحريها بصياغات إخبارية وإرسالها، وهي من الحالات الإيجابية الجديدة لبيئة الإعلام، لكنها أعطت جوانب سلبية في غياب المهنة التحريرية وأخلاقيات العمل الصحافي.

٥- حدوث تحول في الطبيعة الإدارية للعمل الصحافي، وتحققت بهذا الاتجاه نظرية «التغذية العكسية للمعلومات» أي رجوع الصدى، وأصبح المضمون الإعلامي يتعاطى بين المنتجين والمستخدمين بطريقة تشاركية على نمط دائري، وزاد معدل التواصل بين المشرفين الإلكترونيين والمستخدمين.

## رابعاً: لغة الإعلام الرقمي

إن من المسلمات التي نعيشها اليوم، نمو الثقافة الشعبية واتساعها، بمعنى آخر، أن الإنسان البسيط أصبح بإمكانه أن يتواصل مع المحيط الخارجي ببسر ويتحصل على أفضل المعلومات التي يبتغيها، وأصبحت مسألة الكتابة والقراءة في هذا المضمار واحدة من مؤشرات هذا الزمن العصري، الذي وفرت فيه الإلكترونيات فرصة كبيرة لإشاعة الثقافة بين عامة الناس، بعيداً عن الآليات السابقة في تقليب الجريدة أو المجلة أو الكتاب للقراءة، أو حتى الفضائيات التي تتحرك خلف الأحداث لاقتناصها صورياً وكتابة تقاريرها عبر الحاسوب، والسؤال المطروح هو: كيف جعلنا الثقافة الشعبية المعاصرة أكثر ذكاء؟ إن الدراسات التي أجريت في السنوات الأربع الأخيرة توصلت بشكل مضطرب إلى أن الألعاب تعزز التعلم وتقلل الزمن المستغرق في إعطاء التعليمات والدروس، كما أثبتت الدراسات التجريبية أيضاً أن ممارسة ألعاب الكمبيوتر في أعمار مبكرة قد تساعد اليافعين على اكتساب كل من الانتباه العميق وفرط الانتباه. فهذه الممارسات التي تستلزم القراءة والتفاعل مع الكمبيوتر قد أثرت بالطبع على الطريقة التي نكتب بها، حيث طور الشباب طرقاً خاصة بهم من التواصل الاختزالي فيما بينهم عن طريق غرف الدردشة أو رسائل الإيميل، فهؤلاء يتعاملون بمفردات جديدة مختزلة للغة أثرت على بنیان الكلمة العربية وأصابت نبعها الصافي في الصميم بكلمات شعبية مثل (رح) بمعنى إذهب الي أو (تعا) قرب مني، ليه بمعنى لماذا، و(ويه) بمعنى (أين)، و(مت) بمعنى متي، و (ووواو) بمعنى لماذا، أو إشارات تعبر عن الصمت أو عدم الرضا أو العتب، وفي اللغة الانكليزية أيضاً يندرج الحال نفسه، فعلى سبيل المثال، يستعاض عن كلمة you بالحرف u ويستعيضون عن كلمة for بالرقم ٤، حتى أنهم يكتبون for you بحرفين فقط وهو u 4... إلخ.

وقد يجد بعض الناشطين التعبير عن الأفكار والمشاعر عبر المدونات والشبكات الاجتماعية بأقل قدر ممكن من الكلمات نوعاً من التمرين المبدع حتى يتيسر لهم إرسال رسائلهم بأسرع ما يمكن. يقول أحد الصحفيين الشعبيين في تجربته في هذا المجال: لقد وجدت نفسي منهمكاً بمحاولة ابتكار طرق جديدة لاختزال الكلمات من أجل كتابة أسرع النصوص. ومع أنه يعدّ نفسه ممارساً خبيراً في هذا الفن، فإنه يعترف بأنه يتلقى أحياناً رسائل تشعره بالعجز والضعف أمام هذا التدمير البطيء المؤلم للغة. وعندما طلب أحد المحررين الصحفيين من بعض زملائه الشباب إعداد تقارير تبحث تأثير التكنولوجيا على علاقاتهم وأنماط حياتهم، اعترف بعضهم بأنهم كثيراً ما يختلسون النظر إلى صفحاتهم في الفيسبوك، أو يرسلون رسائل سريعة عن طريق هواتفهم أو بريدهم الإلكتروني فيما هم منهمكون بإعداد التقارير، وهو ما أطلق عليه بعض الكتاب الشعبيين بـ«أخلاقيات العمل المتشطي» الذي يؤدي إلى تشتت انتباههم مثل الرسائل الفورية وألعاب الفلاش على الشاشة، واختلاس النظر إلى اليوتيوب أو جولة إلى ألعاب الطائرات أو القتال على الإنترنت. ولكن العديد من الدراسات وجدت بأن استخدام آلة الحاسوب - بالرغم مما يحدثه من هذه الأمور المشتتة للانتباه - فإنه يعزز ويسهل تطوير المهارات الكتابية، فإنشاء النصوص عبر الإنترنت يمكن أن يدعم الطبيعة التكرارية الاستيعادية لعملية الكتابة، حيث يشعر الصحفي الشعبي، وحتى التقليدي، عند الكتابة بحرية أكثر وهو ينتقل بين الأفكار، ويجرب حالات متعددة من إعادة تنظيم الفقرات والجمال لخبره. وشكلت صفحات المدونات الإلكترونية (Blogs) وأشكال الشبكات الاجتماعية الأخرى أثراً فعالاً للتحديث والتعبير، فتكليف بعض المتدربين بالانخراط في محادثات مكتوبة يضعهم في بيئة ملائمة لـ «صناع» المعاني تسمح لهم بالتفكير والكتابة وتفتح أفكارهم وكتاباتهم، وملاحظة كل تقدم يحرزونه في هذه العملية التي تتصف بما يكفي من الفورية، بالرغم من اتسامها بما يكفي من البطء الذي يتيح رؤيتها ومتابعتها في الوقت نفسه. إن الرغبة في النقل السريع للأفكار، واعتياد الناس على تعدد المهام المتزامنة، وتقصير فترات تركيزنا، والأفضلية التي تتمتع بها الصورة المرئية، كلها أمور ينبغي لكتاب المستقبل أن يأخذوها بنظر الاعتبار. واعتبرت قضية جذب القارئ أو المشاهد واحدة من أبرز التحديات التي تواجه الكتاب والصحفيين منذ زمن طويل، فكيف بالمحررين الشعبيين وهم يخاطبون جمهورهم في مدوناتهم وصفحات شبكاتهم الاجتماعية وسط تنافس شديد يواجهونه من نظرائهم أو من كبار الصحفيين المتميزين بلغتهم الرصينة، وفي مؤسسات إعلامية بارزة وذات تاريخ طويل من الخبرة والسمعة الإعلامية؟ إن هذه التحديات دفعتنا إلى ابداء النصائح الآتية:

١- حاول الاستفادة من المقدمة لتشويق القارئ.

٢- لا تعتمد إلى إغراق القارئ بجمل وفقرات معقدة ومتداخلة ومطولة.

٣- تجنب إدخال الملل إلى نفس القارئ.

يتمتع الكتاب من الصحافيين التقليديين والشعبيين في هذا العصر بمدى واسع من أدوات وتقنيات التدوين التي تتيح لهم الاستحواذ على اهتمام القارئ. وكثيراً ما ننسى أن القراءة، بحد ذاتها، تعتمد إلى حد كبير على ما يجده القارئ أمام عينه على الحروف التي يراها وهي تجري فوق الصفحات وتحفز المؤثرات العقلية في أدمغتنا ربما اعتدنا منذ أقدم الأزمنة على تسطير تلك الكلمات والحروف في دفاترنا ومسوداتنا بنمط معين ثابت نسبياً، غير أن علينا الآن أن نسعى إلى تقوية وتعزيز التأثير البصري الذي تحدثه بواسطة استعمال أنماط متقدمة من الخطوط والتنسيقات وترتيب الفقرات بشكل فني مبدع. ليس هذا فحسب، فإن التقنيات الحديثة تتيح لنا جذب انتباه القارئ عن طريق دفعنا إلى تغيير الطرق التي نصوغ بها الخبر أو نسردها بالأحداث. لقد اعتدنا ومنذ زمن طويل على أن ننظر إلى القصة الأخبارية على أنها تتكون من بداية ووسط ونهاية، ولكن في النصوص الإلكترونية ذات الارتباطات التشعبية لا توجد في العادة مسارات مقررّة سلفاً لذلك، لا يظهر السرد أو سلسلة من المشاهد أو الأحداث المتعاقبة، بل كشبكة من الاحتمالات يمكن للقارئ تفعيلها بطرق عديدة مختلفة.

إن نشوء وتطور الأدب الإلكتروني فتحنا أمام القراء العديد من الاحتمالات لاستكشاف النص، فلم يعودوا بحاجة إلى القراءة باتجاه واحد، بل يمكنهم أن يشبوا إلى الأمام أو إلى الوراء، وأن يبحروا من رابط إلى آخر بشكل يمنحهم المزيد من السلطة على محتوى وتسلسل النص. في خضم النص الرقمي تصبح القراءة الفعالة عملية أكثر تعقيداً وتشابكاً، فهذه الأشكال الجديدة من الكتابة تدعو القارئ إلى تخطي الحدود عندما لا يكتفي بالفهم والتأويل والاستيعاب، بل يعيدون خلق النص فيصبح القارئ كاتباً والكاتب قارئاً. لكن ما يحتاجه المحرر في صحافة المواطن هو أن يكون متطوراً في الصياغة التحريرية، وذا إمكانية في قدرة قيادة الحاسب الإلكتروني، فهي ثنائية تتطلب ضرورة ضبطها.

### خامساً: اللغة العربية الفصحى في العصر الرقمي

لطالما أن للإعلام الأثر البالغ في الحياة اللغوية والثقافية، فإن المسؤولية تتطلب من وسائل الإعلام المختلفة أن تتبنى اعتماد اللغة العربية الفصحى سبيلاً في خطابها

وتفاهماتها، كونها أحسن مصدر لتعليم اللغة ومحاكاتها والمساهمة في شهرتها وطرح عذوبتها ولحنها الجميل، والوسائل الاعلامية هي الأنسب للتقريب بين اللغة الفصحى واللغة المحكية. وهي من أصلح اللغات، لأنها تتمتع بالدينامية أو الحركية لطبيعة الإعلام. ويقول د. ياس البياتي أن من مفارقات هذا العصر الحالي، أن اللغة العربية كانت تعامل باحترام كبير حين كانت الأمية سائدة في مجتمعاتنا، حيث شملت ما متوسطه ٨٠ بالمئة من السكان، وحين كانت أوضاعنا الثقافية ووسائل الطباعة والنشر والاتصال أكثر تواضعاً بكثير مما هي عليه الآن، ولكن حين تراجعت نسبة الأمية، وتقدمت وسائل الطباعة والنشر، لقيت اللغة العربية ذلك المصير البائس الذي صرنا بصدده، وبالذات في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي. بل إنها مع الأسف تجابه حرباً في أماكن كثيرة، وتعاني من عدم التوفير.

ولقد عرف العالم العربي منذ بداية الألفية الثالثة انفتاحاً إعلامياً غير مسبوق تبعاً لتطور تقنيات الاعلام العصري، وساهم إلى حد كبير في إبراز دور الوسائل الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية الناطقة، وبموازاة ذلك فإن المختصين من خبراء اللغة العربية عانوا كثيراً من شيوع الأخطاء النحوية في العربية الفصحى المستخدمة في الإعلام، والتي هي ركيكة في الأساس. وتتمثل هذه الظواهر في شيوع الكتابة بالعامية في المقالات والإعلانات، وأما التعامل بها في البرامج التلفزيونية والإذاعية، فلم يعد يلفت الانتباه للأسف، إضافة إلى كثرة استخدام المفردات الأعجمية، بل إن صحف ومجلات وبرامج إذاعية وتلفازية، تحمل عناوين أعجمية، مكتوبة بالأحرف العربية. ويرصد ياس البياتي وجود العديد من البرامج ومنها من يرد باسم «زوم» وآخر عنوانه «فلاش شو» وثالث بعنوان «ويك إند»،... إلخ. والمعاناة أيضاً عن شيوع ظاهرة التسكين، وهي ظاهرة مألوفة منذ زمن طويل. فاللغة العربية تجيز الوقف، ولكن التسكين في وسائل الإعلام بلغ حداً غير مقبول، كما مددت المفردات والتعبيرات الإنكليزية والفرنسية في رحاب المذيعين وأساليبهم، وتلونت طرائق نطقهم وتنغمهم ونبرهم بأساليب واستعارات تعود إلى هذه اللغات، وياتت الأدوات اللغوية المستخدمة اليوم تشكل مزيجاً هجيناً يغرف من كل منهل من دون أن يحمل بالضرورة ملامح شخصية البيئة الثقافية والاجتماعية التي يُفترض بها أن تتوجه إليها. فالتطور الملحوظ في البيئة الإعلامية وتقنياتها وثقافة المرسل والمتلقي الذي غالباً ما ينظر للغات الاجنبية نظرة إعجاب أكثر مما يستوجب، هو الذي يثبت اختلال في التفكير والأبتعاد عن معرفة قيمة اللغة العربية.

وبرغم هذه الهفوات والسلبيات التي تتعامل بها وسائل الاعلام والعاملين فيها

حيال اللغة العربية، لكن علينا أن نعترف أيضاً بأن هذه الوسائل الإعلامية لديها الكثير من الفضائل والايجابيات على اللغة العربية، أهمها، ومنها، على سبيل المثال إحياء العربية، بعدما كانت مهددة بالدعوات المغرضة المشبوهة والداعية إلى إحياء اللهجات العامية، فماتت تلك الدعوات البغيضة، التي كانت فرص نجاحها كبيرة، لولا جهود الصحافة العربية، التي تكون أحياناً متقدمة على المجامع اللغوية، بفضل من هذه الوسائل الإعلامية كانت المظاهر الإيجابية تتمثل في وُحدة العربية وانتشارها بين مختلف فئات المجتمع، وتقريب بين اللهجات والمستويات اللغوية، وتنمية الثروة اللغوية.

إن اللغة الإعلامية في إعلام التواصل الاجتماعي هي لغة الجماهير العادية التي هي بنفسها تحدد وتختار الرموز والإشارات التي تتطابق مع تلك التي يخترنها المتلقي في الإطار الدلالي (المخزون المعرفي)، وهي التي ولدت ونمت في رحم وسائل الاتصال الجماهيري التي أنتجت خطاباً ولغة خاصة لا تنفصل عن الزمان والمكان الاجتماعي والإنساني، لذلك كان لها تأثيراً واسعاً في الشوارع التي تلتقت خطاب هذه الوسائل وسارعت لتبني هذه اللغة وذلك الخطاب القصير والواضح.

### سادساً: المحتوى الأخباري في الإعلام الرقمي

إذا كنا قد ركزنا في دراستنا على صحافة المواطن، فإن المتغيرات المهنية الأخيرة، قادت إلى اختفاء هذا الاسم، ليحل محله مفهوم المحتوى الأخباري، بعده مفهوماً أشمل ينتجه المستعملون. ولم تعد هناك أي إشارة مرجعية إلى «الصحافة» بكونها مهنة متخصصة تحكمها مجموعة فريدة من القواعد والأخلاقيات، تختلف عن تلك التي يعمل على أساسها المدونون الذين لو لم يعودوا صحافيين منافسين لأصبحوا مُنتجين مُكملين للمحتوى الأخباري. كما أن التعبير الاصطلاحي، يولّده المستعمل، يتخطى مفهومي مجموعة المواطنين والانخراط المدني. فمن الممكن أن ينتج المحتوى كل من المستهلكين والقراء والمُعلّقين، لكنه يفترض وجود محررين محترفين لتحويل المحتوى إلى صحافة. ويُشكّل هذا الكمّ الهائل من المصادر تحدياً يعود تاريخه إلى بداية عصر الصحافة «تحديد المصدر الذي يمكن الوثوق به».

ويقول جورج بروك، رئيس تحرير عدد السبت من صحيفة التايمز اللندنية، إن السؤال الأكثر أهمية الذي يطرحه دائماً مستهلكو الأخبار والآراء على أنفسهم، هو «هل أتق بهذا المصدر»؟

وستنجح بعض المصادر في هذا الاختبار، في حين ستخفق مصادر غيرها. ويجب على المجتمعات المنفتحة، التي ترغب في أن تظل منفتحة أن تواصل إجراء ذلك



الاختبار. وهكذا، فإن ظهور المحتوى الذي يولده المستعمل إلى حيز الوجود، إنما هو ثورة ثقافية حقيقية، يحمل في طياته فرصاً، وأيضاً مخاطراً، لا يستهان بها تتطلب يقظة المجتمع. فمن الناحية الإيجابية، أصبح لدى المواطنين الآن سيطرة أعظم بكثير على كيفية حصولهم على المعلومات وموعد حصولهم عليها. وتمر صناعة الأخبار حالياً في مرحلة تحوّل إلى حوار بين مزوّدي المعلومات وملتقّيها، أكثر من كونها مجرد وسيلة لفرض فئة النخبة آراءها ووجهات نظرها. أما من الناحية السلبية، فقد أوجدت شبكة الإنترنت إمكانيات جديدة هائلة للتلاعب الواسع والخطير أحياناً بالمعلومات، وهو أمر صعب، إن لم يكن من المستحيل، كبحه. وسوف تضع هذه الظاهرة مسؤولية ثقيلة متزايدة على كامل الصحفيين المحترفين لكي يحافظوا على معايير عالية في التحقق من صحة الوقائع والصدق والموضوعية. وينفق المحررون وقتاً طويلاً في التدقيق بصحة الصور والنصوص التي ينتجها أو يولدها المستعملون والمصادقة على صحتها، ومن المتوقع أن يزداد الوقت اللازم للقيام بذلك.

وتخوف شبكة الـ (BBC) من وسائل الإعلام الاجتماعية ووصفتها بـ«الألغام»، وحددت لائحة من ست نقاط أساسية لصحافتها تضع أطراً لكيفية التدوين، أو نشر الأخبار العاجلة باستخدام تويتر أو الفيسبوك، دون الوقوع في مأزق. (لكن غالباً ما يقع الصحفيون في مأزق من هذا النوع. ويبدأ دليل استخدام الحسابات الشخصية في وسائل التواصل الاجتماعية، بالطلب الآتي: «...بوصفك موظف في BBC، وخاصة كشخص يعمل في الأخبار، هناك نقاط محددة يجب أن تأخذها في الاعتبار، ويمكن تلخيصها بجملة واحدة: «لا تقوموا بأمر غبية»». وهي توصيات للابتعاد عن السياسة وأي عمل ينظر إليه على أنه تحيّز حزبي. ويوجههم إلى كيفية معالجة الأمور فور انبثاق الأخبار العاجلة، وأثناء عملهم على الحسابات الرسمية لوسائل الإعلام الاجتماعية التابعة للشبكة. وهي الأخرى، مؤخراً أصدرت وكالة الأسوشيتد برس الأمريكية، المعروفة بتشجيع صحافتها على دمج حساباتهم الشخصية، التي أنشأوها في مختلف وسائل الإعلام الاجتماعية، بالهنية، تحذيراً لاثنتين من صحافتها أعربا عن آرائهما الشخصية عبر الشبكات الاجتماعية.

## سابعاً: علاقة الشباب بالإعلام الرقمي

من الميزات التي يتسم بها العالم العربي أن جيل الشباب يطغى على مجتمعاته، ذلك عامل إيجابي في دفع عجلة التنمية نحو الأمام لو جرى توظيف هذه الطاقات بالشكل الصحيح، ولكن الذي ساهم في تفويض هذه القدرات الشبابية العربية، وجود

أنظمة استبدادية حاولت ل عقود طويلة أن ترسخ فكرة الكفاح المسلح لأجل البقاء في سدة الحكم وقتاً طويلاً، لكن على حساب مصلحة الشعب. وهذه السياسة الحكومية العربية سببت قهراً كبيراً للشباب المتطلع نحو التنمية والتقدم ونيل الاستحقاقات، ولمجرد ولوج عصر التقدم في تقنيات الإعلام وحلول القرية العصرية، ومن ثم عالم الشاشة الصغيرة، لاحظ الشباب العربي قضايا القهر والتعريض التي تسببت بها لمجتمعاتهم الأنظمة الحاكمة، وبتفاعل جملة عوامل منها: الحاجة إلى التغيير، والتعسف الحكومي، بالإضافة إلى تداخل وسائط الإعلام في تقريب المشهد الكوني، حصلت الثورات العربية التي بدأت في تونس.

وفي هذا السياق كشفت دراسة صادرة عن الأمم المتحدة في ٢٠١١ بأن غالبية السكان العرب يمثل أغلبية شبابية، وهذا ورد في إطار تقرير عن التنمية البشرية أجري لخمسة بلدان عربية، حيث بلغ متوسط العمر في مصر ٤٢،٢٤ سنة، وفي المغرب ٣٠،٢٦ سنة، وفي سوريا ١٠،٢١ سنة، وفي تونس ٩،٢٨ سنة، وفي البحرين ٠،٣٠، تلك هي حقائق تقترب من متوسط العمر في البلدان العربية ككل الذي بلغ ٢٠،٢٣ سنة. وهي في مجملها بلدان فنية سكاناً، إذا ما قورنت بمناطق أخرى من العالم، فبلغ متوسط أعمار السكان في العالم ٢٠،٢٩ سنة، ولا يضاهاي المناطق العربية في كونها مجتمعات فنية أغلب سكانها من فئة الشباب ٢٠-٤٠ عاماً سوى منطقة جنوب الصحراء الأفريقية الكبرى التي يبلغ متوسط عمر السكان فيها ٦٠،١٨ سنة.

وتقول الدراسة: أما عن نسبة الشباب إلى السكان في البلدان الخمسة محل التحليل، يبدو من الملاحظة الأولية لأحداث الثورات أن ثمة مجموعة من السمات قد برزت لدى جيل الشباب العربي نتيجة للظروف السابقة، ولتطوير الاستبداد لوسائله، بشكل لم يكن له مثيل من قبل. فقد تطورت سمات جيل الشباب لتجعله مؤهلاً لقيادة العملية الثورية التغييرية أكثر مما توافر من سمات للجيل الأكبر سناً أو الجيل الذي ولد قبيل تولي أطول الأنظمة العربية بقاء في السلطة من بعض أنظمة الحكم، وهو ما جعله الجيل الذي ولد بعد هذا التاريخ تحديداً، يكتسب سمات وقدرات جعلته أكثر قابلية لقيادة التغيير من غيرهم، خاصة وأن هذا الجيل لم تصله أية مزايا من تلك التي ولدتها نظم التحرر الوطني في بدايتها، حيث إن تطور هذه النظم وتركيبها جعل الجيل الذي ولد في الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين يعيش في ظل نظم تستمد خطابها وشرعيتها من نظم التحرر الوطني، وتمارس على أرض الواقع سياسات وسلوكيات مناقضة تماماً لهذا الخطاب. وليس غريباً أن تكون طليعة الربيع العربي ووقوده شبابية، فلقد ذاق هذا الجيل ويلات الاستبداد والفساد منذ نشأته، وحتى سن الرشد، وامتلك

قدرة متراكمة على نقد الأوضاع في البلد الذي ينتمي إليه، والأمة التي هو جزء منها، بشكل جعل الإنسان العربي إجمالاً ناقماً من الوضع العام أكثر من أي وقت مضى في التاريخ العربي. ويحدد كل من محمد العجاني وعمر سمير سمات الجيل الجديد بما يلي:

### ١- الجرأة والمخاطرة

حاولت النظم السياسية العربية خلق مواطن مهادن لها ومطوَّاع لأمرها، تارة بالترغيب، وأخرى بالترهيب، لكن العقد الأخير شهد عنفاً من قبل السلطات، أقل ما يمكن أن يوصف به أنه مفرط ومهين لكرامة الإنسان الذي لم يعد يمتلك سواها في بعض النظم أو تُشتري بالمال في نظم أخرى، حتى إن القبضة الأمنية الحديدية للأنظمة العربية سعت مؤخراً إلى توزيع الصمت كما توزع الكلام. ولأن العنف يولد عنفاً وقسوة، فإن الخجل تطور إلى الجرأة ومع استفاد أسباب الخضوع، كانت المواجهة حتمية.

### ٢- السرعة والإنجاز والقدرة على الحشد

من خلال أدوات بسيطة للغاية، وفي وقت وجيز يتراوح ما بين ثمانية عشر يوماً وثمانية شهور، وهو وقت ليس طويلاً في عمر الثورات قياساً بالثورات الكبرى، أسقطت نظماً ظل أقلها في السلطة أحد عشر عاماً، وبين أسبوع وآخر، كانت الملايين تتجمع بدعوات من مواقع التواصل الاجتماعي التي تحولت إلى مواقع للتغيير الثوري، وربما اتاحت خاصية السرعة هذه والإنجاز طبيعة الوسائل التكنولوجية الجديدة التي أدركتها الشعوب وأحسنست استعمالها، بعكس النظم التي حرصت على إدخالها والتجارة فيها، كنوع من الرتوش وللحاق بمؤشرات منظمة دولية هنا أو هناك. كما أن القدرة على الحشد ازدادت مع هذه الوسائل، فالرسالة الواحدة يمكن إيصالها إلى مليون شخص من دون تكلفة كبيرة بفعل تطور تقنيات الإعلام والاتصال الجديدة.

### ٣- التحدي والابتكار والإصرار

لعلها سمات للشباب العربي على مر العصور تزداد وضوحاً في أوقات الأزمات، فالشباب التونسي الذي وقف متحدياً قوات الأمن، معلناً هروب بن علي ومغادرة البلاد، لا يختلف كثيراً عن الشاب المصري الإسكندراني الأعزب الذي وقف في شوارع الإسكندرية متحدياً قوات الأمن، ومتلقياً الرصاص بصدوره من دون تراجع أو نكوص، وفي درعا وحماة ودير الزور وريف دمشق، متحدياً أدوات البطش أو القمع التي يمتلك أداؤها النظام، ويستعملها بقسوة وعنف مفرطين وكأنه يقاثل عدواً شرساً. وتسري عملية

التحدي في باقي البلدان العربية، وهو ما حوّل جموع المواطنين إلى دروع بشرية تحول دون تقدم الدبابات والقذائف وأحدث أجهزة مكافحة الشغب، مع ابتكار وسائل جديدة لمقاومة الأجهزة الأمنية وإعاقة تقدمها. بل شكلت ثقافة تحد من مجتمع عربي إلى آخر ضد الأنظمة الحاكمة.

#### ٤- التطلع إلى الديمقراطية والحرية

لعل السؤال الذي كان يطرحه الجيل الأكبر سنًا على جيل الواقع العربي الجديد: ما هو البديل من النظام القائم؟ هو الذي كان يعطي شرعية للنظام من منطلق (أنا أو الفوضى) هذا السؤال لم يهتم به الشباب، لأن الهدف أصبح التغيير في حد ذاته، ثم هناك إيمان لدى هذا الجيل بأن شعوبنا تمتلك البديل الأفضل دائماً، وأن المستبدين هم أسوأ ما في هذه المجتمعات، ومن ثم فإن أي نظام بعدهم لم يكن على شاكلتهم. وهذه ربما خاصية أدت إلى ارتباك وتعثر مسار بعض الثورات، سيما وأن هذا الجيل لم يسمع عن التحرر والاستقلال سوى في التاريخ والأعمال الفنية، ما ولد لديه نزوع إلى ذلك.

#### البنية المعرفية للشباب العربي

ترتكز البنية المعرفية للنشطاء الشباب على أساسيات مجتمع المعرفة، واطهار جيل الشباب بقدرة عالية على التعامل مع المنجزات المعرفية والتكنولوجية الحديثة، بل وعلى إيجاد استخدامات جديدة لها تستخدم مقتضيات الحراك على الأرض في مختلف المجالات، حيث اتسع فضاء الاحتجاج الاجتماعي على ساحة الإنترنت، وساهم في استبدال أدوات الاحتجاج التقليدية بأطر جديدة تسبح في الفضاء المعلوماتي. ويعد الإنترنت الوسيلة الثورية لعصر المعلومات، وقد نجح في تشكيل المجال الافتراضي العام، ذلك المجال الذي أصبح عبارة عن ساحات للتفاعل، تتم في إطاره مناقشة القضايا العامة، وطرح مطالب الأفراد من الدولة. ولقد أعاد المجال الافتراضي الأمل في ظل تناقص الحريات في المجال الواقعي، ونبدأ بالسؤال الآتي: لماذا تتوافد الحشود على الشبكات الاجتماعية؟

إن الإجابة الجوهرية على هذا السؤال لم تأت من فراغ، على اعتبار أنه عالم جديد ويرغبه الشباب، ونكفني بهذا القدر. بالعكس، فهناك إجابات حددها البعض من المختصين تأتي في إطار الاعتبارات الآتية:

-الاعتبار الأول في الحرية: لقد فتح المجال العام الافتراضي الحرية أمام تشكل

الحركات الاجتماعية التي كانت تعاني تأزم الواقع. فانحسار محيط الحرية في الواقع جعل من الفضاء المعلوماتي ملاذاً لها، خاصة في ظل سهولة التفاعل مع الشبكات وحرية الانضمام ومرونة التحرك.

-الاعتبار الثاني يتمثل بمشاركة الاهتمامات: وتعدّ هذه الفرضية الأولى لتشكّل المجتمع الافتراضي، حيث يقوم هذا المجتمع في الأساس على فكرة التجانس في الاهتمامات، حيث سمح مجال الإنترنت في تشكل الحركات الاجتماعية على مختلف أشكالها. فإذا كان المجال الواقعي العام يعاني الانحسار، فإن الإنترنت قد أعاد تشكيل المجال العام، ولكن على نحو افتراضي.

-الاعتبار الثالث ويتعلق بالتفاعلية: فقد فتح الإنترنت مجالاً للتفاعل وتشكّل الحركات الاجتماعية، خاصة أن تفاعلاته لا ترتبط بقيود المكان، ولا قيود السلطة، ولا قيود الزمن، ويستدعي ذلك إلغاء التفرقة، بينما هو اجتماعي وسياسي وثقافي على خلفية السياقات الافتراضية والواقعية التي لم تعد مقبولة في ظل التفاعلية التي تشهدها التفاعلات، وتأرجح تفاعلاتها بين متصل الواقعي والافتراضي.

لقد أعاد ظهور الإنترنت النظر في بنية الاحتجاجات في المجال العام الافتراضي، وأدى إلى مراجعات متعددة حول الأسس التي تقوم عليها هذه الاحتجاجات الجديدة. وهذا ما دعا إليه لانس بنينيت بالقول إن وسائل الاتصال الرقمية قد أعادت النظر في الاحتجاجات الاجتماعية على أوجه متعددة ومن ذلك:

#### ١-تشكّل الاحتجاجات التي تعبئ طاقتها عبر الإنترنت:

إن مرجعية التفاعل في المجتمع الافتراضي هي مرجعية معرفية بالأساس، ذلك لأن الذي يحرك الاحتجاج عبر الإنترنت هم النشطاء الجدد، أو النخب المعلوماتية. وهذه النخب قد أعادت النظر في المفهوم الطبقي التقليدي، حيث شكّل هذه النخب وحتى الجمهور المتفاعل والمشارك في الثورة طبقات جديدة من النخب السياسية التي أدارت ظهرها إلى النظم التسلطية التقليدية في المجتمع، كذلك النظم التي أدارت ظهرها للشباب، وأعطت نفسها حق توزيع السياسات من دون اعتبار بواقع الشباب، واكتفت النخب التقليدية في تفاعلها مع الشباب بشعارات زائفة لم تكن لتحقيق في الواقع من شيء بشكل واضح وفعال، ففتحت فئة الشباب لنفسها واقعاً جديداً وتفاعل وتشكل قيمها على ساحته.

#### ٢- مرونة التفاعل

تتيح فرصة أمام تشكل تفاعلات إيجابية تتسم بسهولة التواصل عبر الإنترنت، وتتجلى هذه المرونة من خلال تشكل ما يمكن تسميته (الأبعاد المماثلة)، حيث المرونة

في القدرة على تحديد الأهداف العامة للاحتجاج على ساحة الإنترنت، ولعل مرونة التفاعل الشبكي واستغلال البعد الثقافي للإنترنت أدى دوره الكبير في تنظيم الثورات العربية التي حققت نجاحها في الانتقال من السياق الافتراضي إلى الواقعي.

### ٣- الاستثمار العاطفي

استغلت النخبة الشبكية الجديدة تقنيات الاتصال في التعبئة العاطفية للمتفاعلين من خلال الاحتجاج، واستغلال القدرة على التشبيك في جمع التأييد حول قضايا الاحتجاج. وينطبق هذا النموذج على الثورة المصرية التي جمعت التأييد عبر الإنترنت، ونزولها إلى الشارع، فاحتشدت جموع من الشعب في المدن، بما ساهم في تعبئة الحشد الكبير وحولها إلى ثورة شعبية.

### سابعاً: الاعتماد المفرط على الإعلام الاجتماعي

برغم كثرة المتحدثين عن منافع الإعلام الاجتماعي، فإن أغلبية المؤسسات تركز على أهمية التوازن بين النشاط الإلكتروني والميداني، والبعض لا يروق له عبارات المديح عن هذا النشاط الإعلامي الشعبي، وينتقد عبارة (ثورة الفيسبوك) التي تعطي امتيازاً لدور الإعلام الاجتماعي في الثورات العربية التي حصلت خلال السنوات الماضية. ويقول بعض خبراء الإعلام إن هذا التوصيف غير الدقيق أدى إلى هذه المبالغة في الإعلام الاجتماعي بمعنى (ثورة الفيسبوك أنتجت ثورات الربيع العربي)، وأدى إلى تقاعس متنام حيث ذكر أغلبية المشاركين الانعكاسات السلبية للنشاط الإلكتروني، مع الإشارة لإمكانية تقويض العمل الذي يقوم به الناشطون الفاعلون عبر ثيهم عن المشاركة الفعلية، في كثير من الأحيان، يعني الانتقال إلى النشاط الإلكتروني ابتعاداً عن النشاط التقليدي. وحيال هذه المعطيات الجديدة اشتكى أحد الناشطين من أن إعادة بث رسالة على تويتر أو الإعجاب (like) بمجموعة، أو تشاطر المعلومات، لا يجعلك ناشطاً مقارنة بأولئك الذين يجتمعون مع الناس وينزلون إلى الشارع ليتظاهروا. وتشتكي أغلبية المؤسسات من أن النشاط الإلكتروني قلماً يحقق نتائج ميدانية، حيث أشار المشاركون إلى أدوات المناسبات (events) على فيسبوك وفشلها في إعطاء صورة دقيقة عن عدد المشاركين في النشاطات الميدانية. فعدد الذين يؤكدون حضورهم على فيسبوك مضخم جداً. ويقدر بعض الناشطين أن ١٠ بالمائة فقط من الذين يختارون مشاركاً (attending) على فيسبوك، يشاركون فعلياً. ويشتكي الناشطون من أن النشاط الإلكتروني غالباً ما يخلق مفهوم غرفة الصدى حيث تصل المعلومات لحلقة الناشطين الضيقة نفسها. ويقول مؤسس Lebanon's time أن في الوقت الذي تظن أنك تواصل

إلكترونيًا مع مجموعة أخرى، غالباً ما تتواصل في الحقيقة مع داعمين يشاطرون الرأي نفسه.

## مفاهيم ذات صلة بتقنيات الإعلام الرقمي

للتكنولوجيا دور كبير في نقل المعارف والمعلومات بين الناس، وهنالك نقاط التقاء بين تقنيات الاتصال والشبكات الإنترنتية والإعلام الرقمي المتيسر بين غالبية الناس. ومن هذه المفاهيم ما يلي:

١ - التقنيات المعلوماتية: تعني اقتناء واختزان المعلومات وتجهزها بمختلف صورها وأوعية حفظها، سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرتة أو ممغنطة أو معالجة باللزر، وبثها (باستخدام تولفة من المعلومات الإلكترونية، ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد).

٢- تقنيات الاتصال والإعلام والمعرفة، وهي التي تضيف مفهوم قواعد المعرفة وتيسر المعارف في التعلم.

٣- الإعلام الجدد: شر عموماً إلى الجمع بن تقنيات الاتصال والبث الجدة والتقليدي مع الكمبيوتر وشبكات، وقرباً منه نجد الإعلام الشبكي الحي والإعلام الرقمي.

## منافع الإعلام الاجتماعي

هناك العديد من المنافع التي يقدمها الإعلام الاجتماعي للمستخدمين ويجب التركيز عليها في ما يلي:

١- تحقيق انتشار فوري غير مكلف.

٢- التواصل بسهولة مع جمهور واسع بأساليب وأغراض متعددة .

٣- التنظيم الداخلي والتعاون الخارجي وتقوية العلاقات .

٤- تعزيز التمويل والمحاسبة .

٥- تفادي الرقابة وتسهيل الوصول إلى المعلومات .

أعباء الإعلام الاجتماعي

مثلما توجد منافع للإعلام الاجتماعي كما ذكرت سابقاً فإن له أيضاً أعباء، هي كما

يلي:

١- متطلبات عارمة وموارد ومهارات محدودة .

٢- التواصل الاستراتيجي والتفكير النقدي.

٣- معضلة اللغة الإعلامية.

٤- الدخول إلى الإنترنت .

٥- الاعتماد المفرط على الإعلام الاجتماعي والتقاعس ومفعول غرفة رجوع الصدى.

### حقوق الملكية في العصر الرقمي

إن حماية الملكية الفكرية في العصر الإلكتروني تعد أمراً مهماً وملحاً، لأن هذا العصر جعل من القام بعملية النسخ أمراً أسهل أكثر مما كان عليه الحال في الماضي. فنسخ كتاب باستخدام آلة النسخ الضوئي قد تستغرق ساعات، في حين أن نسخ برنامج كمبيوتر على قرص مرن ممكن أن يتم في ثوان معدودة، وهدد التحول إلى استخدام الأجهزة الرقمية بتعقد المشكلة، وما زالت القوانين والتشريعات أبعد ما تكون عن اللحاق بالتطور التكنولوجي، مما أدى إلى زيادة معدلات قرصنة البرامج والشبكات والاحتياز والسطو على الصور والأصوات.

### البث باستخدام تطبيق Facebook Mentions

التطور المتنامي في الإعلام الاجتماعي عبر صفحات الفيسبوك أخذت تواكبه وتستخدمه القنوات الفضائية وأصبحت الجزيرة تتميز في أول بث باستخدام تطبيق Facebook Mentions وذلك بظهور مقدم برنامج أو مراسل صحافي بشكل مباشر مع المتفاعلين من المشاركين الموجودين على صفحة الفيسبوك في بث حي باستخدام الشاشة بالصوت والصورة.

ومن خلال متابعة أول تجربة انفردت بها قناة الجزيرة الفضائية، ظهر المذيع في القناة محمد كريشان من مركز القناة، لكن دقائق ضمن البث الاجتماعي يوم الاثنين الحادي عشر من آب/ أغسطس ٢٠١٥ ولمدة ١٠ - ١٥ دقيقة، وهي تجربة جديدة من التطور التكنولوجي تستخدم في أول مازجة بين الإعلام التلفزيوني والاجتماعي لتقديم أفضل خدمة تجعل الإعلام التقليدي يكسر الروتين والتعامل البيروقراطي، يتحدث بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لقناة الجزيرة، ويتحاور مع المتحدثين من المواطنين الذين



عبروا بطريقة سهلة، وكأنهم مراسلون صحافيون تفاعليون مع مقدم قناة الجزيرة الرقمي الاجتماعي.

وفي اليوم الثالث من التجربة الأولى انتقل البث عبر هذه القناة التفاعلية من فلسطين، وعلقت القناة عبر صفحتها الفيسبوكية عبر منشور قائلة، سيكون الزملاء في مكتب غزة معكم في لقاء تفاعلي وصریح عبر الفضاء الإلكتروني.. وجاءت بطريقة الخطاب المباشر للمواطنين المتابعين بقولها: هي فرصة لتكون أنت المذيع وتطرح أسئلتك على مراسلي الجزيرة في غزة بفلسطين، ونقلت المذيعة المعروفة خديجة بن قنة عبر صفحتها وصفحة الجزيرة «سأكون معكم رفقة الزميل تامر المسحال وهو مراسل الجزيرة من غزة في بث مباشر وحصري على صفحة فيسبوك لمدة تتراوح بين ١٥ و ٢٠ دقيقة انطلاقاً من الساعة (١٨:٠٠) بتوقيت مكة المكرمة، وسنحاول من خلالها التفاعل معكم، وإطلاعكم على الوضع في قطاع غزة ما استطعنا. كونوا في الموعد.



وقالت الجزيرة لحظة البث «الآن الزملاء في مكتب غزة معكم في لقاء تفاعلي وصریح عبر الفضاء الإلكتروني، كن أنت المذيع واطرح أسئلتك على مراسلي الجزيرة. وقال مدير قناة الجزيرة ياسر أبو هلال: انتقلنا من مرحلة المشاهد إلى مرحلة المشارك، وعلى متابعينا استغلال المساحات المتاحة في العالم الافتراضي للمساهمة في تطوير المحتوى.

## اللغة الإعلامية في الاتصال والتفاعل

اللغة: هي وسيلة اتصال وتخطب بين الناس، وهي سبيل التفاهم بينهم. والأفراد يستجيبون للغة التي ترد إلى مسامعهم قبل أن تتولد لديهم القدرة على استخدامها.

فالرضيع يعجز عن إيصال رسالته إلى ذويه باستخدام اللغة ومفرداتها من الكلمات، إلى أن يستخدم حنجرتة لإخراج أصوات ترتبط بنغمات خاصة تعبر عما ما يريد الوصل إليه.

## علم النفس اللغوي في الاتصال

إن ما يميز علم النفس هو تنوعه وتعدد فروعه النظرية، وخاصة التطبيقية التي من بينها علم النفس اللغوي الذي يهتم بدراسة اللغة والسلوك اللغوي في الحالة السوية وغير السوية. ويمكن تعريف علم النفس اللغوي بأنه علم يبني يتكامل فيه حقلاً علم اللغة وعلم النفس، ويتطلب فهمه دراية بمجالات الفلسفة، التربية والتعليم، الثقافة، وأيضاً بآليات الجهاز العصبي والمخ والذكاء الاصطناعي. وهو دراسة تجريبية للعمليات النفسية التي يكتسب المرء من خلالها نظام اللغة الطبيعية ويقوم بتنفيذه.

ويتميز علم اللغة النفسي: بأنه يتناول اللغة من منظور علم النفس، أي إنه يعني باللغة كظاهرة نفسية عند المتكلم والسامع على السواء. فيصوغ المتكلم أفكاره في عبارات يعبر عنها بالكلام، فيدركها السامع ويفهمها، كما يتميز بأنه يرصد العمليات الذهنية عن اكتساب اللغة أو عند استخدامها وعلاقة ذلك بالفكر والثقافة، فيعني مثلاً بدراسة العمليات التي يقوم بها العقل البشري من خلالها بربط الصيغة (مسموعة أو مكتوبة) بالمعنى من خلال وسيط، وهو نظام اللغة.

إن علم اللغة النفسي يعني بالبحث في كيفية فهم المرء وإنتاجه واكتسابه اللغة والتركيز على العمليات المعرفية المتضمنة في الاستخدام العادي للغة، كما يعني بالقواعد الاجتماعية المتضمنة في استخدام اللغة وآليات المخ المرتبطة بها. وقد حدد علم النفس في أوروبا بأنه علم الحياة الذهنية وساد الاعتقاد بأنه يمكن فحص الأحداث الذهنية كالشعور، المشاعر والانطباعات الذهنية، باستخدام مناهج دقيقة كذلك المناهج المستخدمة في العلوم الطبيعية، وأن دراسة اللغة تساهم في تأمل طبيعة الذهن، وأن الجملة - وليست الكلمة - هي الوحدة الأساسية للغة، وأن إنتاج الكلام هو تحويل عملية فكر كاملة إلى أجزاء كلام منظمة ومتعاقبة، وفي الوقت نفسه عرض الباحثون في الولايات المتحدة التركيز على دراسة العمليات الذهنية كهدف لعلم النفس، فقد اضطلع السلوكيون بدراسة السلوك الموضوعي، المدرك بالحواس، وأكدوا على دور التجربة في تشكيل السلوك وعلى دور الحدث البيئي (التعزيز والعقاب) وعلى الأنماط الموجودة في البيئة مباشرة.

حين درس السلوكيون لغة الإنسان واهتموا بالسلوك اللفظي، فإن دقة سلوك الكلام

تتم عن نشأة الفرد في بيئة تتوافر فيها أنماط لغوية دقيقة وصحيحة والحرص على تلقين الأطفال النطق الصحيح وعلى تصحيح أخطائهم في الكلام. وقد تركز اهتمام السلوكيين على المعنى (meaning)، حيث أكدت أبحاثهم على تداعيات المعنى في الكلمات، كمثال قياس تداعيات المعاني التي يمكن الفرد أن يقدمها في فترة زمنية محددة ووضعها في قائمة من كلمات مفردة ذات معنى، وكمثال إثبات أن الكلمات ذات المعنى المألوفة (مثل الطبخ) يسهل تعليمها أكثر من تعلم كلمات ذات المعنى غير المألوفة (مثل أيقونة).

## توظيف اللغة كأداة اتصالية

إن اللغة تعتبر وسيلة الاتصال الأساسية الأولى، هدفها نقل المعلومات بأفضل الطرق متبوعة بأفضل تعبير، وتوصية، وتأثير. والمعنى الاصطلاحي للاتصال: تبليغ رسالة شفوية، أو خطية، أو معلومات أو أفكار أو آراء عن طريق الكلام المنطوق، أو الكتابة أو الإشارات، فهذه العملية تتم عن طريق الوسائل التكنولوجية المعروفة عن سلسلة تفاعلات مترابطة: مرسل - مستقبل - رسالة - وسيلة اتصال، كما أنها عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد، وذلك باستخدام نظام الرموز المعروفة، والمعنى الجماهيري للاتصال هو: تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات والآراء بهدف التأثير فيها بأسلوب غير مباشر. ومع أن الاتصال قديم قدم المجتمع البشري، وهو قائم منذ وعى الإنسان حقيقة وجوده، فبدأ من الإشارات وانتهى باكتشاف اللغة، وصولاً إلى ما نراه اليوم من وسائل الإعلام الحديثة، فصار يقال: إن لغة الإعلام هي التي تصوغ الحضارة.

إن وسائل الإعلام هي الطريقة التي يمكن من خلالها إيصال فكرة أو رأي إلى عدد من المستقبلين، كالجرائد، المذياع، التلفاز، السينما، وكل وسيلة تحمل نوعاً خاصاً بها من الرسائل تختلف عن الأخرى، وقد تهدف إلى الترفيه أو التثقيف أو الإعلام، وإن عملية الاتصال لا تقوم على المرسل والمستقبل فقط، ولا تنجح إلا بالرسالة فهي تمثل الوسيلة أو بالأصح هي اللغة، لذا فإن اللغة هي وسيلة الاتصال القائمة عليها عملية الاتصال الجماهيري ولكل كلمة رمز. فهي ليست مصطلحات رمزية مجردة، لكنها ضمن التركيب اللغوي تكون قائمة على نقل المعنى، فالكلمة ضمن السياق الكلامي يختلف مدلولها الرمزي في كل مرة، فيكون بعدان: الأول: بعد مادي، والثاني بعد معنوي، فيهتم رجل الإعلام الجماهيري بالبعد المعنوي للكلمة، لأن همه الوحيد هو فهم الجمهور العام، فعندما يتصل الفرد بغيره يحاول مشاركة مع من نتصل به، ومن هنا تظهر أهمية اللغة باعتبارها أهم وسيلة اتصال، فهي الأساس القائم عليها جميع وسائل الاتصال

الأخرى، فلا بد من إيجاد لغة جديدة ومبسطة ومنسجمة مع حاجة كل وسيلة إعلامية.

## التأثر والتأثير بين وسائل الإعلام واللغة

مثلما شهد هذا العصر تطورات كبيرة في وسائل الإعلام، فإنه شهد أيضاً تحولاً كبيراً في اللغة الإعلامية التي عملت على إنجاح وسائل الإعلام حتى واكبت العصر، ودلت على قدرة هذه اللغة بوصفها أداة متميزة من أدوات الاتصال، وعلى تأثيرها في مشاعر الناس وفي سلوكهم ومعتقداتهم.

وعلى صعيد التأثير والتأثر الآخر إذ تأثرت اللغة بوسائل الاتصال، حتى جعلت المهتمين باللغة يقولون: إن ما وصلنا إليه من أسلوب سهل في هذه اللغة يعود به الفضل إلى الصحافة اليوم، ولا يعود إلى أي سبب آخر. ومن أبرز هذه المؤشرات الإيجابية:

١- تأثرت اللغة بالصحافة كونها طوعتها وجعلتها مرنة تفي بمتطلبات العصر.

٢- استوعبت التطورات المذهلة المصاحبة للنهضة وأدت إلى شيوع الفاظ جديدة ومصطلحات حديثة.

٣- وسعت آفاق اللغة وتطورات أساليبها في العلوم مثل الفنون والاجتماع والسياسة وغيرها. لكن بقدر ما أثرت الصحافة في اللغة إيجابياً، كان لها تأثيرات سلبية ومنها:

١- بسبب ضعف الملاكات المتخصصة واتساع هذه الوسيلة وغياب العنصر المثقف المهني فيها، أدى إلى ضعف لغوي أدائي وإعلامي انعكس على الصحف نفسها.

٢- سبب ضعفاً في أبوابها، فهي تعتبر منبراً إعلامياً جماهيرياً وثقافياً وسياسياً وديمقراطياً، لكن أغلب من يكتب بها نسي ذلك وأخذ يكتب بأسلوب أدبي ذاتي بعيداً عن اللغة الإعلامية الجماهيرية الفصيحة المبسطة، حتى أفقد الصحيفة هذا المنبر.

٣- إن الإغراق في استخدام العامية وتهجين الفصحى جعلها ضعيفة في بلورة فصحي مشتركة، فيعتقد معدّو البرامج أنه بتسهيل الفصحى تصبح لهجة عامية درجة كي يفهمها الجمهور، لكنهم يحاولون عبثاً، فتبقى على الجمهور صعبة.

## اللغة الإعلامية سبيل التواصل الحضاري

لا شك أن هناك ثلاثة مستويات للغة التي تتعامل بها وسائل الإعلام للتواصل والتفاهم بين الناس، وتندرج هذه بحسب طبيعة المجتمع أو مستوى الوعي الفكري، حيث تكثر اللهجات بعدد البلدان العربية التي تحكمها ثقافات محلية، من ضمنها

اللهجات ضمن موقع جغرافي معيّن، وتصف هذه المستويات إلى ما يلي:

١- اللغة العامية أو الشعبية الدارجة لكل مجتمع عربي محلي ربما هي الأكثر شيوعاً، وحتى تغطي في كثير من الحالات على لغة الإعلام ما يعيق وصولها إلى المجتمعات خارج حدود البلاد، كونها تصح لغة معاقة ومشلولة الفهم والتأثر والتأثير.

٢- اللغة الفصحى وتسمى «الوسطية»، وهي اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام وتمثل اللغة الجامعة بين كل المجتمعات العربية، ولها امتياز الفهم والتفاهم وتحقيق وصول المحتوى الإعلامي للآخرين بسهولة، واكتمال دائرة الفهم «رجع الصدى» بين الناس من المتعلم وغير المتعلم الأمي. لذلك تتوحد لغة المذيعين والقراء والكتاب في هذه اللغة الفصحى الوسطية.

٣- اللغة العليا وهي لغة الفلاسفة والأدباء والشعراء، وكثير من الناس حتى المتعلمين، ليس سهلاً عليهم فهمها والتواصل من خلالها، بينما يتوقف التواصل عبرها بين الأميين.

ويقول المختصون إن الإعلام فن حضاري ولغته لغة جديدة، وهي تعد نظاماً إعلامياً ومشكلة اللغة بحد ذاتها في فاعلية وسائل الإعلام الجماهيرية فمثلاً: البلدان التي تتعامل بأكثر من لغة واحدة تواجه الجهات المسؤولة صعوبة في تعميم الإعلام الجماهيري، أما البلدان التي تتعامل بلغة قومية، فالمشكلة تكاد تنحصر إلى حد ما، وقد ذكر بلز قبل عدة عقود أن الإعلام سيخلق لغة جديدة وبلاغة جديدة، وأكد أن حاجة العصر تستلزم لغة إعلامية جديدة، وذهب بعض الباحثين إلى أن الناس تبني حضارتها وفق عالم اللغة، فهؤلاء يخضعون لعالم اللغة التي هي وسيلة تعبير لهم، والواقع يركز لا شعورياً على العادات اللغوية للجماعة ولا تحيط بنطاق مادي، وحية اقتصادية فقط.

إن وسائل الإعلام الجماهيري بما فيها اللغة، أصبح لها تأثير عظيم على عقول الناس، وعلى سلوكهم، وتتغير مداركهم، ومواقفهم الخاصة، وتشكيل آرائهم، فهي تجعلهم ينزعون إلى التجديد وتحمل المسؤولية، والإسهام في عمليات التنمية القومية، على جميع الصُّعد. أما على الصعيد الوطني، فإن لغة الإعلام الفصيحة، المشتركة، المبسطة، المعبرة هي اللغة الوسط لتعميم الإعلام وتأثيره، لكي يقوم بدوره في عمليات التواصل، وفي إلغاء عنصر المكان وتنمية الوعي الوطني كمّاً ونوعاً. فالتوسع في اللغة الفصيحة انتقل إلى استعمال اللهجات العامية بشكل مفرط مرتبطة بالإقليمية، وإذا نفشت واستمرت، فهذا على حساب الفصحى، مع أن التطور الإعلامي يؤثر على الوطن العربي وعلى اللغة العربية إيجاباً.

## علاقة وسائل الإعلام باللغة

إن اللغة والإعلام يرتبطان بعلاقة متينة من الصعب الفصل بينهما، وكلّما نضجت اللغة حققت المزيد من النجاح في إيصال الرسالة الإعلامية للجُمهورن ومن هنا يمكن توضيح ذلك من خلال النقاط التالية:

١- ساعدت وسائل الإعلام على نشر الكثير من الألفاظ والأساليب العامية وأصبح بعض المشتغلين بالعربية يتوارون من الآخرين من تلك النظرة المصحوبة بالسخرية والازدراء، لأن بعض وسائل الإعلام أظهرت رجل اللغة بصورة مهزوزة، له عالم خاص ومزاج منفرد.

٢- تحتفي وسائل الإعلام بالمشاهير من الفنانين والرياضيين، وتحتجب مشاهير اللغة عن الظهور، إدراكاً من معرفة قوة الإعلام في عرضهم على الناس جميعاً، وبالتالي يجعلهم يتأثرون بهم ويقتفون أثرهم والسير على نهجهم، وفي هذا خدمة للغة، إلا أنه لم يحصل.

٣- من النادر جداً أن تعي وسائل الإعلام العربية كيفية تلقين اللغة للطفل، وفي إمكانها ذلك لو صدقت النية لشاعت الفصحى.

إن القصة، المقال، التحقيق الصحفي من أبرز الألوان الأدبية الصحافية، وقد ثبت أن القصة التي تقدم للطفل في قالب لغوي شائق لائق، وتحمل معنى ذا هدف نبيل، أمر يحقق قدراً من النمو العقلي واللغوي.

٤- ينبغي أن ينقل المقال للطفل الفكرة، أو الرأي بهدوء، وسلاسة أسلوب، وأن يقدم التحقيق الصحفي الجواب عن أسئلة الأطفال عن كثير من الأسرار والحقائق والمعاني والمفاهيم بأسلوب سلس ولغة مشوقة.

٥- يمكن أن يسهم المذيع في نشر الفصحى عبر الألوان الأدبية في البرامج الإذاعية كالمسرحيات الهادفة والقصة والشعر، بشرط توافر الصوت الإذاعي الجيد، وعند عرض هذه الألوان ونحوها لا بد أن يقترن الوضوح التعبيري مع الإيجاز والبعد عن الجمل الفعلية الطويلة التي قد لا يستطيع الفرد استيعابها.

٦- يفترض الترويج للعامية في وسائل الإعلام بإشاعة الشعر النبطي، والمسمى بالزجل، لأن في ذلك دعماً بإيجاد ما يزاحم لغة القرآن.

٧- تتعاطف بعض وسائل الإعلام العربية مع الأدب الشعبي، والمقصود به ما كان لغة عامية، وفيه الأمثال والشعر والقصص. بحجة أنه قد ظهر مثل ذلك الأدب الشعبي

عند العرب، وكان متمثلاً في الرجز، من العناية بالأدب الشعبية.

٨- لوسائل الإعلام القدرة في المجال اللغوي أن تكون مع جهود المدرسة والجامعة في النهوض بالعربية، ومؤهلة أن تكون صورة من صور التخاطل مع هذه الجهود، وثمة ما يشبه الإجماع على أن وسائل الإعلام لا تستخدم اللغة استخداماً مفيداً، أو منتجاً، وأنها إلى المتعة أقرب منها إلى الفائدة، وإلى إضاعة الوقت أقرب منها إلى الاستفادة منه، وأنها إلى العمل السياسي أدنى منها إلى العمل العلمي.

٩- لمساعدة وسائل الإعلام لخدمة العربية ينبغي حُسن اختيار مقدّمي الأخبار والبرامج الماهرين لغوياً في الإذاعة والتلفاز لتحقيق المستوى اللغوي الرفيع الذي تقتضيه أنشطتهم.

١٠- إن اللغة الإعلامية هي التي تبنى على نسق علمي اجتماعي عادي، وكل كلمة منها تكون مفهومة، وتقدّم بطريقة جذابة وتحقق يسر القراءة والاستماع، أما فنون التورية وازدواج المعاني، أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى تداعي المعاني، فهي بعيدة عن لغة الإعلام.

١١- يجب أن تتسم اللغة الإعلامية بالاختصار والحرص على الجمل القصيرة، مثل - عَرِّضْ للبحث - بدلاً من: عرض على بساط البحث - قاتل - بدلاً من: خاض غمار القتال. - أعد بحثاً - بدلاً من إعداد بحث- استغرقت المناقشة نحو ساعتين - بدلاً من: استغرقت المناقشة مدة تقرب من ساعتين.

## المراجع

### ١ - العربية

#### كتب

إبراهيم، عبد الستار [وآخرون]. العلاج السلوكي للطفل، أساليب ونماذج من حالاته. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٣. (سلسلة عالم المعرفة؛ ١٨٠)

أبو أصيح، صالح خليل. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، ١٩٩٥.

أبو أصيح، صالح خليل. تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية. عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٩. (دراسات الإعلام: الإصدار الأول)

أبو الحمام، عزام. الإعلام الثقافي: جدليات وتحديات. عمان: دار أسامة، ٢٠١٠.  
أبو الرب، محمد. الجزيرة وقطر: خطابات السياسة، وسياسات الخطاب. الدار البيضاء: أفريقيا الشرق، ٢٠١٢.

\_\_\_\_\_. الفضائيات الدينية: دعوة أم تسويق. دبي: مركز المسبار للدراسات والبحوث، ٢٠١٤.

أبو ليلة، علي محمود. الإعلام والمجتمع: تشكيل الثقافة وبناء المجتمع الافتراضي. القاهرة: ٢٠١٤.

إحدادن، زهر. مدخل لعلوم الإعلام والاتصال الجزائر: دوان المطبوعات الجامعة، ٢٠٠٢.

أدهم، محمود. فن الخبر. ط ٢. القاهرة، دار الشعب، ١٩٨٧.



- إسماعيل، محمود حسن. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
- البدراي، فاضل. أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. العين- الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥.
- \_\_\_\_\_. الإعلام صناعة العقل. بيروت: منتدى المعارف، ٢٠١١.
- \_\_\_\_\_. فن الإتيكيت في بناء العلاقات الاجتماعية والدبلوماسية. العين- الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥.
- بن يحيى، زكريا لال، وعلياء عبد الله الجندي. تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٨.
- البناء، بسمة قائد. توسّتر والبناء الاجتماعي والثقافي لدى الشباب. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ٢٠١٤.
- البياتي، ياس خضير. الإعلام الجديد الحرة والفضوى والثورات. الفجيرة: هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، ٢٠١٤.
- جابر، سامية محمد. علم الاجتماع العام. بيروت: دار النهضة العربية وجامعة بيروت العربية، ٢٠٠٣.
- الجمال، راسم محمد. الاتصال والإعلام في الوطن العربي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩١.
- حجازي، مصطفى. الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ١٩٩٠.
- الحمداني، بشرى حسين. التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
- ختاتنة، سامي محسن، ود. أحمد عبد اللطيف أبو سعد. علم النفس الإعلامي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
- الدليمي، عبدالرزاق. مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. عمان: دار المسيرة، ٢٠١٢.
- دلو، فضل. التكنولوجيا الجدة للإعلام والاتصال. عمان: دار الثقافة، ٢٠١٠.
- رجب، مصطفى. الإعلام التربوي في مصر واقعه ومشكلاته. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩.
- الرحباني، عيبر. الإعلام الرقمي الإلكتروني. عمان: دار أسامة، ٢٠١١.
- الرزو، حسن مظفر [وآخرون]. ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع. بيروت:

- مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨. (سلسلة كتب المستقبل العربي؛ ٥٧)
- رمزي، ناهد. المرأة والإعلام في عالم متغير. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١.
- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي، ط ٤. القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٧.
- الشجيري، سهام. اقتصاديات الإعلام. العين، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤.
- شفيق، حسنين. الإعلام التفاعلي. القاهرة: دار فكر وفن، ٢٠١٠.
- . الإعلام الجديد الإعلام البديل - تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
- الصواني، يوسف محمد. اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٤.
- الطرايشي، مرفت محمد كامل. نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦.
- عبد الحميد، شاكر. عصر الصورة - السلبيات الإيجابية. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٥. (سلسلة عالم المعرفة؛ ٣١١)
- عبد الهادي، زين. اقتصاديات خدمات المعلومات: صناعة مراصد البيانات والمعلومات في العالم العربي في بداية الألفية الثالثة. [د. م.]: كتب عربية، ٢٠١٠.
- عبد الهادي، محمد. علم النفس الاجتماعي. بيروت: دار العلوم العربية، ٢٠٠٥.
- العجاتي، محمد، [وآخرون]. جيل الشباب في الوطن العربي ووسائل المشاركة غير التقليدية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٣.
- عزي، عبد الرحمن. دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز. ط ٢. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٩.
- عواد، فاطمة حسين. الإعلام الفضائي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
- عيسى، نهوند القادري. الاستثمار في الإعلام وتحديات المسؤولية الاجتماعية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٣.
- . قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨.
- كافي، مصطفى يوسف. التعليم الإلكتروني في عصر الاقتصاد المعرفي. دمشق: دار رسلان، ٢٠٠٩.

كتعان، علي عبد الفتاح. الإعلام الدولي والعولمة الجديدة. عمان: دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.

كيلش، فرانك. ثورة الإنفوميديا، الوسائط المعلوماتية وكيف ستغير عالمنا وحياتنا؟. ترجمة حسام الدين زكريا. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٠. (سلسلة عالم المعرفة؛ ٢٥٣)

ليون، غوستاف. سيكولوجيا الجماهير. ترجمة هيثم صالح. بيروت: دار الساقى، ١٩٩١.

المحارب، سعد بن محارب. الإعلام الجديد في السعودية. بيروت: جداول، ٢٠١١.  
المشهداني، سعد سلمان. الصحافة العربية والدولية. العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤.

مطر، مأمون. الإعلام الرقمي، الإعلام الجديد، استخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلام، القدس: [د. ن.].، ٢٠١٤.

مكاوي، حسن عماد، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط ٨. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩.

موسى، سلامة. الصحافة ... حرفة ورسالة. القاهرة: سلامة موسى للنشر والتوزيع، ١٩٥٨.

ناصر، إبراهيم. علم الاجتماع التربوي. ط ٢. بروك: دار الجبل، ١٩٩٦.

..... مقدمة في التربية. عمان: دار عمار للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢.

نور الدين، محمد عباس. قضايا الشباب في المجتمع المعاصر. المحمدية (المغرب): مطبعة فضالة، ٢٠٠٠.

واكد، نعمة. مبادئ في علم الاتصال. الجزائر: طاكسج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١١.

## دوريات

أبو الرب، محمد، وجمال أبو الرب. «المرأة- الجسد في الإشهار»، مجلة علامات: المغرب، العدد ٣٤، ٢٠١١.

البايع، حسن. «التعليم الإلكتروني ماله وما عليه» مجلة المعلوماتية، عدد ٢٠، ٢٠٠٨.  
«الإذاعات العربية». إنحد إذاعات الدول العربية، العدد ٢، ٢٠١٥.

البطريق، نسمة. «تكنولوجيا الاتصال الجماهيري وقضايا الثقافة العربية». [د. د.]  
القاهرة، ١٩٨٩.

الحيدر، ماجد. مجلة تواصل، هيئة الإعلام والاتصالات، بغداد: السنة الخامسة، العدد  
الخامس والأربعون، كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٠.

جوهري، عزة. «واقع الإفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية بالبحث العلمي بجامعة  
الملك عبدالعزيز بجدة». مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج ١٣، ع ١٤، المحرم-  
جمادى الآخرة ١٤٢٨.

شطح، محمد. «التربية على وسائل الإعلام في المؤسسة المدرسية». مجلة الاتصال  
والتنمية: بيروت، العدد السابع، كانون الثاني/يناير ٢٠١٣.

شقيير، بارعة حمزة. «استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة  
منها». مجلة جامعة دمشق: جامعة دمشق، ٢٠٠٩.

عبد العزيز، تهاني عمر. «الإفادة من الإنترنت من جانب الأكاديميين المصريين في  
العلوم الاجتماعية». مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج ١١، ع ١، المحرم -  
جمادى الآخرة ١٤٢٦هـ/فبراير- يوليو ٢٠٠٥.

رشتي، جيهان. «الآثار الثقافية للاتصال عبر الأقمار الصناعية». المجلة العربية للثقافة،  
المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. تونس: العدد ١٩، سبتمبر/أيلول ١٩٩٠.

كحيل، سهاد. «وجه فيسبوك المؤسسات من خلال نظرية الثقافة التنظيمية». مجلة  
الاتصال والتنمية، بيروت، دار النهضة العربية، العدد السابع، ٢٠١٣.

كريستين، ديورا ايرين. جريدة الرأي، جاكارتا: ٢٠١٦/١/٢٠.

ملكي، جاد، وسارة ملاط. «الإعلام الرقمي والاجتماعي في النشاط المدني: فعالية أم  
عبء؟» مجلة المستقبل العربي: العدد ٤٣٢، شباط/فبراير ٢٠١٥.

محمد، السيد بخيت. «نقمة ثورة المعلومات»، مجلة العربي، وزارة الإعلام، الكويت:  
العدد ٤٦٨، نوفمبر/تشرين الثاني ١٩٩٧.

مرتضى، معاش. «المعلوماتية: استباحة الفكر وتدمير الذات». مجلة النبأ، لبنان: العدد  
٥١، تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٠.

\_\_\_\_\_ «المعلوماتية ثورة معرفية وتحديات حضارية جديدة»، مجلة النبأ، العدد ٥٠، تشرين  
الأول/أكتوبر ٢٠٠٠.

موسى، علي حلمي. «تكنولوجيا المعلومات والتعليم عن بعد». جريدة الأهرام، القاهرة،  
٢٠٠٠/٧/٧.

مالك، شعيباني. «دور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في التربية والتعلم». مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، الجزائر: العدد ١١ آذار/مارس ٢٠١٥.

ميهيلديس، بول، وبنجامين تيفنين. «التربية الإعلامية: كفاءات أساسية للمواطنة الفاعلة في ديمقراطية تشاركية».

## رسائل جامعية وأطروحات

مداح، سامية صدقة. «التعليم الإلكتروني e-learning» كلية التربية، جامعة أم القرى.

المنصور، محمد. «تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية -العربية أمودجاً». رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية، الدانمارك، ٢٠١٢.

الشهراني، ناصر عبدالله. «مطالب استخدام التعليم الإلكتروني في تدريس العلوم الطبيعية بالتعليم العالي»، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى.

## ندوات، مؤتمرات

إبراهيم، فؤاد. «ثقافة الصورة.. التحدي والاستجابة، وعي الصورة.. صورة الوعي». بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن، ٢٠٠٧.

أخضر، فائزة بنت محمد بن حسن. «تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة». (دراسة وصفية تحليلية) ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ٤-٧/٣/٢٠٠٧.

البدراي، فاضل. «الإعلام الإلكتروني في اللغة العربية، الإيجابيات والسلبيات». بحث مقدم إلى ندوة كلية الآداب، الجامعة العراقية، شباط/فبراير ٢٠١٢.

\_\_\_\_\_ «التربية الإعلامية والرقمية في عالم متعدد الاقطاب». محاضرة في كلية الإعلام بالجامعة العراقية، ٢٠١٤.

الحاج، كمال بديع. «تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة». رسالة مقدمة إلى كلية الإعلام - قسم الإذاعة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.

حجازي، مصطفى. «التنشئة المستقبلية للطفولة العربية من أجل إشباع شراكة عالمية». ندوة المشروع الحضاري العربي، المغرب ٤-٧ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٣.

الحيدري، عبدالله الزين. «النظام والفضوى.. الإعلام الجديد». أبحاث المؤتمر الدولي - الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، كلية الإعلام، جامعة البحرين،

مملكة البحرين، الفترة من ٧-٩ أبريل، ٢٠٠٩.

الخطيب، محمد. «دور المدرسة في التربية الإعلامية»، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونسكو، الرياض، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٧.

زغلول، أحمد. «مكافحة الإرهاب في التربية الاجتماعية والنفسية للشباب». ورقة بحثية قدمت إلى منتدى الإعلام العالمي في ألمانيا، حزيران/يونيو ٢٠١٥.

السباعي، أحمد جاسم. «التعليم الإلكتروني والأسس والمبادئ النظرية التي يقوم عليها». ورقة عمل مقدمة لـ «أسبوع التجمع التربوي»: آذار/ مارس ٢٠٠٧ م، كلية التربية، جامعة قطر.

«شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة المجتمع». مناقشات الندوة الإعلامية التي نظمها مركز الدراسات والبحوث (مبدأ) بالجامعة العراقية، ٢٠ شباط/فبراير، ٢٠١٢.

صالح، نبيل. «محاسن ومساوئ الصحافة الإلكترونية السورية»، مداخلة قدمت في المؤتمر الوطني الأول لصناعة المحتوى الرقمي العربي.

ضيف، محمد أمين عبد المجيد، «تخطيط المدينة العربية في الألفية الثالثة: نحو إعادة صياغة المعايير التخطيطية في ظل متغيرات العولمة»، المؤتمر العلمي الثاني «المعايير التخطيطية للمدن العربية»، هيئة المعمارين العرب، طرابلس، ليبيا، أيار/ مايو ٢٠٠١.

عبد المقصود، عادل. مواقع التواصل الاجتماعي أداة خصبة لبروباغندا الإرهاب، ورقة بحثية قدمت إلى منتدى الإعلام العالمي في ألمانيا، حزيران/يونيو ٢٠١٥.

علي، نبيل. «منظومة صناعة المحتوى العربية: التحديات والفرص ومناهل الحلول، المجلس الاقتصادي والاجتماعي». اجتماع خبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي، بيروت - حزيران/يونيو

كاتب، سعود صالح. «الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص». بحث مقدم للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، إندونيسيا، ٢٠١١.

المطيري، عبدالرحمن بن نامي. «دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثر الشخص الثالث». أبحاث المؤتمر الدولي - الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، كلية الإعلام، جامعة البحرين، مملكة البحرين، الفترة من ٧-٩ نيسان/أبريل، ٢٠٠٩.

ملكي، جاد. محاضرة في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية، الجامعة الأميركية في بيروت، ١٥ آب/أغسطس، ٢٠١٥.

——. محاضرة في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية، الجامعة الأميركية في بيروت، ٢٣ آب/أغسطس ٢٠١٣.

الموسى، عبدالله عبدالعزيز. «التعليم الإلكتروني، مفهومه، خصائصه، فوائده، عوائقه، ورقة عمل مقدمة.» ندوة مدرسة المستقبل، كلية التربية، جامعة الملك سعود، تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٢.

النجار، رضا. جمال الدين ناجي. «تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي.» تونس: قمة مجتمع المعلومات، تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٥، (نقلاً عن global research).

نجم، السيد. بحث بعنوان «الأدب في عصر الصورة الإلكترونية»، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن، عمان، ٢٠٠٧.

«شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة المجتمع.» مناقشات الندوة الإعلامية التي نظّمها مركز الدراسات والبحوث (مبدأً) بالجامعة العراقية، ٢٠ شباط/فبراير، ٢٠١٢.

## تقارير ومواقع إلكترونية

< <http://www.alarab.co.uk/?p=32074> > . جريدة العرب: ٣٠/٠٤/٢٠١٣

«الشبكة العربية لدعم الإعلام الصوت الحر.» ٢٤/٢/٢٠١٤ .

< <http://alchourouk.com/129583/691/٢٠١٥/٩/٩> > . الأربعاء ٩/٩/٢٠١٥  
> القدس العربي: ١٥/٧/٢٠١٤ .

«هل يوقف الإعلام الطائفي حارس البوابة من غفوته.» موقع الصحافي: <http://sahafi.jo/files/b313683d4c0139bf25c40501af185d128c99e7b7b.html> > .

«وسائل التواصل نوافذ فاعلة في التعلم الذاتي.» جريدة البيان الإماراتية: 2/ 2016.٩  
< <http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2016-02-09-1.2569470> > .

< <http://oldwebsite.aliraqia.edu.iq/articles-and-researchs/1781-0> > .

< [http://www.aun.edu.eg/on\\_line\\_course.html](http://www.aun.edu.eg/on_line_course.html) > .

< [http://www.khadija-bengana.net/view\\_details.php?PostID=1720](http://www.khadija-bengana.net/view_details.php?PostID=1720) > .

- أبو السمح، حاتم عبد الرحمن، وصلاح محمد رحال. «العصر الرقمي والتعليم». منتدى تكنولوجيا التعليم، قرأ في ١/٢/٢٠١٥: < <http://www.khayma.com/education-technology/index.htm> > .
- البشر، محمد بن سعود. «أيدولوجيا الصورة الإعلامية». < <http://www.al-jazirah.com/2007/20070413/ar8.htm> > .
- البياتي، ياس خضير. «اللغة العربية والإعلام»، جريدة العرب، نُشر في ٢٠١٧/٢/٠٢، ١٠، للمزيد ينظر الرابط الآتي:
- بن سعید، أحمد بن راشد بن سعد. «عملية الكلام: التأطير وإعادة التأطير في الخطاب الإعلامي» منتدى العُمري الرياض، صحيفة السبق الإلكترونية .  
< <http://altagreer.com/category/general> > . ٢٠١٥/٨/٢.
- جريدة السياسة الكويتية الإلكترونية، قراءة الكتاب في ١٨/٣/٢٠١٥، < <http://www.political-massege.com/news.php?action=view&id=1329> > .
- حاتم، عدي. «المسؤولية في خطاب الكراهية لوسائل الإعلام». المنتدى الاجتماعي العراقي، للمزيد مراجعة الرابط الآتي: < <http://www.almubadarairaq.org/?p=1990> > .
- الحמיד، سعد بن عبدالله، وخالد بن عبد الرحمن الجرسي. ملخص بحث «الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد». شبكة الألوكة: < [http://www.alukah.net/publications\\_competitions/0/55105/#ixzz3eJ8ZzZ7t](http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55105/#ixzz3eJ8ZzZ7t) > .
- الخلف، عبد العزيز سالم. «الخصوصية في عالم الإنترنت». الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتعليم، أبريل/ نيسان ٢٠١٤. < <http://www.paaet.edu.kw> > .
- رضا، عدلي سيد. «التربية الإعلامية ضرورة في عصر الفضائيات والإنترنت». جريدة الأهرام .
- الرميحي، محمد. «نظرة على المستقبل: التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية». مجلة الكويت، < <http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=1022&pid=2754> > .
- الروصي، داليا. «تكتيكات الفوز في الانتخابات الأمريكية، بوابة ٢٥ يوليو: < <http://www.january-25.org/post.aspx?k=71940> > .
- زكي، وليد رشاد. «الشبكات الاجتماعية.. محاولة للفهم». مجلة السياسة الدولية، نيسان/ أبريل ٢٠١٠.



- < <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=448075> > .  
السويدي، حمد سالمين. «الإعلام الحديث والشبكات الاجتماعية». جريدة البيان الإماراتية. < <http://www.albayan.ae> > .
- < <http://www.imn.iq/> > .  
شبكة الإعلام العراقي، علوم وتكنولوجيا، ١٠/١٠/٢٠١٤ انظر: < <http://www.saudimediaeducation.org> > .
- الشميري، فهد بن عبد الرحمن. «التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع وسائل الإعلام». الشهري، محمد. «متطلبات التعليم الإلكتروني وأدواته وبيئاته، طرق تدريس الحاسب. < [http://mohd422.blogspot.com/2012/09/blog-post\\_30.html](http://mohd422.blogspot.com/2012/09/blog-post_30.html) > .
- الصالح، بدر بن عبدالله. «مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام بالسعودية». المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، ٢٠٠٧ < <http://www.alnoor.se/article.asp?id=218360#sthash.40gNLHCY.dpuf> > .
- صدي الحقيقة: ٢٩/٩/٢٠١٤، جرى استقاء المعلومات في ٢٠ كانون الأول ٢٠١٥: < <http://hathalyoum.net/> > .
- العامري، محمد بن علي شيبان. «تأثير وسائل الإعلام على حياة أبنائنا، المكتبة الإلكترونية». < <http://www.sst5.com/readArticle.aspx?ArtID=860&SecID=70> > .
- القدس دوت كوم، ١٣/٨/٢٠١٤، ينظر الرابط الآتي: < <http://www.alquds.com/news/article/view/id/519148> > .
- قناة الجزيرة في ٤/٢/٢٠١٥ < <http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews> > .
- كريش، محمد قروق. «الجيل الرقمي وثورة الإعلام الإلكتروني». جريدة برس تطوان، المغرب: تاريخ الدخول ٢٤/١١/٢٠١١ < <http://www.prestetouan.com/news2976.html> > .
- كيلنر، دوغلاس وجيف شير. «نحو تربية إعلامية نقدية: المفاهيم والحوارات والمنظمات والسياسات الأساسية» < <https://mdlab2013.files.wordpress.com/> >

اللبان، شريف درويش. «حرب الصورة: توظيف الصورة الصحفية في الحروب والثورات (٣)». المركز العربي للبحوث والدراسات، انظر: <http://www.acrseg.org/39354 > .

اللبان، شريف درويش. فعاليات الندوة العلمية «التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول» التي نظمتها، المركز العربي للبحوث والدراسات <http://www.acrseg.org/37937 > .

المجلس العربي للطفولة والتنمية، دبي ٦-٩ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٤، <http://shabaka.arabccd.org/posts/334 > .

محفوض، سمر. صحيفة المثقف، «صورة المرأة في الاعلان والإعلام العربي في سياق النزعة الاستهلاكية المفرطة». <http://almothaqaf.com/index.php/woman-day-3/85134.html > .

مدونة خاصة بأقوال ألبرت أينشتاين، منقول عن كتاب العالم كما أراه: <http://www.einsteinarabic.com/p/blog-page.html > .

الموسوي، محمد جاسم فلحي. «نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري». <http://www.ao-academy.org/ar/2009/3/1849.html > .

موقع أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية. الجامعة الأمريكية في بيروت <http://www.aub.edu.lb/> .

موقع الإمارات اليوم، ١/٧/٢٠١٣، انظر: <http://www.emaratalyoum.com/technology/pc/2013-07-10-1.590154 > .

موقع خندان، في ٢٧/٨/٢٠١٤ .

موقع شبكة CNN نشر في ٤/١/٢٠١٦ / <http://arabic.cnn.com/middleeast/2016/01/05/egypt-gov-corruption > .

موقع شبكة الصحفيين الدوليين . <http://www.saudimediaeducation.org > .

ميدل ايست أونلاين: ٢٩/٨/٢٠١٤ . <http://www.middle-east-online.com > .

نجيب، ميشيل. «إلى أين تتجه صحافة المواطنين؟» موقع الحوار المتمدن، تم استقاء المعلومات في ٢٠ مايو ٢٠١٢.

< <http://fwx1.petranews.gov.jo/> ٢٠١٥/٨/٣١ (بترا) نشر في SEDCOWebServer/File/Preview?obj=4486 > .

< <http://www.reuters.com> > . وكالة رويترز للأنباء:

< <https://www.afp.com/en/home> > . وكالة فرانس برس

< <https://ar.wikipedia.org/wiki> > . ويكيبيديا الموسوعة الحرة. «أساليب الدعاية المعاصرة»

ويكيبيديا، الموسوعة الحرة. «إحصائيات المستخدمين الناطقين باللغة العربية على

الإنترنت» . < <http://ar.wikipedia.org/wiki/> >

الياسري، فيصل. «أولويات القنوات العالمية تتراجع مع تغير المشهد الإعلامي». جريدة العرب، لندن: الخميس ٢٨/١/٢٠١٦ .

## ٢-الأجنبية

### Books

- Carr, Nicholas. *The shallows: what the internet is doing to our brains*. New York: W.W. Norton, 2011.
- Cooper, Mark. *Media, ownership & democracy in the digital information age*. California: Center for internet & society, Stanford Law, 2007.
- de Zengotita, Thomas. *Mediated: How the media shapes your world and the way you live in it*. London: Bloomsbury, 2005.
- Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social word. Reesè Stephen D., Oscar H. Gandy Jr, August E. Grant (eds.). London: Routledge, 2003.
- Gumucio-Dagron, alfonso and Thomas Tufté (eds.). *Communication for social change anthology: historical and contemporary readings*. South Orange, N.J.: Communication for Social Change Consortium, 2006.
- Howard, Philip N. *New media and the managed citizen*. Cambridge, UK: Cambridge university press, 2008.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: NYU press, 2006.
- Milner, Henry. *Civic Literacy: How Informed citizens make democracy work*. New Hampshire: University Press of New England, 2002.
- Parenti, Michael. *Inventing reality: The politics of the news media* London: Wadsworth publishing, 2002.
- Paxson, Peyton. *Media Literacy: Thinking Critically about the Internet*. New York: WALCH Publishing, 2004.
- Potter, W. James. *Media Literacy*. Los Angeles: SAGE Publications, 2014.

Silverblatt, Art [et. al.]. *Approaches to Media Literacy: A Handbook*. London: Routledge 2015.

Valantin, Jean-Michel. *Hollywood, the Pentagon and Washington: The Movies and National Security from World War II to the Present Day*. London: Anthem Press, 2005.

### *Periodicals*

Press, Larry. "From P-books to E-books." *Communication of the ACM*. May 2000/Vol. 43 No. 5.

Wulfemeyer, K.Tim and Lori L- Mc Fadden. *Journalism quarterly Autumn*. University of South Carolina, College of Journalism, vol. 63 NO. 3, Autumn 1986.

### *Reports and Websites*

- < <http://alchourouk.com/129583/691/1> > .
- < <http://almothaqaf.com/index.php/woman-day3/85134.html> > .
- < <http://altagreer.com/category/general> > .
- < <http://annabaa.org/arabic/authorsarticles/478> > .
- < <http://asahnetwork.org> > .
- < <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=148065&eid=897> > .
- < <http://oldwebsite.aliraqia.edu.iq/articles-and-researchs/1781-0> > .
- < <http://sabq.org/QqPede> > .
- < <http://sdhnews.com/archives/44506> > .
- < <http://www.ahram.org.eg/Archive/2009/3/24/Writ3.htm> > .
- < <http://www.al-jazirah.com/2007/20070413/ar8.htm> > .
- < <http://www.alarab.co.uk/?id=71634> > .
- < <http://www.alarab.co.uk/?p=32074> > .
- < <http://www.albayan.ae> > .
- < <http://www.almubadarairaq.org/?p=1990> > . < <http://www.alquds.com/news/article/view/id/519148> > . < <http://www.alrakoba.net/news-action-show-id-143462.htm> > .
- < <http://www.alnoor.se/article.asp?id=218360#sthash.40gNLHCY.dpuf> > .
- < [http://www.alukah.net/publications\\_competitions/0/55105/#ixz-z3eJ8ZzZ7t](http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55105/#ixz-z3eJ8ZzZ7t) > .
- < [http://www.ao-academy.org/wesima\\_articles/library\\_20060523-456.html](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library_20060523-456.html) > .
- < [http://www.aun.edu.eg/on\\_line\\_course.html](http://www.aun.edu.eg/on_line_course.html) > .
- < [http://www.aun.edu.eg/on\\_line\\_course.html](http://www.aun.edu.eg/on_line_course.html) > .
- < <http://www.e-education.ca/etvu/index.htm> > .
- < <http://www.einsteinarabic.com/p/blog-page.htm> > .
- < <http://www.e-manage.net/myschool> > .
- < <http://www.emaratalyoum.com/technology/pc/2013-07-10-1.590154> > .
- < <http://www.frankwbaker.com/mlc> > .
- < <http://www.hitl.washington.edu/magicbook> > .
- < <http://www.imn.iq/news/view.52106> > .

< <http://www.islamonline.net/iol-arabic/dowalia/scince-34/scince5.asp> > .  
 < [http://www.khadija-bengana.net/view\\_details.php?PostID=1720](http://www.khadija-bengana.net/view_details.php?PostID=1720) > .  
 < <http://www.khayma.com/education-technology/index.htm> > .  
 < <http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=1022&pid=2754> > .  
     < <http://www.middle-east-online.com/?id=18310208> > . < <http://www.msn.com/ar-ae/news/politics/> [أخبار](#) > .  
 < <http://www.medialit.org> > .  
 < <http://www.paaet.edu.kw/mysite/Default.aspx?tabid=7802&language=en-US> > .  
 < <http://www.political-massege.com/news.php?action=view&id=1329> > .  
     < <http://www.presstetouan.com/news2976.htm> > .  
 < <http://www.ruoaa.com/2014/07/how-to-discover-fake-fraud-photos-true-photos.html#ixzz3kEudVUgG> > .  
 < <http://www.sahafi.jo> > .  
 < <http://www.saudimediaeducation.org> > .  
 < <http://www.sst5.com/readArticle.aspx?ArtID=860&SecID=70> > .  
 < <http://www.tartoos.com/HomePage/Rtable/ComputerSchool/Information/information10.htm> > .  
 < <http://www.xendan.org/arabic/drejaa.aspx?hewal&jmara=1451&Jor=3#.VALWXgmf3bs.facebook> > .  
 < [http://lit.civil.dk/reports/r\\_stanford\\_8\\_2000.pdf](http://lit.civil.dk/reports/r_stanford_8_2000.pdf) > .  
 < <https://ijnnet.org/ar> > .  
 < <https://mdlab2015.wordpress.com> > .  
 < <http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews> > . < [www.ahewar.org/debat/show.art](http://www.ahewar.org/debat/show.art) > .  
 < [www.albayan.ae/.../news-and-repor.../2016-02-09-1.2569470](http://www.albayan.ae/.../news-and-repor.../2016-02-09-1.2569470) > .  
 < [www.khayma.com/education-technology/Study24.htm](http://www.khayma.com/education-technology/Study24.htm) > .  
 < [www.kuttab.org](http://www.kuttab.org) > .  
 < [www.slate.fr](http://www.slate.fr) > .  
 < [www.thejakartapost.com/news/2016/01/20/are-you-media-literate-or-just-media](http://www.thejakartapost.com/news/2016/01/20/are-you-media-literate-or-just-media) > .  
 < [http://mohd422.blogspot.com/2012/09/blog-post\\_30.html](http://mohd422.blogspot.com/2012/09/blog-post_30.html) > .  
 < <http://shabaka.arabccd.org/posts/334> > .  
 < <http://www.acrseg.org/37937> > .

## السيرة الذاتية للمؤلف

### الأستاذ الدكتور فاضل محمد البدراني

- أستاذ الفنون الصحفية والتلفزيونية والرقمية بالجامعة العراقية.
- شغل منصب عميد كلية الإعلام بالجامعة العراقية.
- شغل منصب رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام بالجامعة العراقية.
- مارس التدريس في جامعات عراقية وعربية.
- خبيراً اعلامياً في العديد من مراكز الأبحاث العراقية والعربية والدولية.
- معد ومقدم برامج تلفزيونية عراقية وعربية.
- عضو الاتحاد الدولي والعربي للصحفيين وعضو نقابة الصحفيين في العراق.
- عضو الاتحاد العام للكتاب والأدباء العراقيين والعرب.
- كاتب ومحرر صحفي لدى العديد من وكالات الأنباء والصحف والفضائيات العربية والدولية منها رويترز والجزيرة والـ dpa وbbc الألمانية و«واع» العراقية وبترا الأردنية.
- نشر حوالي ٣٠ بحثاً ودراسة في مجلات محكمة عالمية متخصصة بشؤون الإعلام والاتصال.
- صدر للباحث عدة مؤلفات وهي :-
  - التربية الإعلامية في عصر صراع الأيديولوجيات. الإمارات العربية المتحدة: مؤسسة النبأ، ٢٠١٧.
  - فن الأتيكيت في بناء العلاقات الاجتماعية والدبلوماسية. الإمارات العربية المتحدة، العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥.

- أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. الإمارات العربية المتحدة، العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥.
- الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم (مجموعة من الباحثين). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٣.
- الإعلام صناعة العقول. بيروت: منتدى المعارف، ٢٠١١.
- ثورة الصورة..المشهد الإعلامي وفضاء الواقع (مشارك). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨.
- العلاقات العراقية المصرية في الصحافة العراقية. القاهرة: عرب برس للطباعة والنشر، ٢٠٠٧.
- الفكر القومي لدى صحافة الأحزاب والحركات السياسية في العراق. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦.





# الإعلام الرقمي

## في عصر التدفق الأخباري

يشكل الكتاب محاولة علمية جادة لتسليط الضوء على أبرز خصائص وسمات الإعلام الرقمي والآفاق الجديدة التي ينمو فيها المحتوى الإعلامي في ظل تطور تقنيات الإعلام بآليات متميزة ومتقدمة على الآليات المعمول بها سابقاً في الإعلام التقليدي التي كان يجري التعامل بها في تداول الأخبار والبرامج والتعليقات، فضلاً عن رصد التوجهات الجديدة لطبيعة نقل الرسالة الإعلامية التي لم تعد تعترضها حواجز وعقبات تحد من انتشارها. وسيوفر الكتاب فرصة ثمينة للمختصين والدارسين في علوم الاتصال والإعلام للاطلاع على طبيعة العمل الإعلامي الرقمي والتوجهات والاستراتيجيات التي تخطط لها المؤسسات الإعلامية والتكنولوجية في مسيرة عملها المتنامية، وكذلك الجهات الحكومية في استغلال هذه الخدمات المعلوماتية والتقنية لإحاطة الإنسان وتطويعه لما تريد وتخطط.

● الدكتور فاضل محمد البدراني  
كلية الإعلام - الجامعة العراقية

ISBN 978-614-426-127-7



9 786144 281277

**منتدى المعارف**

بناية «طيارة» - شارع نجيب العرداتي - المنارة - رأس بيروت  
ص.ب: ٧٤٩٤ - ١١٣ حمرا - بيروت ٢٠٣٠ ١١٠٣ - لبنان  
بريد الكتروني: [info@almaarefforum.com.lb](mailto:info@almaarefforum.com.lb)