



جامعة المنصورة

كلية الآداب

—

الإعلام الجديد والمسؤولية الاجتماعية رؤية اجتماعية

إعداد

د. فوزي محمد المعوشرجي

مراقب إدارة الشؤون السياسية

الديوان الأميري - الكويت

مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة

العدد الثاني والستون - يناير ٢٠١٨

الإعلام الجديد والمسئولية الاجتماعية

رؤية اجتماعية

د. فوزي محمد المعوشي

ملخص:

وُسمت الدراسة وعُنوانت بـ "الأعلام الجديد والمسئولية الاجتماعية . رؤية اجتماعية "، وتناولت التعرف على نشأة الإعلام الجديد، وتعريفه وخصائصه، كما تم تناول وسائل الإعلام الجديدة من حيث: مواقع الشبكات الاجتماعية، والمنديات، ومجتمعات المحتوى، والتدوين المصغر إلى غير ذلك ، ومما لا شك فيه أن مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الدينية تلعب دوراً مهماً في رفع وعي الفرد نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث تبين بأن الوعي والمسئولية الاجتماعية هما المحرك والدافع نحو قيادة منظومة ذلك الإعلام، ولقد اتضح بأن الإعلام الجديد له الدور الأكبر في تحقيق أهداف المسئولية الاجتماعية من خلال الاستفادة من قدراته على تشكيل الرأي العام، واعتبار وسائله مصدر لتسليط الضوء على القضايا المتعددة، كما أن له دور في حل القضايا وفق آراء المتخصصين، والاستعانة بأدواته في رفع مستوى الثقافة لدى أفراد المجتمع باعتبار أنه ومن خلال وسائله له تأثير كبير على فئة ليست قليلة منتمية انتماءً كلياً لوسائل التواصل الاجتماعي، لذا فإن هناك فرصة حقيقية للتوعية المستمرة حول السلوكيات الخاطئة والتي أصبحت بمثابة خطر حقيقي يهدد أمن وسلامة مجتمع اليوم، كما أوردت الدراسة عدة توصيات أهمها: المتابعة الجيدة من الأسرة وتهتم باحتياجات الشباب بما يتماشى مع أخلاق الإسلام والمجتمع . وضرورة تبني سياسة الرقابة الاجتماعية البناءة نحو التعامل مع أساليب الإعلام الجديد المتنوعة بحيث لا تكون تقييداً للحريات بل تدفع بدورها نحو انتهاج السلوكيات الإيجابية في استخدام الشباب لتلك الوسيلة، ووضع الضوابط وقوانين صارمة تجاه الإعلام الإلكتروني، والتقييد بالأساليب المهنية تجاه ما يُنشر من معلومات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، وسائل التواصل الاجتماعي، المسئولية الاجتماعية، الوعي الاجتماعي، مؤسسات المجتمع المدني.

Abstract

The study was titled "New Media and Social Responsibility". dealing with the recognition of the emergence of New Media, and its definition and characteristics in terms of: social media, forums, Content Communities, Micro-Blogging..etc. There is no doubt that civil society and religious Institutions play an important role in raising the individual's awareness of the use of the New Media. Where it was found that awareness and social responsibility are the driving force and motivation for the leadership of the media. It has become clear that the New Media has a greater role in achieving the goals of social responsibility by taking advantage of its ability to shape public opinion considering its means as a source of highlighting the multiple issues.

It also has a role in solving issues according to the opinions of specialists, using its tools in raising the level of culture among members of society as it, through its means, has a great impact on a category that is not wholly belonging to the social media. So there is a real chance of continuing awareness about misconduct that has become a real threat to the security and safety of today's society.

The study included several recommendations, the most important of which are: good follow-up by the family, attention to the needs of young people in line with the ethics of Islam and society, and the need to adopt a policy of constructive social control towards dealing with new various media methods so diverse that they are not restricted to freedoms but also push towards positive behaviors in the use of youth To that mean, and to establish strict controls and laws on electronic media, and adherence to professional methods towards the published information.

Keywords: New Media, Social Media, Social Responsibility, Social Awareness, Civil Society Organizations

المقدمة:

الوطن والصالح العام، كما يجب التأكيد علي أهمية تضافر الجهود الفردية والمجتمعية نحو نشر ثقافة الوعي بالمسئولية الاجتماعية والمحاسبة تجاه استخدام وسائل الإعلام الجديد.

نشأة الإعلام الجديد:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الإتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الإتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال تغير بنيوي في نوعية (new media) الإتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي أحدثت الكم والكيف في وسائل الإعلام (ساق الله، ٢٠١٣م).

ونشيد بالذكر أن الإعلام الجديد قد ظهر بقوة وتجلي إبان الحرب الأمريكية على العراق، وثورات الربيع العربي مثلما حدث في تونس ومصر، ومن هنا أنطلق ما يسمى بالإعلام الجديد ليطول كل فئات المجتمع حيث أن الفرد بذاته أصبح أداة إعلامية ينشر ما يريده ليراه المجتمع كافة (الغامدي، ٢٠١٢م).

تعريف الإعلام الجديد (الإصطلاح والمفهوم):

تعد ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الحالي اليوم، هي أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية.

نظرا للإنتشار المتزايد والسريع للإعلام الجديد أو ما يسمى بالتكنولوجيا الحديثة في الإعلام خلال السنوات الأخيرة ، واستخدام هذا الإعلام من قبل جميع الشرائح والفئات الاجتماعية، فقد اصبح يحتل أهمية كبيرة لدى هذه الشرائح والذي أدى الي احداث تغيرات كبيرة علي المستوي الاجتماعي، فكان لابد أن نشير إلي أن هناك علاقة كبيرة تربط الإعلام الجديد بالمسئولية الاجتماعية وذلك من خلال تعزيز الترابط والتكامل بين أفراد المجتمع لتبادل الأفكار والحوار والتواصل دون النظر إلي الفروقات في الطبقات الاجتماعية .

وبما أن الإعلام يخاطب المجتمع بكاملة فإن هذا يستدعي ان تخطط المؤسسات سياستها علي اساس مصلحة المجتمع والعمل علي الحفاظ علي تماسكه وأن الالتزام بالمسئولية الاجتماعية لوسائل الاعلام لحماية المجتمع تستلزم ترسيخ القيم الايجابية والمحافظة عليها من خلال اتاحة الفرصة لجميع فئات المجتمع بحرية التعبير دون محاولة تجاهلها أو قمعها .

إن المسئولية الإجتماعية هي عملية تشارك فيها كافة المؤسسات والهيئات للإرتقاء الفكري بافراد المجتمع املاً في اخراج جيل قادر علي التعامل مع المتغيرات من حولة وقادر علي النهوض بأمة.

ومن هذا السياق بات الإعلام الجديد ضرورة ولن يتحقق من دون مسئولية اجتماعية هدفها حماية الأشخاص والمجتمع ومؤسسات

تعريف الإعلام الجديد في قاموس التكنولوجيا الرقمية على إنه: "إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وقد عرّفه ليستو بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو، وفي موسوعة ويب اوبيديا من ناحية أخرى والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها (كاتب، ٢٠١١م).

ويعد الإعلام الجديد هو العملية الإتصالية الناتجة من إندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة. وتعتمد وسائل الإعلام على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتصنف بالتفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية (حسونة، ٢٠١٢م).

من جملة التعريفات السابقة يمكن القول بأن الإعلام الجديد يشيد إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية (individually) والتخصيص (Customization) وهما تأتيا نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية (صادق، ٢٠٠٨م).

ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغييرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها ونشرها، والتشارك في مضامينها، ولقد أدى هذا التطور الكبير إلى إنقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين (عيساني، ٢٠١٣م):

(١) الإعلام التقليدي: والذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.

(٢) الإعلام الجديد: الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت والهاتف الجوال.

وفي البداية لابد من التأكيد أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد ليس له تعريفاً واحداً بين مختلف العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الإنترنت، أطلق على كل ما يمكن استقدامه من قبل الأفراد والجماعات على هذه الشبكة الضخمة.

ويمكن تعريف الإعلام الجديد: بأنه هو الجنين الناتج عن التزاوج ما بين تكنولوجيا الإتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، وتعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم بإعتبار أنه لا يشبه وسائل الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة.

٥) **التكامل:** وتعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني، وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

٦) **الحركة والمرونة أو قابلية التحريك (Mobility flexibility):** حيث يكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالإستفادة من الشبكات اللاسلكية (صادق، ٢٠٠٨م).

٧) **المشاركة والإنتشار:** حيث يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته للآخرين.

٨) **اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... إلخ.

٩) **اللاجماهيرية (Demassification):** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

وتعددت مرادفات الإعلام الجديد حيث يطلق على الإعلام الجديد العديد من المسميات والمصطلحات ومنها الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي على خطوط الاتصال (online media)، الإعلام السيبروني (Cyber Media)، والإعلام التشعبي (Hyper Media).

خصائص ومميزات الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بالكثير من الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي، ومنها:

١) **التفاعلية (In reactivity):** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين (شيخاني، ٢٠١٠م، ص ٤٤٥).

٢) **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

٣) **التنوع (Variety):** وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقى اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال.

٤) **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة (شيخاني، ٢٠١٠م، ص ٤٤٨).

ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع الإنترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعة الرسائل النصية والوسائط المتعددة.

أهم وسائل الإعلام الاجتماعي:

- مواقع الشبكات الاجتماعية: من أهمها (- Twitter - YouTube - wiki - Facebook - Blogging - My Pace) (خليفة، ٢٠١٢م).
- المدونات: (Weblog/ Blog).
- المنتديات.
- مجتمعات المحتوى: وهي مجتمعات (موقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات التي تهتم بالصور موقع (Fliker)، وحفظ الروابط (Bookmark line) كموقع (Del.icio.us) والفيديو كموقع (YouTube).
- التدوين المصغر (Microblogging): وهو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات إجتماعية تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات، هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز (١٤٠) حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، ويتم التدوين إما عبر الويب (سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة بناء على منصفه تطوير الموقع أو

١٠) التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها (الشميمري، ٢٠١٠م).

١١) الإنتابة والتركيز: نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فعال في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتابة والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.

١٢) قابلية التحويل والتوصيل: قابلية التحويل هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، أما قابلية التوصيل، فتشير إلى إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد التي تم فيه الصنع ومثال على ذلك توصيل (DVD) (ساق الله، ٢٠١٣م).

وسائل الإعلام الجديدة:

تعتبر الوسائل هي الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائل المتعددة بالإعلام الجديد. وتتعدد وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومنها: المحطات التلفزيونية التفاعلية، الكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية،

بين (٥٠ : ٧٠%) من مجموع المشاهدات على الهواتف الذكية، بينما يغطي (نينتليكس) ما بين (١٠ : ٢٠%). وتعتبر هذه النتيجة - تقنياً - منتظرة بحكم النمو المتسارع لجودة وقوة الفيديو وسرعة بثه وسيطرته المتزايدة على مواقع التواصل الاجتماعي. أما فيما يتصل بالتوزيع الزمني للمشاهدة والتصفح، فإن الوقت الذي يقضيه المراهقون أمام التلفزيون التقليدي قد أنخفض إلى النصف، في وقت ارتفعت فيه نسبة مشاهدتهم للفيديو عبر الهواتف الذكية إلى (٨٥%). ويبقى المراهقون أكبر المستهلكين للفيديو، حيث زادت نسبة مشاهدتهم عبر الهواتف الذكية بنسبة (١٢٧%) بين عامي ٢٠١٤م و٢٠١٥م (زرر، ٢٠١٧، ص ١١).

ولمزيد تشريح علاقة متغير السن بوسيلة الإعلام والشبكات، فإن الفئة العمرية التي تتراوح أعمالها بين (١٣ و ٢٤) سنة تستهلك المحتوى المشاهد من الإنترنت، خصوصاً من "اليوتيوب"، بمعدل (١١) ساعة في الأسبوع، بنسبة (٩٦%) من مجموعة محتوى الفيديو المشاهد (ليا، ٢٠١٦م، ص ٣١٢).

في المقابل، يبقى الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين (٣٠ و ٣٥) سنة يقضون أربع ساعات أكثر من المراهقين أمام التلفزيون التقليدي. وعلى سبيل المثال، فإنه وفي أفق (٢٠٢١م)، سيستهلك الأمريكي ما يعادل (٢٢) غيغابايت من البيانات عبر الهاتف الذكي كل شهر، وذلك في أنشطة أغلبها مرتبط بمشاهدة الفيديو. هكذا، أصبحنا إعلامياً أمام هرم مقلوب

عبر الرسائل القصيرة (SMS) ويعتبر (Twitter) أشهر موقع للتدوين المصغر بالإضافة إلى (Jaiku Pownce).

لسنا في حاجة اليوم لإثبات تصدر ظاهرة الإعلام الجديد على الصحافة المكتوبة أو حتى المسموعة المتمثلة في التلفزيون، حيث أصبح التلفزيون في الكثير من الدول الغربية ديكور في الصالونات لا أكثر ولا أقل، نعم، لقد أصبح التلفزيون في أكثر من دولة غربية وفي أمريكا الشمالية ظاهرة على هذا النحو، في دراسة أمريكية حول استعمالات وسائل الإعلام من قبل الجمهور، تبين أن هجرة مكثفة يعيشها المجتمع الأمريكي منذ وقت طويل نحو شبكة الإنترنت، فنسبة (٥٣%) من الوقت الذي يقضيه الأمريكي مستعملاً الإنترنت يخصصة للإطلاع على المضامين، و(٧%) للبريد الإلكتروني و(٢٣%) لشبكات التواصل الاجتماعي. وتُظهر هذه الأرقام أثر المنافسة الشديدة التي تحدثها شبكة الإنترنت لبقية وسائل الإعلام التقليدية. إنه إعلان صياغة لكل الإشكالات التقليدية التي لها علاقة باقتصاد الإعلام وماهية مستقبل إقتصاديات الإعلام الرقمي تحديداً (زرر، ٢٠١٧).

وفي أغلب الدراسات المتصلة بالإعلام الجديد، ومنها ما يتعلق باستعمالات الفيديو، تشير إلى أن (٧٠%) من الزيارات على الإنترنت ستكون من نصيب محتوى الفيديو، وذلك في أفق (٢٠٢١م)، وأن السيطرة ستعود إلى منصة موقع (اليوتيوب) الذي يستهلك ما

للصحافة اليومية (٥%) فقط من اهتمامات رواد وسائل الإعلام (زرر، ٢٠١٧، ص ١٢).
نسبة استعمالات الفرنسيين لوسائل الإعلام

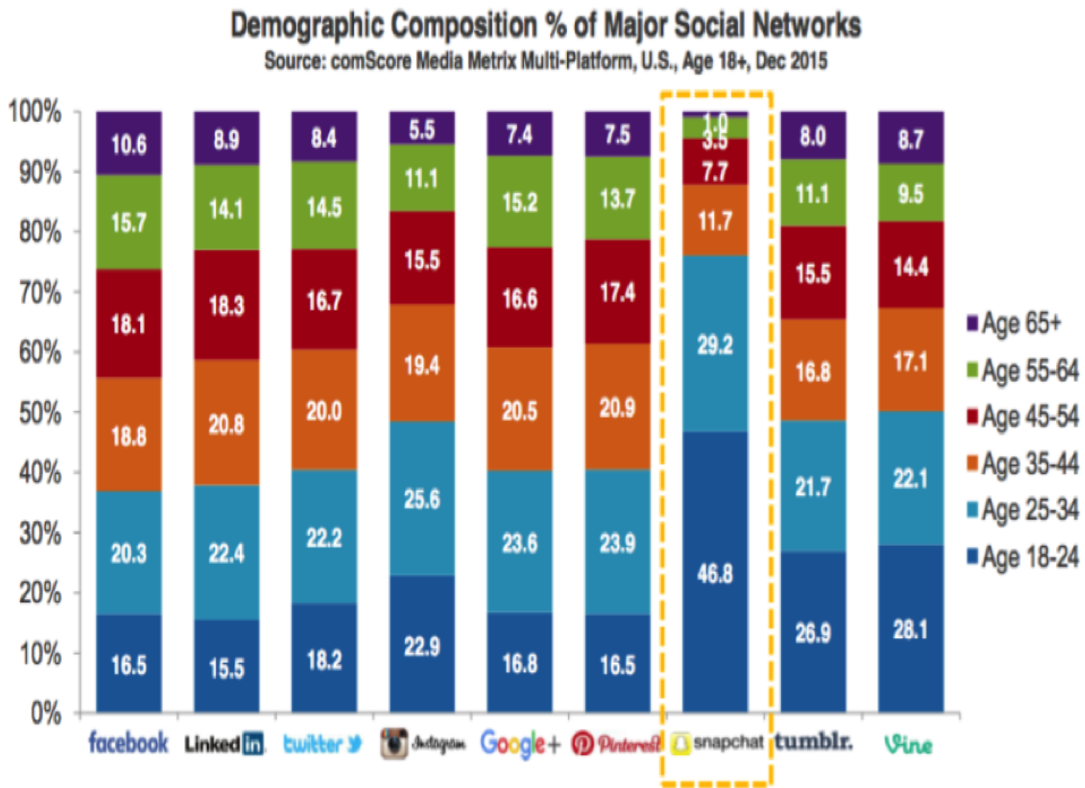
النسبة %	وسيلة الإعلام
٥٣	شبكة الإنترنت
٢٧	التلفزيون
٩	الإذاعة
٦	صحافة المجلات
٥	الصحافة اليومية

Masson, Delphine. (٢٠١٠). Pleins feux sur l'influence numérique. strategies, 8 July 2010. المصدر:

وفي ظرف أقل من قرن، فبعد أن كانت الصحافة في سنة (١٩١٦م) هي وسيلة الاتصال الجماهيري، ومع الحرب العالمية الثانية الإذاعة، وفي الستينات والسبعينات كانت السطوة للتلفزيون، ها نحن اليوم أمام هرم مقلوب لنجد الصحافة المكتوبة في أسفل الهرم وشبكة الإنترنت في أعلاه. إن كل هذه التحولات ليست خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، ففي فرنسا أيضاً ومن خلال الجدول الآتي يستقي (٥٣%) من الفرنسيين أخبارهم من الإنترنت في حين

الرسم البياني رقم (١)

يوضح توزيع استعمالات شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير السن



المصدر:

Coëffé, Thomas. (2016). La Répartition Démographique sur les Réseaux Sociaux”, 23 November 2016.

على الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل كل شيء، في وقت يتجه عدد متزايد من المستخدمين إلى اعتبارها مصدرهم الرئيسي للأخبار.

والمثير أيضاً في هذه الدراسة أن أكبر المؤسسات الإعلامية ربطت نفسها بمنصة الفيسبوك وغوغل لتوزيع أخبارها، رغبة منها في سعه الإنتشار وسرعته، وهو ما جعل من مواقع التواصل الاجتماعي وجهة بديلة عن المواقع الاخبارية للمؤسسات الإعلامية التقليدية الضخمة. ففي العديد من المنصات الإعلامية التقليدية بات ربع المحتوى فقط يتم الولوج إليه عبر الموقع الإلكتروني، بينما يفضل القراء زيارة منصات مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى ذات المحتوى (زرن، ٢٠١٧م).

والجدير بالذكر أن سكان الكرة الأرضية يبلغ حوالي (٧.٣) مليار نسمة، يرتبط منهم حوالي (٣.١٧) مليارات نسمة بالإنترنت أي ما يقارب النصف، وأنه لكل فرد منهم (٥.٥٤) حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي. وأكثر من كل ذلك فإننا نسجل يومياً أكثر من مليون مستخدم جديد لشبكات التواصل الاجتماعي على الهاتف الجوال، أي ما يعادل ١٢ مستخدماً جديداً في كل ثانية. من بين كل هذه الأرقام يتربع موقع الفيسبوك على سلم الترتيب ب(١.٧١) مليار حساب، واليوتيوب بمليار، أما عدد مستخدمي "الواتس أب" فهم في حدود (٩٠٠) مليون مستخدم، ولنكدان ب(٤٥٠) مليون. وفي أكثر من بلد بات الإستنتاج السائد أن (٥٠%) من مستخدمي الإنترنت يحصلون

جدول يبين ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين في نهاية عام ٢٠١٦م

الشبكة	عدد المشتركين (بالمليون)	الشبكة	عدد المشتركين (بالمليون)
Viber	٢٤٩	Facebook	١.٨ مليار
Line	٢١٢	WhatsApp	٩٠٠
Snapchat	200	Instagram	٥٠٠
LinkedIn	106	FB Messenger	٨٠٠
Pinterest	100	Tumblr	٥٥٥
BBM	100	Twitter	٣١٧
		Skype	٣٠٠

المصدر:

Coëffé, Thomas. (2016). "La Répartition Démographique sur les Réseaux Sociaux", 23 November 2016.

(٢) ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات

الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد:

(١) كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.

أولاً: الجوانب الإيجابية:

ارتبطت بظاهرة الإعلام الجديد، ولاسيما فيما يتعلق بصحافة المواطن، وجود عددٍ من الجوانب الإيجابية المعنية بكونه منتجا ومستهلكا وناشرا للمحتوى الإلكتروني، بيد أنه أصبح طرفا أصيلاً في العملية الاتصالية داخل وسائل الإعلام البديل، ويمكن تناول ذلك من خلال النقاط الآتية (اللبنان، ٢٠١٤م، ص ١١٦):

- يقدم المجال العام - الإعلام البديل - الأصوات المعارضة والمتحررة للمواطنين الصحفيين كي (تقرأ وتسمع وتُشاهد) ومن ثم تدون تعليقات الفرد حولها - المستخدم للإعلام البديل - سواء بالنقد أو التأييد أو المعارضة والرفض أو التزام الحياد.
- الكثير من الناشرين يؤكدون أن صحافة المواطن تعد وسيلة لتمكين الجماهير (لتقول كلمتها) (Have Your Say).
- في ظل ديمقراطية الإعلام الجديد، يمارس المستخدم للإعلام البديل دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديو، فضلاً عن أنه يضع ويرتب الأجنحة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنشر.
- أتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام قيادة عملية التغيير في وسائل الإعلام السائدة والتأثير في أجنحتها الإعلامية وأسلوب عملها، وعرضها للمادة الإعلامية من خلال توظيفها لتقنيات الوسائط المتعددة

الإعلام الجديد، بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين.

(٣) ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويعقب، ويستفسر ويلق بكل حرية وبسرعة فائقة.

(٤) ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.

(٥) المشاركة في وضع الأجندة: ينجح الإعلام الجديد أحياناً في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية مما يجعل القضايا المهمة محل اهتمام (الشميري، ٢٠١٠م).

الممارسات المهنية في المشهد الإعلامي الجديد : الإيجابيات والسلبيات :

أفرزت الأدوات الجديدة لشبكة (الويب 2) إعلاماً جديداً الذي يعتمد تماماً على الجمهور بعد أن زالت الفروق بين المنتج والمستخدم للمحتوى، وأصبحت العلاقة الاتصالية تقوم على الاتصال المتعدد الاتجاهات من الجمهور إلى الجمهور، (Many to Many) (البديري، ٢٠٠٨م، ص ٧٨٩).

بيد أن هذا الإعلام الجديد يؤثر في تداول المعلومات والأفكار في القضايا السياسية الجدلية من دون محاذير بشكل تفاعلي (قطب، ٢٠٠٩م، ص ٩٨٠١).

ويتسم الإعلام الجديد بعددٍ من الجوانب الإيجابية والسلبية المرتبطة به، يمكن رصدها على النحو الآتي (عويس، ٢٠١٢م):

حرية في تغطية ما يتم رؤيته، حيث تتعدد فيها الرؤى والتصورات والأفكار، وخاصة المداخل القيادية المضادة Counter-Hegemonic Perspectives والآراء والأفكار والتوجهات، وتتمتع بدرجة كبيرة جداً من الشفافية (Transparency) BBC, (014).

ثانياً: الجوانب السلبية:

- إن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة يكون مصحوباً دائماً بنوع من القلق والخوف والهجوم على تلك الوسيلة، وتوصف في البداية بأنها تضر أعين الناس وسمعهم وأي حاسة أخرى تطلبها تلك الوسيلة، وفي المرحلة الثانية توصف بأنها تجعل الناس متبلدي الحس وقلقين ومضطربين، وفي الثالثة بأنها تمثل خطراً يهدد المجتمع بأكمله بالتفكك والانحلال، وتأسيساً على ما سبق يمكن رصد أهم سلبيات ظاهرة المواطن الصحفي وتحديدها في النقاط الآتية (Tilley and Cokley, 2008,) (p.96):
- يفتقد الإعلام الجديد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل، وخاصة المصداقية والموضوعية للموضوعات التي يتناولها.

Multimedia في مواقعها الإلكترونية بشكلٍ لحظي، فضلاً عن المساهمة في تحقيق تغييرٍ ملموس في حضور النخب الناشئة في المجالات السياسية والاقتصادية في المجتمع لطرح أفكارها الحبيسة التي لم تجد منفذاً للنشر في الإعلام التقليدي.

- يتميز المواطن الصحفي بأنه صحفي مستقل وحر من أي ضغوط إعلانية أو أي انتمايات تنظيمية أو مؤسسية، حيث يقدم للناس بوصفه صوتاً مستقلاً، الأمر الذي أسهم في تحول مئات الآلاف من المواطنين إلى وكالات أنباء متحركة لمعرفة ما يحدث على أرض الواقع في المناطق المشتعلة بالأحداث، ولاسيما عندما يتعلق الأمر بفقدان الإعلام السائد للموضوعية والمصداقية لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع، نتيجة سيطرة حالة الشك في جدية وموضوعية تغطيته للعديد من القضايا التي تشغل اهتمام الرأي العام، وصولاً إلى اتهامه وتحميله مسؤولية التضليل الإعلامي Misinformation للرأي العام.
- الإعلام الجديد يُقدم الحقيقة Truthfulness للأحداث، كما أنه أقل تحيزاً لأي طرف من أطراف أخرى، وتتيح الوصول إلى المعلومات، وأكثر

ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها).

(الصيرفي، ٢٠٠٧:ص ١٥)

وقد قام بعض الباحثين بتعريف المسئولية الاجتماعية على انها (جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدريبية على تعبير تطور رفاهية المجتمع هدفها لها) . وأيضا تعريف المسئولية الاجتماعية بأنها (بمثابة عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع ، بما تقوم به المنظمة من عمليات تجاه المجتمع). وهناك تعريف اخر يشير إلى المسئولية الاجتماعية انها عبارة عن (العلاقات المتفق عليها والواجبات المتصلة بالمؤثرات المشتركة في تحقيق سعادة ورفاهية المجتمع). ويعد هذا التعريف امتدادا للتعريف السابق من خلال تركيزه على هدف رئيسي للمسئولية الاجتماعية يتمثل بتحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع والتي لا تأتي قولا ، بل من خلال الالتزامات المتفق عليها وتنفيذها في حيز الوجود والواقع (المرجع السابق: ص ١٦)

ويمكن ذكر التعريف التالي للمسئولية الاجتماعية للباحثان (flores and chang) وهو أن المسئولية الاجتماعية هي (التزام متخذ القرار في انتهاج أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع واسعادة ككل فضلا عن تحقيق منفعة الخاصة .ويضم هذا التعريف معنيين الاول يمثل بتحديد هدف منظمة الأعمال ونحو تحقيق القيم الاجتماعية من خلال القرارات التي تتخذها ، والثاني يتمثل في العمل على مواجهة التحديات

• إن حرية الدخول والخروج من دون تحديات ومراقبة على المواطنين الموجودين على شبكة الإنترنت ساعد في ظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة، والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة وصناعتها تحت مظلة المواطن الصحفي.

• إن الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام البديل، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه "مواطنًا صحفيًا Journalist Citizen" و"عين المواطنين Citizen Eye" وأن يسمى نفسه من دون الرجوع إلى مرجعية معينة.

المسئولية الاجتماعية (Social Responsibilities) :

تعددت مفاهيم المسئولية الاجتماعية وأختلف العلماء علي تحديد تعريف دقيق لمفهوم المسئولية الاجتماعية إلا أن هناك عدة اجتهادات هادفة الى تعريفها فقد عرفها (Durker)على أنها "التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه". هذا وقد أشار (Holmer) الى أن المسئولية الاجتماعية ما هي إلا "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة

المجتمعات والدول مشاكل في التعامل مع تلك المتغيرات والثقافات لا بد أن نبدأ بالوعي الاجتماعي والتأكيد على أهميته حرصاً على تقديم جيل يواكب التطور والتقدم بوعي وإدراك. ونشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتكون من عدة محاور ويشارك فيها أفراد الأسرة متمثلة في إعداد القوانين واللوائح والمساهمة في تشكيل الوعي وكذلك أيضاً الأسرة لما تمثله من المجتمع.

دور الإعلام الجديد في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية:

- (١) الاستفادة من قدرة أدوات الإعلام الجديد على تشكيل الرأي العام.
- (٢) اعتبار وسائل الإعلام الجديد مصدر مهم لتسليط الضوء على القضايا المتعددة.
- (٣) تفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في حل القضايا من خلال تقديم آراء الخبراء.
- (٤) تحقيقاً لمبدأ المسؤولية المجتمعية فإنه يجب العمل على رفع مستوى الثقافة لدى أفراد المجتمع في شتى المجالات وبالاستعانة بأدوات الإعلام الجديد.
- (٥) التواصل من خلال وسائل الإعلام الجديد مع الشباب الذين يعتبرون الفئة الأكبر والأكثر فاعلية في تلك الشبكات والإهتمام بما يقدمونه من أفكار ومشاركتهم الحلول.
- (٦) التوعية المستمرة من خلال تلك الشبكات بالسلوكيات الخاطئة أو تبني المشاريع التي تحقق الأمان سواء المجتمعي أو الإلكتروني (العجلان، ٢٠٠٩م).

الجديدة التي تواجهها وإدارة المنظمة والتي يكون لها تأثير على قوتها في المجتمع ومقدار مساهمتها في تلبية حاجاته من خلال الوظائف التي تؤديها (المرجع السابق: ص ١٧).

الوعي الاجتماعي (Social onsciousness):
عرف قاموس علم الاجتماع الوعي بأنه اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته وبالبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد (غيث، ١٩٨٨م، ص ٨٨).

هذا المصطلح مركب من مفهومين هما الوعي والاجتماعي، حيث تعددت المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع إلا أنه يمكننا أن نشير إلى الوعي الاجتماعي بأنه عبارة عن جملة المفاهيم والأفكار والثقافات التي توجه حركة الأفراد ومتوالياتها المتعددة ولهذا يختلف الوعي الاجتماعي من مجتمع إلى آخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على المسار الاجتماعي، وطبيعة الفهم الإنساني في حياة الناس لذلك فإن الوعي الاجتماعي هو وليد فهم الناس لتاريخهم وحاضرهم وقيمهم العليا، ونتاج التفاعل البشري مع الأطر النظرية المتاحة المتداولة (محفوظ، ٢٠٠٧م، ص ١).

لذلك يمكننا القول بأن الوعي والمسؤولية الاجتماعية هما المحرك والدافع نحو قيادة تلك المنظومة (الإعلام الجديد). كما يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibilities) هي التي تدير دفة المتغيرات التي تطرأ على المجتمع في ظل العولمة وانفتاح العالم. وحتى لا تواجه

نرغب في تنشئة جيل مثقف يحمل قيم ومبادئ ومعتقدات اجتماعية وثقافية ودينية سوية، متحضر ومتطور يتمتع بعقلية متفتحة، يعلم كيف يتعامل مع وسائل الإعلام الحديثة ويطوعها ويسخرها في خدمته وخدمة أمته. وهذا ما تواجهه الدول حالياً في الموازنة بين القيم والمعتقدات والتراث من ناحية وبين الانفتاح والتحضر من جهة أخرى. يجب على الأسرة قبل أن يشرع أبناؤها في استخدام وسائل الإعلام وتعليمهم كيف يستخدمونها، وتأهيلهم للتفاعل الإيجابي عن طريق التربية الإعلامية الصحيحة، حيث رأى العلماء أن عملية التأهيل تتم وفق الخطوات التالية: بناء العقيدة السوية والتأصيل للتوحيد والإخلاص، رسم خريطة العلاقة داخل الأسرة، والاحترام للوالدين، مع تعليمهم النقد المهذب البناء لكل ما يطرح عليهم من أفكار وآراء والابتعاد عن الطاقة العمياء حتى ولو كانت للوالدين فكيف بالأفكار الغربية المطروحة في وسائل الإعلام، تعزيز الرقابة الذاتية لدى الأبناء، تعليم الأبناء وتدريبهم على الصلاة والتمسك بها، والإيمان بدورها في النهي عن الفحشاء والمنكر، تأصيل الدور الاجتماعي ومفهوم المسئولية المجتمعية لدى الأبناء، ومشاركتهم في العمل الجماعي والعمل التطوعي ودعم قدرة الأبناء على تقديم النصيحة الواعية لغيره مما يأصل معتقداته ويقوي مبادئه ويرقى بالذوق العام، وتربية النشئ تربية نفسية سوية قوامها الصبر والتأني، والتأكيد على وجود تحديات تواجه النشئ، كما يجب على الأسرة تلقين الأبناء بمبادئ التوسط والإعتدال والبعد عن التطرف في

دور الأسرة في تنمية الوعي باستخدام

الإعلام الجديد :

تشكل الأسرة الأرض التي يتعرع عليها الطفل وينمو، ويتعلم فيها أجدديات الحياة الأولى، ومنها أيضاً يستمد قيمه وحياته التي سيستمر عليها، وأيضاً هي مملكته الأولى التي تمده بمفاهيم التعامل، وهي التي تحدد النظام التربوي والفلسفة التربوية التي ينشأ عليها الأبناء، ومنها تحدد تفاعل الأسرة مع الإعلام والتربية الإعلامية (حرفوش، ٢٠١٢م).

تدفق السلبيات :

تقول الدكتورة هبة شركس مستشارة نفسية وخبيرة أسريه وتربوية وعضو هيئة تدريس بالأكاديمية الأمريكية للعلوم والتنمية: "يجب أن نحيط ببعض الأمور في تعاملنا مع الطفل فيما يخص وسائل الإعلام لوضع استراتيجية تحد من تدفق سلبياتها، منها رباعية التفاعل الواعي مع الإعلام، بحيث يجب أولاً بناء شخصية سوية تحمل مبادئ وأهدافاً وقدرات نقدية مهذبة وفاعلة، ثانياً: الإلمام بأبعاد التفاعل الواعي مع الإعلام، أما ثالثاً يجب وضع استراتيجية للتربية الإعلامية، رابعاً يجب تطبيق الاستراتيجية وتقييمها وتطويرها لتلائم المستجدات الإعلامية من جهة، ونمو وتطور أفراد الأسرة من جهة أخرى. وتشرح شركس في كل خطوة قائلة "بناء شخصية سوية تحمل مبادئ وأهدافاً وقدرات نقدية مهذبة وفاعلة بحيث نبدأ برسم صورة كيف نريد أن يكون أطفالنا، بل وأمتنا جميعاً، أننا

يتم دون رقابة أو متابعة من الأهل. أما الآناث فأشرفن (٦٥%) منهن إلى وجود إشراف أو متابعة من قبل الأسرة في مقابل (١١%) منهن لا يحظين بمتابعة جادة من الأهل، بينما أشارت (٢٤%) منهن إلى حدوث ذلك من بين حين وآخر أحياناً. وتوصلت الدراسة إلى أن (٥٢%) من أطفال العينة معرضون للوقوع تحت التأثير السلبي للإنترنت ولو بحسن النية، وهي بلا شك نسبة عالية للغاية (حرفوش، ٢٠١٢م).

وفي إحصائية لمكتب التربية العربي لدول الخليج أشارت إلى أن معدل الساعات التي يقضيها الأطفال في دول مجلس التعاون دون سن السابعة أمام وسائل الإعلام والإنترنت تصل إلى أربع ساعات يومياً، وفي المرحلة العمرية ما بين (٨: ١٨) عام يصل عدد الساعات إلى أكثر من (٧) ساعات يومياً وربما يصل إلى (١٠) ساعات بمتوسط يفوق (٥٣) ساعة اسبوعياً، وهي مدة أكبر من التي يقضيها الطالب في المدرسة. ويشير ويلكنز مدير معهد الدوحة الدولي للدراسات الأسرية والتنمية، إلى أن الدراسات الغربية وجدت أن (٤٤%) من الأطفال على شبكة الإنترنت يشاهدون عن عمد المواقع التي تحمل المواد الإباحية و(٦٦%) من الأطفال الذين يستخدمون الإنترنت تقرض عليهم مشاهدة هذه المواد (حرفوش، ٢٠١٢م).

لذا يجب علينا أن نؤكد على دور الأسرة ورب العائلة في حماية وتربية وتحصين الأبناء من أي مخاطر ويقول الداعية الإسلامي الدكتور أحمد الكبيسي "علينا أن نقر ونعترف بأن عالم الإعلام

القول والفعل. وتضيف شركس أنه "لا يجب أن نجعل تلبية الاحتياجات التربوية والنفسية للأبناء، والوعي بمراحل النمو المختلفة وسرعة التطور العقلي والاجتماعي للأبناء ومواكبة الأسرة هذا التطور فما يحتاجه الطفل الصغير من دعم وتربية يختلف تمام الاختلاف عما يحتاجه المراهق، مع الوضع في الاعتبار تعزيز العلاقات الأسرية بالحوار الإيجابي المثمر الذي يعزز التواصل، ويوفر بيئة أسرية آمنة يسودها الود والتعبير المهذب عن المشاعر والاحتياجات وتوضيح وجهات النظر بين أفراد الأسرة. إن حماية الطفل باعتبارها مسئولية أسرية ومجتمعية لم تعد قاصرة على مجرد توفير المأكل والملبس والسكن، وتقديم الخدمات الصحية والمادة له، أو منع الضرر والإيذاء الجسدي، بل هي عملية وقائية وتحصين نفسي ومعنوي وأخلاقي وإنساني في المقام الأول، بعد أن أصبحت شكوى عالية تؤرق المجتمع الإنساني بأسره وأصبحت من أخطر القضايا الشائكة التي تحتاج إلى استراتيجية وثقافة مجتمعية لإنجاحها (حرفوش، ٢٠١٢م).

استطلاعات وإحصائيات:

في استطلاع للرأي أجرته "الاتحاد" وشمل (٣٠٠) طفل وطفلة، تبين أن متوسط الساعات اليومية لاستخدامهم جهاز الكمبيوتر ما بين (٢: ٣) ساعات يومياً وأشار (٣٢%) من الأطفال الذكور أن استخدام جهاز الكمبيوتر، ودخول شبكة المعلومات "الإنترنت" تحت إشراف ومتابعة الأسرة، بينما ذكر (٤١%) منهم أن ذلك

دور مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الدينية في رفع الوعي باستخدام الإعلام الجديد :

تلعب مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الدينية دوراً هاماً في رفع وعي الفرد في المجتمع نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد لما لها من تأثير كبير ولما لها من قنوات اتصال متعددة تشمل المؤسسات المعنية بالإعلام والحريات ودور العبادة والنقابات ... إلخ.

وعلى سبيل الحصر لا القصر يمكننا أن نشير إلى بعض أدوار منظمات المجتمع المدني، حيث يتمثل دورها في:

- ١) تهيئة مشاريع تنمية جديدة للشباب على الإنترنت، وإنشاء ورش عمل شبابية، وحوارات جريئة وواقعية لمحاولة نقل الإنترنت ومعلوماته إلى حالة من الوعي الواقعي بدلاً من الافتراضي.
- ٢) التوعية عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- ٣) عقد الندوات والمؤتمرات بين الشباب.
- ٤) تفعيل دور العلماء والدعاة عبر شبكات الإعلام الجديد وذلك لبث المفاهيم الصحيحة بين الناس.
- ٥) دمج الشباب في الحياة السياسية والفكرية وتشجيع النقد البناء فيما بينهم، سعياً لنشر ثقافة الرأي والرأي الآخر وتقبل الغير.
- ٦) العمل على تنمية الأخلاق الإسلامية والتذكير بها والحث على عدم التأثير

الجديد أصبح واقعاً لا يمكننا الابتعاد عنه أو تجاهله، أو حجبته عن أطفالنا، ولا يمكن أن نربي أطفالنا على العزلة عن العالم وما يفرضه التقدم العلمي من تطور يشمل جميع مناحي حياتنا، لكن علينا في المقابل أن نستحضر سنة وقول رسول الله ﷺ: "كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته، الرجل راع في أهل بيته وكذلك المرأة" (حرفوش، ٢٠١٢م).

ومن هنا يجب علينا أن نعزز قيم التحاور والتخاطب والتنشئة البناءة والإهتمام بالروابط الأسرية والبعد عن التفكك والإنهيار، والتوعية باستخدام الإعلام الجديد حتى يتمكن المجتمع من إخراج جيل قادر على التفاعل مع العالم من حوله بطريقة بنائه قادر على التفريق بين الصالح والطالح، قادر على مواجهة التحديات من حوله وما يُبث إليه من سموم عبر قنوات الإعلام الجديد المتعددة.

وتبدأ التنشئة الأسرية في التعامل مع تلك المتغيرات التي تحيط بأفراد المجتمع منذ الصغر، حيث يتعلم الطفل كيفية التعامل مع المتغيرات من حوله، وتقبل وجهات النظر المختلفة، واحترام الرأي والرأي الآخر تلك المبادئ يجب أن تُزرع في الطفل منذ حدوثه لإعداده فرداً قادراً على التحدي لما حوله من مخاطر والاندماج في المجتمع.

لذلك يمكننا القول أن الأسرة هي نواة المجتمع والحفاظ على سلامتها ووحدتها من التفكك، وهي القوة الرافعة لأي مجتمع متقدم.

الاهتمام بالتعليم وتخصيص جزء كبير من ميزانياتها لدعم التعليم، حيث أنه الركيزة الأساسية التي تقوم ببناء المجتمع، كما يجب أن تتكاتف الدول فيما بينها لإصدار التشريعات التي تحد من مشاكل وسلبيات الإعلام الجديد، ويكون أهتمامها الأول هو مصلحة المواطن والمجتمع دون تقييد للحريات.

وفي هذا الصدد رأى الدكتور محمد قيراط - عميد كلية الإتصال في جامعة الشارقة، أن الإعلام الجديد غير قادر على تحقيق ما فشل الإعلام التقليدي في تحقيقه وهو إيجاد فضاء فكري لنشر الديمقراطية قائلًا: "صحيح أن الإعلام الجديد يقدم حلولاً كثيرة ووسائل قنوات جديدة للاتصال والتواصل ومنابر جديدة للنشاط والحوار لكن كل هذا لا يكفي إذا ما تغيرت العقليات" (عبد العزيز، ٢٠١٣/١٢/٥م). لذا يجب على الحكومات العربية أن تدعم حريات الرأي ودعم الشباب نحو الإنخراط في العملية السياسية والديموقراطية.

دور التعليم في رفع مستوى الوعي الاجتماعي (الإعلام الجديد والتعليم):

لم يخطئ بن خلدون عندما أكد أن على أهمية التعليم في المجتمع والدور الذي يلعبه التعليم تجاه رفع الوعي لدى أفراد المجتمع، حيث أكد أن تقدم التعليم في مجتمع من المجتمعات إنما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمقدار ما يكون عليه المجتمع من تنمية، فالشواهد تؤكد على هذه المقولة، من حيث أن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية والمعرفية في دول العالم النامي والدول

بالتقاليد الغربية والمختلفة ودفع الشباب إلى الابتعاد عن التقليد الأعمى.

(٧) التنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني الكبرى مثل اليونسكو والأمم المتحدة فيما يتعلق بالمؤتمرات والندوات التي تعقد لمناقشة سبل رفع الوعي باستخدام الإعلام الجديد، وكذلك التربية الإعلامية.

(٨) تشجيع الدعاة لنشر الفكر الوسطي والبعد عن التطرف، لخلق جيل قادر على الإنخراط في المجتمع والتعامل مع الإعلام الجديد بصورة جيدة.

دور الحكومات العربية تجاه الإعلام الجديد:

في ظل الإنفتاح الذي يشهده العالم وما صاحب فكرة العولمة (Globalization) وتطبيقاتها المتنوعة، كان على الحكومات العربية أن تعيد النظر في تثقيف المجتمع وتثويره، وإعادة صياغة مختلف الرسائل الإعلامية الموجهة إليه أو التعليق عليها بطريقة هادفة، فتشكيل الرأي العام والتأثير على فعل الجمهور عمل يومي مستمر توضع له النظريات والخطط الاستراتيجية طويلة المدى وتصرف لأجله المليارات على القنوات التلفزيونية ومراكز الدراسات والأبحاث (موسى، ٢٠١٤م).

لذا على المجتمعات العربية أن تتعامل مع الإعلام الجديد من منطلق المقولة التي تقول "الوقاية خير من العلاج" (Prevention is better than cure) والتي يتضمن معناها بالوقاية من السلبيات التي تتبع الإعلام الجديد والتي سبق وقمنا بسردها، فعلى الدول العربية

وتلعب المؤسسة التعليمية دوراً هاماً تجاه تثقيف أفراد المجتمع، فالمؤسسة التعليمية - على مستوى التعليم العام - هي المصدر الثاني من مصادر التنشئة الاجتماعية بحسب تصنيف خبراء الاجتماع (Hiebert and Bohn, 1985).

ولابد لهذه المؤسسة أن تقوم بمهمتها التربوية في التعامل مع مشكلات المجتمع الفكرية والأخلاقية، وأن لا يقتصر دورها على الوظيفة التعليمية فحسب. فالكثير من برامج التعليم في الدول قطعت شوطاً كبيراً في التنمية الحضارية من خلال تنظيم أنشطة تربوية وتوجيهية، تكون مهمتها توعية الناشئة بالمؤثرات التي تهدد بينتهم التربوية، ومن ذلك العمل على زيادة وعيهم بتأثير وسائل الإعلام على مواقفهم واتجاهاتهم وسلوكهم، وعلاقة ذلك بالتعرض لبرامج معينة في وسائل الإعلام، أو لقنوات إعلامية محددة (الفردية، ٢٠١٤هـ، ص ٢٨).

والمجتمع في هذه المرحلة الراهنة التي يمثل وسائل الإعلام فيها عاملاً حاسماً في صياغة الوعي والتأثير على السلوك بحاجة إلى مؤسساته التعليمية لتقوم بهذه الوظيفة عبر الوسائل التعليمية والتربوية المختلفة. أما التعليم الجامعي فإن من مسؤوليته أن يقدم إلى مؤسسات التعليم العام، وإلى المسؤولين عن التعليم والأمن الدراسات التطبيقية والبحوث المسحية الميدانية للتعرف على تأثير مضامين الإعلام غير الهادف على ثقافة الناشئة، وسلوكهم وأخلاقهم هذه إحدى وظائف التعليم الجامعي، ومن أجل هذه الوظيفة تأسست مراكز خدمة المجتمع، وعمادات البحث العلمي، وكراس

العربية تواجه تحولات بنيوية متباينة الحدة والعمق حيث كان لها تأثيرها على تظاهر الحياة السوسيوحضارية والاجتماعية خاصة.

ولعل هذا الترددي الاجتماعي والاقتصادي والثقافي أصبح يؤثر بصورة كبيرة على كل من عملية الإعلام كحامل لرسالة التنمية الثقافية والاجتماعية بكل ابعادها، وعلم نظم التربية والتعليم كأهم العناصر والمقومات الدافعة لديناميكية الفرد والمجتمع وكأساس لتنمية الثورة البشرية.

فالتعليم والإعلام قوتان تؤثران على بعضهما البعض، وكلاهما يؤثران بصورة كبيرة على الثقافة بمفهومها العام والواسع بدءاً من الممارسات السلوكية والمعتقدات الفكرية والقيم الاجتماعية والتاريخية.

ويضيف الدكتور محمد قيراط - عميد كلية الاتصال في جامعة الشارقة، أن انتشار الإعلام الجديد في الوطن العربي بحاجة إلى بيئة تتفاعل بإيجابية مع هذا النوع الجديد من الإعلام وبحاجة إلى جمهور متعلم ولديه الثقافة الإعلامية والثقافية التكنولوجية اللازمة، وهنا تطرح إشكالية عدد الأميين الذي يفوق (٨٠) مليون نسمة من أصل (٣٢٠) مليون مواطن عربي أي الربع! مضيفاً أن الأمية تعد عائقاً كبيراً عندما نتكلم عن توظيف الإعلام الجديد لخدمة الفضاء العام والممارسة والمشاركة السياسية والديموقراطية في الوطن العربي (عبد العزيز، ٢٠١٣/١٢/٥م).

جديد من قوانين الإعلام، لكن يجب أن يتم إصدار هذه القوانين بعد دراسة جادة لحاجات المجتمع ومعطيات ثورة الاتصال، وأن تكفل هذه القوانين حرية الإعلام، حيث تسهم هذه الحرية في تطوير صناعة الإعلام والاتصال (صالح، ٢٠١٠م، ص ٣٤).

فالوسائل الجديدة تقدم طرقاً جديدة في التقييد والمنع لم تكن موجودة في السابق، فقد أحضرت الوسائل الجديدة طرقاً جديدة للحد من حرية التعبير إذ لأول مرة أصبحت وسائل التقييد تكنولوجية وموجودة داخل الوسائل الإعلامية نفسها (نصر، ٢٠٠٥م، ص ٢٨٩).

وتحمل الصحافة الإلكترونية كثيراً من التحديات التي يمكن أن تعصف بالصحافة كمهنة، سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، ويتقدم هذه التحديات قضية الأخلاقيات في الصحافة الإلكترونية وهو جانب سلبي في هذا النوع من الصحافة - حتى الآن - فعمليات السطو على حقوق التأليف والنشر الخاصة بالآخرين، والمصادقية والثقة بكثير مما يتم تناوله من أخبار ومعلومات عبر هذا النوع من الصحافة محل شك، ومن ثم فإن هذا النوع من الصحافة يحتاج إلى تنظيم قانون للحفاظ على الصحافة كمهنة (غيطاس، ٢٠٠٤م، ص ٢٢٢).

إن نقابات الصحفيين في معظم الدول العربية، وضعت موثائق شرف صحفية تصلح أن تكون هي نفسها موثائق الشرف التي يطلب بأن يلتزم بها كل الصحفيين في الصحف الإلكترونية،

البحث في الجامعات، ورصدت لهذه الجهات العلمية ميزانيات خصصت لإجراء البحوث التطبيقية التي تعالج مشكلات المجتمع. ولا شك أن تأثير وسائل الإعلام على أخلاق الناشئة وسلوكهم يتصدر هذه المشكلات الاجتماعية التي أسهمت تقنية وسائل الإعلام الحديثة في ظهورها بشكل يدعو المؤسسات التعليمية أن تتصدى لها، وتضع البرامج التربوية والاستراتيجية العلمية لمواجهةها (البشير، ١٤٣٠هـ).

وفي مثل هذه المرحلة التي بات فيها الإعلام الجديد يمثل دوراً فعالاً في حياة الشعوب على المجتمعات العربية أن تهتم بما أطلق عليه التربية الإعلامية، تلك التي تهتم بتثقيف أفراد المجتمع نحو المتغيرات التي تطرأ على الإعلام وكيفية تحقيق الاستفادة القصوى وتجنب السلبيات، والعمل على تطوير المادة العلمية من حين لآخر بما يتواءم مع متطلبات العصر.

الحاجة إلى إصدار تشريعات جديدة للإعلام الجديد:

إن من أفضل نتائج ثورة الاتصال أنها قد جعلت كل تشريعات الإعلام في الوطن العربي خارج سياق الزمن، وبرهنت على أن هذه القوانين المختلفة قد أصبحت عقبة أمام تطوير صناعة الإعلام في الوطن العربي (صالح، ٢٠١٠م).

غير أنه لا يمكن الاستغناء عن التنظيم القانوني لوسائل الإعلام، فهناك حاجات مجتمعية وحاجات فردية وعامة يجب حمايتها بواسطة القوانين، ومن ثم هناك حاجة إلى جيل

كما أن لوائح نقابات الصحفيين تتيح محاسبة الصحفيين الذين يرتكبون جرائم صحفية.

نتائج الدراسة وتوصياتها:

تتناول هذه الدراسة المبسطة، سبل وأوجهة المسئولية الاجتماعية في التعامل مع الإعلام الجديد، ونسرد بعض التوصيات المقترحة للتعامل مع الإعلام الجديد وكيفية الاستفادة منه والحد من سلبياته، موضحة كالتالي:

(١) حث الأسرة على أهمية التواصل الأسري والمتابعة الجيدة والإنشغال باحتياجات الأبناء ومشاركة التطورات العصرية والفكرية التي تحدث معهم.

(٢) على مدى المناهج التعليمية إضافة مفاهيم جديدة للشباب المتعاملين مع الإنترنت مثل (المواطنة الرقمية) من أجل الوصول إلى مفهوم "المجتمع التكنولوجي".

(٣) تبني سياسة الرقابة الاجتماعية البناءة نحو التعامل مع أساليب الإعلام الجديد المتنوعة بحيث لا تكون تقيداً للحريات بل تدفع بدورها نحو انتهاج السلوكيات الإيجابية في استخدام الشباب لتلك الوسيلة.

(٤) يجب تعليم الشباب الرقابة الذاتية ووسائل ومهارات البحث الآمنة، والبحث الآمن الذي يمكن من خلاله منع الشباب من دخول أي مواقع يمكن أن تضر بفكرة

حيث يمكن ضبط عملية البحث على الإنترنت.

(٥) العمل على إقامة حكومة إلكترونية تختص برصد الجرائم الإلكترونية والبرامج والعروض البذيئة ونشر المعلومات المغلوطة لإثارة الرأي العام تجاه القضايا المختلفة.

(٦) الاهتمام بالثقافة المجتمعية لدى الشباب من خلال تحديث النوادي الاجتماعية ودور الثقافة والمكتبات ليصلح بديلاً يحاكي ما تقدمه تلك الأنظمة الإعلامية، وإخراج جيل قادر على الاستفادة من الإعلام الجديد.

(٧) العمل على تنمية الأخلاق الإسلامية والتذكير بها والحث على الالتزام بقيم وأخلاق المجتمع الإسلامي السامية والحث على عدم التأثر بالتقاليد الغربية والمختلفة، والبعد عن التقليد الأعمى.

(٨) دمج الشباب في الحياة الواقعية وتشجيعهم على المشاركة في الحوار والإنخراط في العملية السياسية والتحول الديمقراطي، عوضاً عن الهروب للعالم الافتراضي بغرض تعويض النقص في الحياة الفعلية.

(٩) ضرورة الاهتمام بالتعليم والتربية الإعلامية والعمل على تحديث المناهج وربطها باستخدام الأساليب العلمية الحديثة.

(١٠) على الحكومات العربية أن تخاطب أفراد المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة والتوعية بإيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. البدرى، رفعت محمد. (٢٠٠٨م). استخدامات أدوات الويب في مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير. "المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الإعلام بين الحرية والمسئولية"، مصر: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، 1-3 يوليو 2008.
٢. البشير، محمد. (١٤٣٠هـ). مواجهة تأثير الإعلام العربي علي الأسرة والمجتمع. جريدة المسلم، جمادي الثانية ١٤٣٠هـ.
٣. حرفوش، خورشيد. (٢٠١٢م). حماية الطفل من مخاطر «الإنترنت» مسؤولية الأسرة والمجتمع. جريدة الاتحاد، السبت ١٠ مارس ٢٠١٢.
٤. حسونة، نسرين. (٢٠١٢م). الإعلام الجديد .. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. مدونة الصحافية نسرين حسونة. متاح على الرابط التالي: <http://blog.amin.org/nisreenhassouna>
٥. خليفة، شيرين. (٢٠١٢م). الإعلام الجديد: ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية، الجامعة الإسلامية.
٦. زرن، جمال. (٢٠١٧م). الاعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكاته. مركز الجزيرة للدراسات، الاثني ٢٧ مارس ٢٠١٧م.
٧. ساق الله، مها فالح. (٢٠١٣م). تقرير عن: ماهية الإعلام الجديد - ضمن مساق
٨. الشميمري، فهد بن عبد الرحمن. (٢٠١٠م). التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام؟، متاح على الرابط التالي: <http://www.saudimediaeducation.org/index.php?>
٩. شيخاني، سميرة. (٢٠١٠م). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، ٢٦ (١)، ٤٤٤-٤٤٥.
١٠. صادق، عباس. (٢٠٠٨م). الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. ص ٧-٢٢. متاح على الرابط: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files>
١١. صالح، سليمان. (٢٠١٠م). حرية الإعلام في الوطن العربي وتحديات ثورة الاتصال"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ١٣ (٢). القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز التوثيق والتراث الصحفي.
١٢. عبد العزيز، حمدي. مؤتمر في البحرين لمناقشة ٥٠ بحثا عن (الإعلام الجديد) بين الاستسلام والتسليم والمواجهة، موقع إسلام أون لاين، تاريخ النشر: ٥/١٢/٢٠١٣م.
١٣. العجلان، امانى عبد الرحمن. (٢٠٠٩م). دور الإعلام السعودي في تمكين المرأة في حماية نفسها من العنف. متوافر على الرابط:

الجامعات. رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٢١. قطب، شيم عبد الحميد. (٢٠٠٩م). رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة". المؤتمر العلمي الخامس عشر "الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات"، كلية الإعلام جامعة القاهرة، كلية الإعلام. الجزء الثاني، 7-9 يوليو 2009.

٢٢. كاتب، سعود صالح. (٢٠١١م). الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي. جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

٢٣. ليا، ليفرو. (٢٠١٦م). وسائل الإعلام الجديدة: البديلة والناشطة. ترجمة: هبة ربيع. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

٢٤. اللبان، شريف درويش. (٢٠١٤م). الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد. رؤى استراتيجية، يوليو ٢٠١٤م. ص ص ٩٦-١٣٥.

٢٥. الصيرفي، محمد. (٢٠٠٧م). المسؤولية الاجتماعية للإعلام، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.

٢٦. محفوظ، محمد. (٢٠٠٧م). النقد والوعي الاجتماعي. صحيفة التجديد العربي في ١٥/٥/٢٠٠٧م.

٢٧. موسى، خالد. (٢٠١٤م). قادة الرأي الجدد. المؤسسة الأيام، العدد ٩١٧١، ٢٠

<http://www.amaniaaj.com/2012/12>

١٥. عويس، محمد جاد المولى حافظ. (٢٠١٢م). تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر: دراسة تحليلية ميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

١٦. عيساني، رحيمة الطيب. (٢٠١٣م). الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٢٠، ص ص ٥٠-٦٧.

١٧. الغامدي، فينان عبد الله. (٢٠١٢م). التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني - ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني. المملكة العربية السعودية: جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

١٨. غيث، محمد عاطف. (١٩٨٨م). قاموس علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الاجتماعية.

١٩. غيطاس، جمال محمد. (٢٠٠٤م). مدخل إلى الصحافة الإلكترونية. مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 114 القاهرة: المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، مارس 2004.

٢٠. الفردي، عبدالله بن علي. (١٤٢٩هـ). العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في

- [leins-feux-sur-l-influence-numerique.html](http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/)
30. Coëffé, Thomas. (2016). La Répartition Démographique sur les Réseaux Sociaux”, 23 November 2016, (Visited on 2 February 2017): <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>
31. BBC. (2007). Your News, Your Pictures, (May 7, 2014). news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/2780295.stm
32. Elspeth Tilley & John Cokley. (2008). Deconstructing the Discourse of Citizen Journalism: Who Says What and Matters. Pacific Journalism Review, vol. 14, no. 1, 2008.
33. Hiebert, Ray Eldon , Ungurait, Donald F, & Bohn , Thomas W. (1985) . Mass Media : An Introduction to Modern Communication . Longman, New York , PP. 245-252
- مايو ٢٠١٤م. تمت الزيارة بتاريخ ١٤/٢/٢٠١٨م، متوافر <http://www.alayam.com/Article/alayam-article>
٢٨. نصر، حسني محمد. (٢٠٠٥م). حرية الصحافة الإلكترونية في ضوء تجارب وسائل الإعلام التقليدية مع دراسة لأنماط الرقابة على الإنترنت في العالم العربي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 25 القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (يوليو-ديسمبر 2005).
- ثانياً: المراجع الأجنبية:**
29. Masson, Delphine. (٢٠١٠). Pleins feux sur l'influence numérique. strategies, 8 July 2010, (Visited on 2 February 2017): <http://www.strategies.fr/etudes-tendances/tendances/142104W/p>