

## الإعلام الجديد وتأثيره على بعض القيم الاجتماعية السياسية في الوطن العربي : رؤية تحليلية

د. أحمد محيي خلف\*

### الملخص :

من الحقائق الثابتة التي أثبتتها الدراسات، وأكدها الشواهد الميدانية أن الإعلام الجديد يؤثر في الأفراد، والمجتمعات، بل إنه يؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد، والسلوك القيمي لهم؛ فالنفاذية الإعلامية التي يتميز بها الإعلام الجديد تستطیع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم، وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ قيمة قائمة، والتصدي لأخرى قائمة، وهذا الأمر تجلى بوضوح في أحداث ما سُمي بـ"الربيع العربي" التي اجتاحت الوطن العربي منذ نهاية عام (٢٠١٠)، وتواصلت طوال عام (٢٠١١)، ولا تزال فعاليتها، ونتائجها مستمرة في عدد من الدول العربية.

وعلى هذا استهدفت الورقة البحثية الراهنة - ضمن أهداف أخرى - التعرف على دور الإعلام الجديد - متمثلاً في عالمي "الإنترنت والفضائيات" - في التأكيد على بعض القيم الاجتماعية السياسية، أو ترسيخها في الوطن العربي، وتحديدًا بعد أحداث الحراك الاجتماعي السياسي العربي، أو ما سُمي بـ"الربيع العربي".

ولتحقيق ذلك الهدف الأساسي استعرضت الورقة لأهم أدبيات التراث البحثي السابقة المرتبطة بموضوعات الإعلام والقيم؛ لاستنتاج أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تناولتها، ومن ثم خضوعها للتحليل النظري.

وقد تبين أن أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تم استنتاجها: "قيمة حرية الرأي والتعبير"، "قيمة التعددية"، "قيمة الحوار".

كما أوصت الورقة بالعديد من التوصيات العملية أهمها : سن تشريعات قانونية صارمة، يكون من شأنها تنظيم ظاهرة الإعلام الجديد في الوطن العربي، بحيث تحد من تغليب الجانب الشكلي والتقني - المثير للغرائز - على جانب المحتوى والمضمون الذي يصون الروح، ويحفظ القيم الإيجابية، واستعادة النور الحقيقي للإعلام في إخبار الناس، ونشر المعرفة، وبث الوعي.

**الكلمات المفتاحية :** الإعلام الجديد، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، القيم الاجتماعية السياسية.

\* مدرس علم الاجتماع، كلية الآداب - جامعة المنيا.

## **New Media and its Impact on some Socio-political Values in the Arab World: An Analytical Vision**

### **ABSTRACT**

One of the proven facts that studies have confirmed by field evidence, is that the new media affects individuals and societies, and indeed affects the course of human development. And that there is a causal relationship between exposure to the new media and the human behavior reflecting the social values. The media interaction that characterizes the new media can work to remove a value, install another, support an existing one, or confronting coming ones. This was clearly evident in the events of the so-called "Arab Spring" that invaded the Arab world since the end of the year (2010), and its activities and results still continue in a number of Arab countries.

This paper aims to identify the role of the new media, represented in the "Internet and satellite channels", in emphasizing some socio-political values, or entrenching them in the Arab world, specifically after events of the Arab social- political mobility, or what has been called the "Arab Spring."

To achieve this goal, the paper reviewed the most important previous research literature related to media and values issues to explore the most important socio-political values that have been addressed, and then be subjected to theoretical analysis.

It has been found that the most important socio-political values are: "the value of freedom of opinion and expression", "the value of pluralism", and "the value of dialogue."

The paper advanced several practical recommendations, the most important of them are: Imposing strict legal legislation, to organize the phenomenon of new media in the Arab world, as well, reducing the primacy of technical form over the content side.

**Key Words:** New media, Social value, Political value, Socio-political value.

## المقدمة :

لعل الخطر الذي يواجه أية أمة، في سبيل تقدمها يكمن في العبث في "سلوكياتها"، أو بمعنى أدق يكمن في "عدم معيارية السلوك" الذي قد يتحول بفعل الظروف إلى ثقافة متقلبة، أو مفروضة على الناس، يسود فيها فوضى عامة تتأصل مع الزمن، وتصبح شيئاً معتاداً لا يمثل خروجاً عن "النظام"، بل يصبح "اللانظام" هو العُرف السائد الذي يتعامل معه أفراد المجتمع بتلقائية، دون وعي، أو بوعي زائف<sup>(١)</sup>. و"عدم معيارية السلوك" هذا هو الوجه الآخر لما يسمّى "بأزمة القيم"؛ فهناك فكرة شائعة جداً اليوم بأننا نجتاز "أزمة قيم"، وبخشي كثير من الدارسين، والباحثين، وكذلك المراقبين من انحطاط كل ما يعطي معنى عميقاً لأعمالنا، ولحياتنا، فيعزّون هذا التراجع إلى ازدهار "العولمة"، التي تحسر اهتمامها في التطور التقني، مما يجعلها - أي العولمة - تبدو مغرقة في مادية تخلو من أي روح، ولا تقيم للقيم أي وزن. وإذا كان "الإعلام" بعامّة يُنظر إليه اليوم، بمؤسساته، وأشكاله على أنه فنٌ جديدٌ، إلا أنه تأثر تأثراً هائلاً بفعل العولمة، وبفعل ازدهار التقنيات الحديثة غير المسبوق، وأصبح يُنظر إليه كعلم حديث بالنسبة لكثير من الأمم تحت مصطلح "الإعلام الجديد"، الذي تتجلى صورته بقوة خاصة في الوطن العربي في عالمي "الإنترنت والفضائيات"، أو ما يسمى بمجتمع الشبكات.

لقد أتاح الإعلام الجديد - بفعل التقدم التكنولوجي - فرصاً كبيرة في أن تتشكل علاقات بين المرسل، والمستقبل تتجاوز نمط العلاقة ذات الاتجاه الواحد، بل إن العلاقة قد بدت في بعضها ذاتية، جمعية أو ما يسميه "مانويل كاستيل" بـ "ذاتية وسائل الاتصال الجماهيري"؛ فالكثير من الدعاة، والمشاهير من الممثلين، والرياضيين، والمغنيين، والساسة، ورؤساء الدول، ورؤساء الأحزاب "يتواصلون" من خلال مواقعهم الإلكترونية، مع المعجبين، والشاكين، والمستفسرين، والأتباع.... ويتشكّل، في ضوء ذلك، وبفعل هذه التقنية الاتصالية شكل من أشكال العلاقة الذاتية- الجماهيرية<sup>(٢)</sup>، الأمر الذي يدلل على أن الثورة التكنولوجية، أو الثورة

(١) أحمد مجدي حجازي وآخرون "نحو منظومة القيم الإيجابية الداعمة لرؤية مصر"، مركز الدراسات

المستقبلية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٣.

(٢) باقر النجار: "الفضاء السيبرني وتحولات القيم" (في): "الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم"،

(تحرير وتقديم): عبد الإله بلقزيز، سلسلة كتب المستقبل العربي، (٦٩)، مركز دراسات الوحدة

العربية، بيروت، ٢٠١٣، ص ٣٢٨.

المعلوماتية، أو الثورة الرقمية قد أفرزت حالةً اجتماعيةً، واقتصادية، وسياسية، وثقافية جديدة؛ إنها حالة لم يُعدَّ فيها العالم - ويفعل ذلك - كما كان منذ حقب زمنية بعيدة أو قريبة، إنها حالة - كما يعتقد البعض - قادت، وتقود إلى عالم بدون قيود. إنه عالم، كما يقول عنه "بارلو فريز"، يقع خارج إطار سلطة الدولة، بل إنه عالم يقع خارج إطار مفهوم الإقليم بمعناه التقليدي، بحدوده الجغرافية المعروفة، كما أنه عالم يقع خارج إطار الضوابط، والكوابح المعروفة سواء أكانت هذه ضوابط من صنع الدولة أو المجتمع؛ أي أنه عالم لم يُعدَّ يخضع للضوابط، والمعايير التي تحددها الدولة أو المجتمع<sup>(١)</sup>.

ومن الحقائق الثابتة - التي أثبتتها الدراسات، وأكدتها الشواهد الميدانية - أن الإعلام الجديد يؤثر في الأفراد، والمجتمعات، بل إنه يؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد والسلوك البشري، ويختلف تأثير وسائل الإعلام الجديد حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سبباً لإحداث التأثير أو عاملاً مكملاً ضمن عوامل أخرى، غير أن آثار الإعلام الجديد عديدة، ومختلفة، ومتنوعة الشدة؛ فقد تكون قصيرة أو طويلة المدى، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، كما قد يكون هذا التأثير سلبيًا، وقد يكون إيجابيًا، وهناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية لتأثير وسائل الإعلام الجديد، أهمها تغيير القيم<sup>(٢)</sup>؛ فالتفاعلية الإعلامية التي يتميز بها الإعلام الجديد تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم، وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ قيمة قائمة، والتصدي لأخرى قادمة، وهذا الأمر تجلى بوضوح في أحداث ما سُمي بـ"الربيع العربي" التي اجتاحت الوطن العربي منذ نهاية عام (٢٠١٠)، وتواصلت طوال عام (٢٠١١)، ولا تزال فعاليتها، ونتائجها مستمرة في عدد من الدول العربية.

ومن هذا المنطلق تهدف الورقة البحثية الراهنة - ضمن أهداف أخرى - التعرف على دور الإعلام الجديد - متمثلاً في عالمي "الإنترنت والفضائيات" - في التأكيد على بعض القيم الاجتماعية السياسية، أو ترسيخها في الوطن العربي.

(١) باقر النجار، مرجع سابق، ص ٣١٧.

(٢) فهد بن عبد الرحمن الشميمري: "التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام"، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ٢٠١٠، ص ٥٦.

وتأتي الورقة البحثية الراهنة في مقدمة، وخاتمة، وبينهما ثلاثة محاور، أما المحور الأول، فيتناول إشكالية الورقة البحثية وإجراءاتها المنهجية، في حين يتناول المحور الثاني الإطار النظري للورقة، وأخيراً المحور الثالث الذي يتناول الإطار التحليلي للورقة البحثية.

## المحور الأول

### إشكالية الورقة البحثية وإجراءاتها المنهجية

#### ١) إشكالية الورقة البحثية وتساؤلاتها :

إذا كانت التحولات المجتمعية الايجابية تشكل قيماً مضافة لرأس مال المجتمع، فإن التحولات السلبية تشكل قيماً منقصة من رأس مال هذا المجتمع، ويكون من الضروري أن يتواكب مع تلك التحولات تغيرات ايجابية في منظومة القيم، بحيث ترتفع إلي مستوى التحولات الحادثة وتكون داعمة لتلك التحولات لا معطلة لها، ومن ثم فإن التحولات المجتمعية الايجابية كان يجب أن تتضمن الأفراد، أفكارهم وقيمهم وتوجهاتهم، على أساس أن الإنسان يمثل الوسيلة والغاية في أية عملية تحول من ناحية، وعلى أساس أن الموارد البشرية عموماً تشكل أهم الموارد اللازمة لتحقيق التنمية، إلي جانب الموارد الطبيعية من ناحية ثانية، ومن الطبيعي أن تصاحب التحولات المجتمعية تغيرات في القيم، التي لا توجد بمعزل عن الواقع السائد الذي تطرأ عليه تلك التحولات، وفي الوقت نفسه يؤطره تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي باتت تشكل جوانب أساسية من حياتنا الواقعية، وهو ما استرعى اهتمام الباحثين والدارسين في حقل العلوم الاجتماعية بعامة وعلم الاجتماع بخاصة<sup>(١)</sup>.

ومع التحولات المجتمعية التي أعقبت أحداث ما سُمي بـ"الربيع العربي" التي اجتاحت الوطن العربي منذ نهاية عام (٢٠١٠)، وتواصلت طوال عام (٢٠١١)، شهدت معظم البلدان العربية سيولة سياسية، وإعلامية غير مسبوقة في التاريخ، واحتجاجات، ومظاهرات ... الخ، وكان للإعلام الجديد دور محوري في تحريك هذه الأحداث من خلال دعوة الجماهير

(١) خلاف خلف الشاذلي: "تداعيات ثورة ٢٥ يناير على قيم العمل والدافعية للإنجاز : رؤية نظرية"،

ندوة "القيم في عالم متغير"، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنيا، ٢٠١٣، ص ١٤٨.

إلى التجمهر، واتخاذ مواقف معينة، ونشر الكثير من المعلومات، والصور المرتبطة بتطورات الأحداث في تلك الفترة، الأمر الذي كان بمثابة محددات لسلوك الأفراد، وأفعالهم، وكان بمثابة تحولات مجتمعية (إيجابية وسلبية) أَلقت بظلالها على منظومة القيم؛ فالقيم ليست قوالب صماء، ولكنها تتأثر بالمجتمع وتحولاته.

ونتيجة لذلك برزت "قيم" بعينها تأثرت بفعل السيولة التكنولوجية، والتي أعقبتها سيولة إعلامية شهدتها الدول العربية، سواء في اتجاه واحد، أو اتجاهات متعددة، بدت هذه القيم سياسية بالدرجة الأولى غير أنها استمدت طبيعتها من التحولات المجتمعية التي أحدثها الربيع العربي، حتى أصبحت مزيجاً متداخلاً من قيم اجتماعية وسياسية، وبناء على هذا الطرح، فإن الباحث يمكنه صياغة إشكالية هذه الورقة البحثية في التساؤل الإشكالي الأساسي التالي :

**ما دور الإعلام الجديد في التأثير على بعض القيم الاجتماعية السياسية في الوطن العربي ؟**

وتنبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية تحدد نطاق هذه الإشكالية، هي :

- أ- ما توصيف واقع الإعلام الجديد - وتحديداً عالمي الفضائيات والانترنت - في الوطن العربي؟
- ب- ما أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تناولها التراث البحثي في الوطن العربي؟
- ج- ما دور الإعلام الجديد في التأثير على بعض القيم الاجتماعية السياسية في الوطن العربي؟
- د- ما التوصيات المقترحة لتوحيد جهود دول العالم العربي لتحقيق هدف توحيد الخطاب الإعلامي، وابتكار وسائل إعلامية جديدة تستطيع بها التصدي لكل الحملات الإعلانية الجائرة ضد القيم الإيجابية الأصيلة بعامة من ناحية، ومن ناحية أخرى التأكيد على بعض القيم الاجتماعية السياسية بخاصة ؟

## (٢) أهداف الورقة البحثية :

في ضوء الإشكالية، والتساؤلات السابقة يمكن تحديد أهداف الورقة البحثية في مجموعة الأهداف التالية :

- أ- توصيف واقع الإعلام الجديد - وتحديداً البث الفضائي والانترنت - في الوطن العربي.
- ب- التعرف على أهم القيم الاجتماعية السياسية من خلال استنطاقها من بعض الأدبيات من التراث البحثي، التي عُنيت بقضيتي الإعلام والقيم في الوطن العربي.

- ج- تناول دور الإعلام الجديد في التأثير على بعض القيم الاجتماعية السياسية، سواء بتمهيشها، أو بالتأكيد عليها، أو ترسيخها في الوطن العربي.
- د- الخروج ببعض التوصيات العملية، والتي من شأنها توحيد جهود العالم العربي في ابتكار وسائل إعلامية جديدة تستطيع بها التصدي لكل الحملات الإعلانية الجائرة ضد القيم الإيجابية الأصيلة بعامة، والتأكيد على بعض القيم الاجتماعية السياسية الإيجابية بخاصة.

### ٣) الأهمية العلمية والعملية للورقة البحثية :

#### أ- الأهمية العلمية :

- على الرغم من وجود بعض المؤلفات، والدراسات التي تعنى بوسائل الإعلام الجديدة، وانتشارها، وتأثيراتها في العالم العربي، إلا أن الدراسات العلمية التي تعنى بالتأثيرات التي تلعبها تلك الوسائل في تشكيل القيم الاجتماعية السياسية أو التأثير عليها في المجتمعات العربية تظل قليلة ومتواضعة، وبالتالي تُعد هذه الورقة البحثية إحدى الإضافات النظرية المتواضعة التي يمكن أن تضاف ضمن الأعمال البحثية المرتبطة بعلم الاجتماع بعامة، وعلمي الاجتماع الإعلامي، والاجتماع السياسي بخاصة.
- إن هذه الورقة البحثية تكتسب أهميتها العلمية من خلال استخدام مفهوم "القيم الاجتماعية السياسية" Socio-Political Values، فبالرغم من تناول الكثير من الدراسات لمفهوم القيم بعامة، والقيم الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية ... إلا أن هذا المفهوم المتداخل نادر الاستخدام في بحوث القيم (على حد علم الباحث).
- أن دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد وبعض القيم الاجتماعية السياسية يرتبط بشكل كبير بالدراسات المستقبلية؛ حيث إن تحديد القيم وما يرتبط بها من أهداف أصبحت خطوة أساسية من الخطوات المنهجية للبحث المستقبلي، كما أن قيام علم المستقبل، أو إجراء بحوث ودراسات عن المستقبل تتطلب دراسة تغير القيم، والتنبؤ بالقيم التي ستسود في المستقبل، وهذا ما حثَّ بعض العلماء إلى القول بأن صدق علم المستقبل يتوقف على اكتشاف وسائل تدمج البعد القيمي كبعد أساسي في منهجية البحث المستقبلي<sup>(١)</sup>.

(١) ناهد صالح: "البحث العلمي الاجتماعي في قضاياها ومناهجها"، المركز القومي للبحوث الاجتماعية

## ب- الأهمية العملية :

لا شك أن البحوث المثمرة هي التي يكون لها تطبيقات عملية، ومن ثم تستمد الورقة البحثية الراهنة أهميتها العملية من خلال:

- تحاول هذه الورقة البحثية تقديم وصف مورفولوجي لحالة البث الفضائي العربي، ومن ثم استخلاص السمات، والخصائص للوضع الراهن للإعلام العربي الفضائي، وهذا الأمر قد يساعد في تحسين رسم خريطة مستقبلية للبث الفضائي العربي، يمكن معها تغليب جانبي المحتوى، والمضمون على الجانبين الشكلي، والتقني المغايرين - في معظمهما- لهويتنا العربية، ويضران بمنظومة القيم، واللذين يسيطران - حالياً - على معظم الفضائيات، كأحد أشكال الإعلام الجديد.
- يمكن أن يفيد موضوع الورقة البحثية الراهنة في دعم المحور الاستراتيجي للثقافة الذي تبنته "وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري" في إستراتيجيتها للتنمية المستدامة لمصر حتى عام (٢٠٣٠)، والذي يصبو إلى "بناء منظومة قيم ثقافية إيجابية في المجتمع المصري تحترم التنوع والاختلاف وعدم التمييز.." (١)، وذلك من خلال تقديم عمل علمي يوضح أهم القيم الاجتماعية السياسية الأكثر انتشاراً في الدول العربية - ومن بينها مصر - وتداعيات تأثير الإعلام الجديد عليها، ومن ثم التصدي للتأثيرات السلبية الجائرة ضد منظومة القيم الإيجابية في المجتمع المصري.
- تحاول هذه الورقة البحثية أن تقدم شيئاً ذا دلالة من خلال اقترابها من ديناميات الحياة من خلال دراسة القيم في الواقع المعاش في ظل التغيرات المجتمعية التي أعقبت أحداث ما سُمي بـ "الربيع العربي" التي اجتاحت الوطن العربي منذ نهاية عام (٢٠١٠)، وتواصلت طوال عام (٢٠١١)، ولا تزال فعاليتها ونتائجها مستمرة في عدد من الدول العربية إلى يومنا هذا، ومن ثم التعرف على أهم القيم الاجتماعية السياسية التي يجب على النظام السياسي بثها وتأكيدھا في نفوس أعضاء المجتمع؛ لإبراز هوية المجتمع، وتحقيق الاستقرار بين مختلف فئاته، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى انعكاس تلك القيم على الشعور بالهوية الوطنية، والانتماء للوطن، والمساهمة في إعداد الفرد تجاه المشاركة السياسية داخل المجتمع.

(١) وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري: "إستراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر (٢٠٣٠)"،



#### ٤) التعريفات الإجرائية للمفاهيم :

##### أ) الإعلام الجديد :

ويُقصد به في الورقة البحثية الراهنة "ذلك الإعلام الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال، وأدوات البث الجديدة الفضائية، سواء مع أجهزة الكمبيوتر، وشبكاته، وأجهزة الهاتف المحمول (الانترنت)، أو مع أجهزة التليفزيون الرقمي (الفضائيات)، وما ينتج عن ذلك التزاوج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي التقليدي بما يسمح للفرد العادي توصيل رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي".

##### ب- القيم الاجتماعية السياسية :

ويُقصد بها في الورقة البحثية الراهنة "مجموعة من الاتجاهات المعيارية لدى الفرد في المواقف الاجتماعية، فتحدد له أهدافه العامة في الحياة، وتتضح من خلال سلوكه العملي أو اللفظي، ويكون هذا السلوك نابعا من تأثير الفرد بالسياق الاجتماعي المحيط به".  
وسيقوم الباحث بتحديد بعض من تلك القيم من خلال استنطاقها من بعض أدبيات التراث البحثي التي عُنيت بقضايا الإعلام والقيم، وفي الوقت نفسه تمثل بعض دول الوطن العربي.

#### ٥) منهجية الورقة البحثية :

تعتمد الورقة البحثية على المنهج الوصفي، التحليلي الذي ينطلق من قراءة المصادر الثانوية ذات الصلة، والأدبيات البحثية (الميدانية والنظرية) المتوفرة في مجال موضوع هذه الورقة؛ لاستنطاق أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تناولتها، ومن ثم خضوعها للتحليل النظري؛ لذلك فإن الجزء القادم من هذه الورقة يمثل أهمية كبيرة؛ ليس فقط لأنه سيعرض لأهم أدبيات التراث البحثي السابقة المرتبطة بالموضوع ، ولكن أيضاً لأنه سيتم الاعتماد عليه في استنطاق أهم القيم الاجتماعية السياسية التي سنخضع للتحليل.

## ٦) الدراسات السابقة:

١. يأتي في مقدمة هذه الدراسات ما قدمه "الكندي"<sup>(١)</sup> بهدف تشخيص وتحليل نقدي للتغيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة في العالم العربي، وخاصة الانترنت والفضائيات الخاصة على القيم الثقافية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي ينطلق من قراءة المصادر، والأدبيات العلمية المتوافرة في مجال الدراسة، وقد استخلصت دراسته أن أهم القيم الثقافية التي رسختها وسائل الإعلام الجديدة في العالم العربي هي: حرية التعبير، والحوار، والتسليية وتسليع المنتج الإعلامي والمتاجرة به كقيم ثقافية.
٢. قدم "ناصف"<sup>(٢)</sup> دراسته بهدف التعرف على التأثيرات المختلفة للقنوات الفضائية علي منظومة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية قوامها (٣٢٠) طالباً وطالبة يدرسون بثماني كليات بجامعة عين شمس، أربع منها كليات عملية وهي: الطب، والهندسة، والعلوم، والحاسبات، والأربع الأخرى نظرية وهي: الآداب، والتربية، والتجارة، والحقوق، وذلك بواقع (٤٠) طالباً وطالبة من كل كلية. ولقد كشفت النتائج عن الإقبال الشديد من قبل الشباب - خلال السنوات الأخيرة - على متابعة البرامج الدينية بالفضائيات، مما يؤكد على أن التغيرات الثقافية، والاجتماعية، والتحويلات التي يشهدها المجتمع المصري تؤثر بشكل واضح في مستوى وعي الشباب، ومن ثم توجهاتهم القيمية، والسلوكية، كما جاءت القيم الإسلامية: كالعدل، والوفاء، والأمانة، والصدق، واحترام الوالدين في المرتبة الأولى بالنسبة للفضائيات العربية، في حين جاءت قيم: الصدق في نقل الأخبار، والحوار، واحترام الآخرين، والبساطة، وعدم التبذير من أهم القيم الإيجابية التي تقدمها الفضائيات الأجنبية.

(١) عبدالله خميس الكندي: "تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الثقافية في العالم العربي: إطار تحليلي نقدي لتحديد التأثيرات وكيفية دراستها"، حويات جامعة الجزائر، العدد (٢٣)، ٢٠١٣.

(٢) سعيد ناصف: "تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية: دراسة اجتماعية ميدانية"، النور، القاهرة، فبراير ٢٠٠٧.

٣. استهدفت دراسة "الخضر"<sup>(١)</sup> التعرف على دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية التي يجب أن يتحلى بها الفرد، واعتمدت الباحثة في إجراء دراستها على المنهجين: التاريخي، والوصفي؛ حيث اتبعت المنهج التاريخي للتعرف على نشأة التلفزيون، وتطوره، وظهور الأقمار الصناعية، كما اتبعت المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على البرامج التي تتناول في مادتها القيم الإسلامية، ومدى تأثيرها، وترسخها لدى أفراد المجتمع السوداني، وذلك تحديداً في الفترة (٢٠١٣-٢٠١٤) بالتطبيق على قناة طيبة الفضائية، وقامت الباحثة بمقابلات مع عدد من المبحوثين العاملين بالقناة، بلغت (١٠) مقابلات. وقد استخلصت دراستها أن الفضائيات لها دور كبير في ترسيخ القيم الإسلامية، خاصة إذا التزم العاملون بها بالحياد في طرح المادة الإعلامية الإسلامية الصحيحة من غير تعصب لجهة، أو فرقة معينة، وبما تطرحه من مادة إعلامية تؤكد على قيم التعددية والتنوع في مخاطبة عقل الفرد.

٤. وعن تأثير الإنترنت على القيم الأخلاقية جاءت دراسة "عبد الغني"<sup>(٢)</sup> والتي أجريت على عينة قوامها (٤٠٠) من طلاب الجامعات المصرية بواقع (١٠٠) طالب لكل جامعة من جامعات القاهرة، والمنصورة، والأزهر، والجامعة الأمريكية، حيث طبق معهم الباحث أداة الاستبيان، ومقياساً للقيم الإسلامية مثل: تقوى الله، وإتقان العمل، وأداء الأمانة، وحفظ أسرار الآخرين، وإمالة الأذى عن الطريق، وكشفت النتائج عن أن (٧٤%) من العينة يرون أن مخاطر الإنترنت على الشباب هي: إدمان المواقع الإباحية، واكتساب قيم جديدة منافية للدين، كالتطرف والغلو فيه، والانغلاق الفكري وعدم الحوار، وإقامة علاقات مشبوهة، وطبع أفلام الجنس، وتداولها بين الشباب، والشذوذ الجنسي والأخلاقي، وإدمان المخدرات، واعتناق الآراء الدينية المتطرفة، وترك الفروض والعبادات والشعائر الدينية.

(١) أميره محمد الخضر: "دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية بالتطبيق على قناة طيبة الفضائية خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٤)"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة الرباط الوطني، السودان، ٢٠١٥.

(٢) أمين سعيد عبد الغني: "تأثير الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي"، (في): "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق"، المؤتمر العلمي التاسع، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣.

٥. حاولت دراسة "بومدين"<sup>(١)</sup> التعرف على الآثار التي يتركها الانترنت على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الحضري، وتحديدًا قيم السلطة الوالدية، وحرية التعبير عن الرأي، والعلاقات القرابية، وكذلك أثر الانترنت على قيم الانتماء، والاندماج الاجتماعي في المجتمع الجزائري. وفي سبيل تحقيق أهداف دراسته اعتمد على أسلوب العينة العشوائية بمدينة "المسيلة" الجزائرية، وتحديدًا أربعة نوادٍ لمستخدمي الانترنت بالمدينة، وبلغ قوامها (١٢٠) مفردة، استخدم معهم الباحث صحيفة الاستبيان بالمقابلة، هذا بجانب إجرائه بعض المقابلات مع أصحاب نوادي الانترنت في المدينة، وقد توصلت نتائج دراسته إلى أن تكوين علاقات مع أشخاص جدد عبر الانترنت يؤدي إلى تراجع نسبي في العلاقات الأسرية، هذا بجانب تبني الأفراد لقيم الاستقلالية وحرية التعبير، وأن الارتباط الدائم مع الأشخاص المتعرف عليهم عبر الانترنت يقلل من تبادل الزيارات بين الأقارب، كما استخلصت نتائج الدراسة أن الانشغال بالأفكار التي ينشرها الانترنت عبر مواقعه يؤدي في كثير من الأحيان الى الانحراف الفكري، والبعد عن الاعتدال والوسطية، هذا بجانب أن الإدمان على الانترنت يؤدي إلى العزلة عن الآخرين، وتراجع قيم الانتماء.

٦. وتساءل "عراي"<sup>(٢)</sup> في دراسته عما إذا كان للعولمة تأثير على الثقافة الدينية للشباب؟ وهل تراجعت القيم الدينية كمرجعية لأفعال الشباب؟ وللاجابة على هذين التساؤلين قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة من الشباب المصري تقع في الفئة العمرية (١٨-٣٥) سنة، وموزعة على أربعة مناطق هي: قرية "ميت بره" التابعة لمركز قويسنا - محافظة المنوفية، ومدينة قويسنا، وحي "السيدة زينب"، وحي "مصر الجديدة" بمحافظة القاهرة.

(١) مخلوف بومدين: "أثر الانترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري: دراسة ميدانية ببعض نوادي الانترنت بمدينة المسيلة"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، ٢٠١٠.

(٢) محمود السيد عراي: "تأثير العولمة على ثقافة الشباب المصري: دراسة ميدانية لعينة من الشباب في سياقات اجتماعية متباينة"، رسالة دكتوراه "غير منشورة"، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠٤.

وأوضحت النتائج أن العولمة أثرت على القيم الإسلامية تأثيراً سلبياً، حيث تراجعت بعض القيم مثل: العفة، والإخلاص، والأمانة، والصدق، وصلة الرحم، والإحسان إلى الجار، وبر الوالدين، وإكرام الضيف، كما أدت العولمة إلى انتشار عدد من سمات الثقافة الغربية المضادة للدين، ومن أهمها: زيادة الإباحية بين الشباب، سواء في القول، أو الفعل، وانتشار الزواج العرفي، وتشبه الشباب المصري بالشباب الأجنبي في المظهر، والسلوك بشكل لا يتفق مع الدين، أو الأخلاق، ومشاهدة الأفلام الجنسية من خلال الفضائيات والإنترنت، هذا بجانب بروز قيم أخرى، كتنقيب الرأي الآخر من خلال إجراء الحوارات المتبادلة.

٧. وعن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في عملية التغيير السياسي جاءت دراسة "بلونيس"<sup>(١)</sup> التي استهدفت أيضاً التعرف على تأثير هذه الوسائل على عملية المشاركة السياسية، من تعبير عن الرأي، وتشكيل الأحزاب، والتحفيز للانتخابات. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها: أن وسائل الإعلام، والاتصال الجديدة أضحت هي المتحكمة بالرأي العام، سواء المحلي، أو الدولي، كما أنها أكثر وسيلة فعالة في تعبئة الجماهير حتى أنها فاقت الخطاب السياسي المباشر. كما أن وسائل الإعلام، والاتصال الجديدة تعد آلية تحفيز قوية نحو المشاركة السياسية المحلية من خلال خلق فضاء واسع للتعبير عن الرأي، ومناقشة الآراء السياسية المختلفة التي لم تجد صدى للأخذ والرد فيها قبل انتشار هذه التقنيات الاتصالية الجديدة خاصة في الدول ذات الأنظمة الشمولية، بالإضافة إلى استغلالها في الدعوة إلى تشكيل الأحزاب وجمع أكبر عدد ممكن من المنخرطين من خلال نشر الأفكار، والإيديولوجيات، وإيجاد نقاط مشتركة تجمع بين الأفراد، أما الانتخابات باعتبارها شكلاً من أشكال المشاركة السياسية فهي أيضاً تستغل وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لصالحها من خلال ما وفرته من كسب في الوقت وسرعة في الاتصال؛ حيث إن دور هذه الوسائل في العملية الانتخابية يكمن في جمع أكبر عدد ممكن من الأصوات بالإضافة إلى الاقتراع الإلكتروني الذي يسهل العملية بأكملها. أما النتيجة الأخرى فهي أن هذه الوسائل الاتصالية الجديدة فتحت المجال للأنشطة الإرهابية المتطرفة بالظهور والنقشي، وهناك عدم قدرة على التحكم في هذه الأنشطة الإرهابية أو الحد منها.

(١) شيماء بلونيس: "دور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، ٢٠١٥.

٨. واستهدفت دراسة "عصام"<sup>(١)</sup> تتبع مواقع تبادل الحوار الحر للمعلومات، والآراء، والأفكار العربية عبر الانترنت، وقد كشفت النتائج أن القضايا الدينية تُعد أكثر ما يشغل اهتمام المتعاملين مع مواقع الحوار العربي عبر الانترنت، يليها القضايا السياسية.
٩. كما استهدفت الورقة البحثية لـ "حارص"<sup>(٢)</sup> بناء أساس نظري لموضوع قياس أثر الإعلام المقروء على القيم بالوطن العربي، مما يسهم في فتح المجال لدراسات تطبيقية عديدة مرتبطة بالتغيرات القيمية التي هزت أركان الوطن العربي بعد عام (٢٠١١).
- ولتحقيق هذا الهدف ناقشت الدراسة أربعة محاور رئيسة تتعلق بكيفية قياس الأثر، ومعالم خريطة القيم التقليدية، والحديثة، ومظاهر تأثير القيم بالإعلام المقروء، ورصد القيم الأكثر تأثيراً في المرحلة الراهنة، وقد اعتمدت الورقة البحثية بشكل أساسي على مسح الدراسات، والمقالات المتصلة بالموضوع قبل وبعد عام (٢٠١١)، وتوصلت إلى إمكانية قياس أثر الإعلام في منظومة القيم من خلال ثمانية مداخل، هي: الدوافع، الاحتياجات، الاتجاهات، العادات والتقاليد، الأعراف، المعتقدات، السلوك، الثقافة، ورصدت الورقة عدة مظاهر تتأثر بها القيم بدءاً من عملية تشكيلها، ونقلها، وترتيبها، وإكسابها ضمن عملية التنشئة الاجتماعية، ومروراً بإحداث الصراع القيمي على مستوى الأفراد، والمجتمعات، وانتهاءً بعملية تغيير القيم، ونشر القيم الجديدة. وأكدت الورقة بروز قيم بعينها تأثرت بفعل السيولة الصحفية الإعلامية والتكنولوجية التي شهدتها بلاد الوطن العربي بعد عام (٢٠١١)، وبدت على أنها سياسية، ولكنها انعكست على الحياة الاجتماعية بشكل عام، من أهمها: قيمة التسامح في مقابل قيمة التعصب، قيمة الاعتدال في مقابل قيمة التطرف، قيمة الحوار في مقابل قيمة المناورة، قيمة الحرية في مقابل الكبت، قيمة المشاركة في مقابل قيمة اللامبالاة والسلبية، قيمة المواطنة في مقابل قيمة التمييز.

(١) عصام نصر سليم: "حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الانترنت: دراسة تحليلية"، (في): مجموعة من أساتذة الجامعات المصرية: "كتابات اجتماعية معاصرة مهداة للأستاذ الدكتور السيد محمد بدوي"، محمد سعيد فرح (محرر)، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.

(٢) صابر حارص محمد: "أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، السنة السادسة، العدد (١٩)، ٢٠١٨.

## موقف الورقة البحثية من الدراسات السابقة:

يتضح من خلال العرض السابق لعدد من الدراسات السابقة أن هناك العديد من الملاحظات، أهمها :

١- عبّرت معظم هذه الدراسات عن "الإعلام الجديد" بكل ما له علاقة بـ "الانترنت"، وهذا ينافي المعنى الصحيح للإعلام الجديد؛ فالإعلام الجديد ليس انترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كلياً عن المبادئ التي تقوم عليها تكنولوجيا الإنترنت، وهذا ما ستحاول أن توضحه وتضيفه الورقة البحثية الراهنة.

٢- تناولت الدراسات السابقة العلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد ووسائله، وبين العديد من القيم، مثل "القيم الاجتماعية"، مثل دراسة كل من "ناصف"، و"يومدين"، و"القيم الثقافية"، مثل دراسة "الكندي"، و"القيم الاخلاقية"، مثل دراسة "عبد الغني"، و"القيم الدينية"، مثل دراسة "عربي"، و"القيم الإسلامية"، مثل دراسة "محمد الخضر"، ولم تتناول العلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد والقيم الاجتماعية السياسية، خاصة وأن القيم الاجتماعية والسياسية بينهما تتداخل شديداً؛ فمعظم القيم السياسية لها أبعاد اجتماعية خالصة، وهذا ما ستحاول أن توضحه وتضيفه الورقة البحثية الراهنة.

٣- استخلصت نتائج الدراسات السابقة العديد من القيم الاجتماعية، و"القيم الثقافية"، و"القيم الدينية" ... وكان من بين تلك القيم : قيمة "حرية التعبير" كما في دراسة كل من "الكندي"، و "يومدين"، و"حارص"، وقد صنفتها الدراسة الأولى على أنها قيمة ثقافية، في حين صنفتها الدراسة الثانية على أنها قيمة "اجتماعية"، وصنفتها الدراسة الثالثة على أنها قيمة "سياسية"، وقيم "التعددية والتنوع"، كما في دراسة كل من "محمد الخضر"، و "الكندي"، وقد صنفتها الدراسة الأولى على أنها قيمة إسلامية، في حين صنفتها الدراسة الثانية على أنها قيمة "ثقافية"، وقيمة "الحوار" كما في دراسة كل من "ناصف"، و "حارص"، وقد صنفتها الدراسة الأولى على أنها قيمة اجتماعية، في حين صنفتها الدراسة الثانية على أنها قيمة "سياسية"، إلا أن الورقة الحالية صنفت تلك القيم على أنها قيم اجتماعية سياسية؛ نظراً للتداخل والارتباط الشديدين بينهما، للدرجة التي يصعب معها الفصل بينهما، هذا بجانب طبيعة تلك القيم نفسها التي تجعلها تبدو قيماً سياسية من الدرجة الأولى، ولكن في الوقت نفسه لها أبعاد اجتماعية خالصة.

وعلى هذا تكون القيم الاجتماعية السياسية للورقة البحثية الراهنة التي تم استنتاج بعضها من نتائج بعض أدبيات التراث البحثي، والتي ستخضع للتحليل، والتعرف على تأثير الإعلام الجديد عليها، خاصة بعد أحداث عام (٢٠١١) في الوطن العربي هي: "قيمة حرية الرأي والتعبير"، "قيمة التعددية"، "قيمة الحوار".

## المحور الثاني

### الإطار النظري للورقة البحثية

#### (١) الإعلام الجديد وتوصيف واقعه في الوطن العربي :

##### أ- مفهوم الإعلام الجديد :

"الإعلام" لغة مصدر لفعل "أعلم"، وهو فعل رباعي، و"أعلم" من العلم، هو إدراك الشيء على حقيقته، و"أعلمته" و"علمته" في الأصل واحد، إلا أن "الإعلام" اختص بما كان من أخبار سريعة، و"التعليم" اختص بما يكون، بتكرير، وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم<sup>(١)</sup>، فبذلك يكون "الإعلام" مصدره "علم"، وهو نقيض الجهل، فيقال: "استعلم لي خبر فلان، وأعلمنيه حتى أعلمه"، و"استعلمني الخبر، فأعلمته إياه"<sup>(٢)</sup>، فهو يشير إلى حصول حقيقة العلم؛ أي معرفته للمستعلم، وهو المتلقي.

و"الإعلام" مصدره "علم"، وهو يدل على أثر الشيء يتميز به عن غيره، ومن ذلك "العلامة" وهي "معروفة"، فيقال: "علمت على الشيء علامة"، ويقال: "أعلم الفارس إذا كانت له علامة في الحرب" و"العلم": "الرؤية"، والجمع "أعلام" و "الإعلام" كذلك في اللغة: "التبليغ"، فيقال: "بلغت القوم بلاغاً؛ أي أوصلتهم الشيء المطلوب"، وفي ذلك قال سبحانه وتعالى في محكم آياته وتنزيله: **وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ**<sup>(٣)</sup>.

(١) الراغب الأصفهاني (أبو القاسم الحسين بن محمد): "المفردات في غريب القرآن"، (تحقيق): صفوان

عدنان الداودي، دار القلم، دمشق، ١٩٩٢، ص ٥٨٠.

(٢) ابن منظور: "لسان العرب"، (تحقيق): عبد الله على الكبير وآخرون، دار المعارف، القاهرة، بدون

تاريخ، ص ٤١٨.

(٣) سورة القصص، الآية (٥١).



والإعلام بهذا الأصل اللغوي هو إحاطة الغير علماً بشيء، ليدرك حقيقته، والاطلاع عليه، وتعميمه بين الناس، فالإعلام بهذا المعنى اللغوي ينطوي على الكشف عن المعلومات، والمعارف، والاتجاهات، وإبرازها للناس<sup>(١)</sup>، وهذا الأصل اللغوي مطابق لمفهوم الإعلام في العصر الحاضر.

وقد شاع مفهوم "الإعلام" بـ "الإخبار"، غير أن هناك فرقاً بينهما؛ فالإخبار لا يتجاوز تبليغ خبر معين في الوقت الذي يتجاوزه الإعلام، ويضيف إلى معنى الإعلام معنى الإخبار أيضاً<sup>(٢)</sup>. وبذلك يشير المفهوم اللغوي لمصطلح "الإعلام" بمعناه الواسع، والشائع، نقل الأخبار، وقد اتسع نطاقه ليصبح: "نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة بهدف التقرير والإقناع"، وإلى جانب الدقة التي اشتراطها هذا المفهوم في الحقائق، والمعلومات، فقد أشار إلى أن هدف الإعلام من ذلك هو الإقناع، والتقرير، دون أن يحدد المفهوم ماهية التقرير، وكيفية الإقناع<sup>(٣)</sup>.

أما مصطلح "الإعلام الجديد" New Media فيشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي، وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتليفزيون الرقمي، والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية، والنقالة، بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات، والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع "الكمبيوترات" - على نحو ما - تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence؛ إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو، في الوقت الذي يمكن فيه أيضاً معالجة النصوص، وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر<sup>(٤)</sup>. ويعرفه قاموس الحوسبة "Computing Dictionary" على أنه: "الطرق الجديدة في الاتصال،

(١) حنان على أحمد: "الإعلام الإسلامي: مفهومه وخصائصه"، مجلة طريق العلوم التربوية والاجتماعية (Route

Education and Social Science Journal)، المجلد (٥)، العدد (١)، ٢٠١٨، ص ٩٣١.

(٢) سيد محمد ساداتي الشنقيطي: "وظيفة الإخبار في سورة الأنعام"، سلسلة دراسات في الإعلام

الإسلامي والرأي العام، مركز الدراسات والإعلام، دار إشبيلية، الرياض، ١٩٩٧، ص ٢٩.

(٣) محمود محمد سفر: "الإعلام موقف"، الكتاب العربي السعودي، رقم (٦٣)، تامة، المملكة العربية السعودية، ١٩٨٢، ص ٢١.

(٤) عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، بحث متاح في:

[www.dopdfwn.com/cocnoscana/scanonanya/pdf-books-org-DSNp6.pdf](http://www.dopdfwn.com/cocnoscana/scanonanya/pdf-books-org-DSNp6.pdf).

Accessed on: 1-11-2019

في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع، والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد، والمجموعات بإسماع صوتهم، وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع<sup>(١)</sup>.

ويعرفه كل من "باري اكسفورد" B. Axford و "ريتشارد هايجنز" R. Huggins على أنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي، والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة، والأقراص الرقمية متعددة الاستخدامات (D.V.D) Digital Versatile Disc وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت"<sup>(٢)</sup>. وفي تعريف مشابه يشير "بنهال" <sup>(٣)</sup> إلى "الإعلام الجديد" على أنه: "الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من الاجتماع على شبكة الإنترنت، واقتسام السلع والخدمات، وبيعها وتبادلها، إنها تسمح للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم، وفي العالم، ويستعمل تعبير الإعلام الجديد في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، التي تشير إلى أشكال التواصل السابق على الإعلام الجديد".

ويعرفه كل من "وايسر" L. Weiser، و "فريدمان" <sup>(٤)</sup> H. Friedman على أنه: "ذلك الإعلام الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال، والبيث الجديدة، والتقليدية مع الكمبيوتر، وشبكاته، وتعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص، والصور المتحركة، والثابتة، والأصوات".

(1) The Free Dictionary By Farlex: "New media: Encyclopedia article by The Free Dictionary", 2019,

Available at: <https://encyclopedia.thefreedictionary.com/new+media>,  
Accessed on: 1-12-2019.

(2) Barrie Axford and Richard Huggins: "New Media and Politics", SAGE Publications, London, 2001, pp. 10-11.

(٣) محمد بنهال: "الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات

والاتجاهات العالمية والعربية"، مجلة المستقبل العربي، السنة (٣٤)، العدد (٣٩٦)، ٢٠١٢،

(4) Linda Weiser Friedman and Hershey H. Friedman: "The New Media Technologies: Overview and Research Framework", SSRN Electronic Journal, April 2008, pp. 1-3.

Available at : <https://www.researchgate.net/publication/228193979>.

Accessed on: 8-12-2019.

ويتضح من خلال العرض السابق لمجموعة التعريفات - الموجزة - للإعلام الجديد استحالة وضع تعريف شامل له؛ لعدة أسباب : تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل، والتطبيقات، والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي، وإذا ما أردنا وضع تعريف لـ"الإعلام الجديد" بناءً على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم من هذا المدخل تحديداً، كما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناءً على مجموعة الخصائص التي تميز "الإعلام الجديد" فهناك شبه اتفاق على جملة خصائص يتصف بها هذا الإعلام، سنفصل لها لاحقاً.

ولكن يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة "الجدة" يمكن استقراؤها من أن "الإعلام الجديد" يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال، والتكنولوجيا، والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية، والتخصيص، وهما تأتيان كنتيجة لميزة رئيسة هي "التفاعلية"، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري، والإعلام واسع النطاق، فإن الإعلام الشخصي، والفردى هو إعلام القرن الجديد، فالإنترنت يُعد واحدة من أدواته جعلت في مقدور أي إنسان البحث عن الأغنية، والبرنامج التلفزيوني، والفيلم السينمائي، والمعلومات الصحفية، والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد. ولكننا يجب أن نتفق على أن الإعلام الجديد ليس إنترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كلياً عن المبادئ التي تقوم عليها تكنولوجيا الإنترنت، فالإعلام الجديد يستبطن عدداً من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من : نص، وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر، والشبكات المبكرة، إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الإنترنت.

ونخلص هنا بالتأكيد إلى مجموعة من الخصائص، والمميزات التي يتمتع بها "الإعلام الجديد" عما سبقه، وهي تتمثل في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، والتلفزيون الرقمي، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبنى هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية، وحالات التفاعلية،

وتطبيقات الواقع الافتراضي، وتعددية الوسائط، وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية، والحدود الدولية<sup>(١)</sup>.

وعن أسباب ظهور الإعلام الجديد، فلا شك أن ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، وأن من أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها والتشارك في مضامينها، الأمر الذي أدى إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين هما:

- الإعلام التقليدي: الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.
- الإعلام الجديد: الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت، والهاتف الجوال<sup>(٢)</sup>.

وبصفة عامة يمكن حصر العديد من الأسباب الداعية إلى ظهور الإعلام الجديد في النقاط الموجزة التالية<sup>(٣)</sup>:

- التطور التكنولوجي الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتزاوج التقنية بالمفاهيم الاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع ساعد على تطور الإعلام الجديد.
- عدم قدرة وسائل الإعلام السائدة على خدمة احتياجات جماهيرها؛ حيث يقدم الإعلام الجديد تعددية الأشكال، والمضامين أكثر مما تنتجه وسائل الإعلام السائدة.
- قدرة وسائل الإعلام الجديد على الانتشار، حيث يتيح للأشخاص أن يمتلكوا أدوات بسيطة، يمكن من خلالها إرسال رسالتهم إلى الآخرين.
- ديناميكية وسائل الإعلام الجديد، وقدرتها على التنقل، مثل الحاسب المتنقل، والهاتف الجوال، وتمكنها من الاستفادة من الشبكات اللاسلكية، مثل خاصية الواي فاي (WI-FI).

(١) عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص ٨.

(٢) فهد بن عبد الرحمن الشميمري، مرجع سابق، ص ١٨٢.

(٣) كوثر علوب محمد: "الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية: دراسة على قيمة التكافل في السودان"، رسالة دكتوراه "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، ٢٠١٧، ص ١١١.

ولقد تعددت أسماء الإعلام الجديد، ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء: **الإعلام الرقمي**: لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي، وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الكمبيوتر، و**الإعلام التفاعلي**: طالما توافرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت، والتلفزيون، والراديو التفاعليين، وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية، و**الإعلام الشبكي**: على خطوط الاتصال، بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات، و**الوسائط السيبرونية أو السيبرانية** Cyber Media (من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي "ويليام جيبسون" في روايته التي أصدرها عام 1984)، و**إعلام المعلومات**: للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور التكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها، و**إعلام الوسائط المتعددة**: حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو<sup>(١)</sup>.

ويمكن تقسيم الإعلام الجديد بصفة عامة إلى أربعة أقسام: الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، والإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، ونوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب، والإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكيًا، أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها وتشمل العروض البصرية، وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية وغيرها<sup>(٢)</sup>.

وبصفة عامة، وبعد هذا العرض يمكن أن نطلق مصطلح "وسائل الإعلام الجديد" على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة، كالحاسوب، والهواتف الذكية، والشبكات (بما فيها الفضائيات)، والوسائط المتعددة<sup>(٣)</sup>، فهي الوسائل التي نشأت في

(١) نسرين حسونة: "الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف"، شبكة الألوكة الثقافية،

٢٠١٤، ص ٣، متاح في:

www.alukah.net/w/ture/o/67973/. Accessed on: 10-11-2019.

(٢) المرجع السابق.

(٣) نسرين حسونة، مرجع السابق.

ظل البيئة الرقمية، حيث تتميز بالتفاعل، والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا<sup>(١)</sup>، وقد ورد تعريفها في "الموسوعة الإعلامية" بأنها: "الأدوات، والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال، وتتمثل هذه الأدوات أساساً في الحاسبات الإلكترونية"<sup>(٢)</sup>، وتحدد وسائل الإعلام الجديد في العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر، هي: الكمبيوتر، الشبكات، والوسائط المتعددة<sup>(٣)</sup>.

## ب- توصيف واقع الإعلام الجديد في الوطن العربي :

ستلتزم الورقة البحثية بتوصيف واقع كل من البث الفضائي والانترنت في الوطن العربي، ويمكن تناول ذلك على النحو الآتي:

تشير الإحصاءات الصادرة عن "اتحاد إذاعات الدول العربية لعام (٢٠١٦)"<sup>(٤)</sup> - وهو أحدث تقرير صُدر حتى الآن لاتحاد إذاعات الدول العربية - كما هو موضح في جدول (١)، عن وجود ما لا يقل عن (١١٢٢) قناة تليفزيونية تُبث، أو يُعاد بثها على الأقمار العربية، والدولية، منها (١١١٤) قناة عربية عمومية، وخاصة، و(٨) قنوات أجنبية تبث بالعربية، أو غيرها من اللغات، منها (٣٦) هيئة حكومية، و(٦١٣) هيئة خاصة، وتستخدم هذه الهيئات (١٧) قمرًا صناعيًا، بما فيها سواتل عربية : "تايل سات"، و"عربسات".

ويفيد التقرير أن هذه القنوات موزعة على تخصصات متعددة، تأتي في مقدمتها "القنوات الجامعة" ذات البرامج المنوعة (موسيقى، ومنوعات....) بمجموع (٢٥٢) قناة، ثم تأتي بعدها في المرتبة الثانية "القنوات الإخبارية" بمجموع (١٤٣) قناة، تليها مباشرة "القنوات الدينية" بمجموع (١٢٢) قناة، وهي نوعان: قنوات برامج دعوية سنوية، وشيعية، وقنوات تبشيرية مسيحية، تليها "قنوات الأفلام"، بمجموع (١٠٩) قناة، والتي يمكن أن نضيف إليها قنوات الدراما، والكوميديا، والمسلسلات العربية، والمبدلجة، أو في لغتها الأصلية، كذلك يوجد عدد هام، من القنوات الرياضية بعدد (٩٦) قناة.

(١) انظر: عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق، عمان، ص ٣٢: ٣٣.

(٢) انظر: محمد منير حجاب: "الموسوعة الإعلامية"، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٨٠٥.

(٣) شيماء بلونيس، مرجع سابق، ص ١٢.

(٤) اتحاد إذاعات الدول العربية: "البث الفضائي العربي: التقرير السنوي ٢٠١٦"، اللجنة العليا للتنسيق

بين القنوات الفضائية العربية، جامعة الدول العربية، تونس، ٢٠١٦، ص ١١-١٧.

جول (١) : يوضح توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص وفق أحدث إحصائيات "اتحاد إذاعات الدول العربية" لعام (٢٠١٦).

الهيئات العربية التي تدير قنوات فضائية هيئات حكومية	الهيئات العربية الخاصة	توزيع القضايات العربية بين المشفر والمفتوح		توزيع القضايات العربية بين المشفر والمفتوح قطاع خاص	توزيع القضايات العربية بين المشفر والمفتوح قطاع مفتوح	توزيع القضايات العربية بين المشفر والمفتوح قطاع عمومي	توزيع القضايات العربية بين المشفر والمفتوح قطاع مفتوح	القطاع الخاص	القطاع العمومي	أصناف القنوات
		بيت مشفر	بيت مفتوح							
٣٦	٦١٣	٢٣٨	٧١٨	٩	١٤٢	١٩٧	٥٥	١	١	جامعة
						٢٣	١	١	١	منوعات وترفيه
						٤٥	-	-	-	موسيقى
						٢٤	١	١	١	وثائقية
						-	١	١	١	محلية
						١٣٦	٧	٧	٧	إخبارية
						٦٠	١	١	١	إعلانات مختلفة
						١٠٩	١	١	١	أفلام/مسلسلات
						٤٠	٢	٢	٢	أطفال
						٤	-	-	-	اجتماعية
						١٣	١	١	١	اقتصادية وترويجية
						-	٢	٢	٢	برلمانية
						٢٠	-	-	-	مسابقات وألعاب
						٩	-	-	-	تراثية
						٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	تعليمية/توعوية
						١	-	-	-	تعارف
						١	-	-	-	تفاعلية
						٢	٥	٥	٥	ثقافية
						٩٦	٩	٩	٩	دينية إسلامية
						١٧	-	-	-	دينية مسيحية
						٤٧	٥	٥	٥	كوميديا/دراما
						٦	-	-	-	دراسة/شباب
						١٤	-	-	-	LifeStyle
						٦١	٣٥	٣٥	٣٥	رياضة
						١	-	-	-	صناعة السينما
						٢	-	-	-	شبابية
						٢	-	-	-	سياسية
						٤	١	١	١	صحة
						١	-	-	-	قلاحة
						٦	-	-	-	طبخ

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على: اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سابق، ص ١٢-٢٠.

وتظهر الأرقام تنامي "القنوات الدينية"، وهو واقع يمكن فهمه من خلال الأهمية التي أصبحت عليها النزاعات التي تغذيها التيارات الدينية السياسية، والتي برزت بجلاء أكثر بعد ظاهرة الحراك العربي، أو ما سُمي بالربيع العربي. ويتوجب الإشارة إلى أن كل القنوات الترويجية هي قنوات خاصة، وقنوات لا تتولى إنتاج ما تبثه بل تكتفي بترويجه، ويبقى عدد القنوات المختصة ذات المحتوى الإعلامي النوعي، والبناء - ترويجية، ثقافية أو اقتصادية كانت، - يبقى الحلقة الأضعف في دائرة البث الفضائي العربي، إذ لا يتعدى عددها بضعة عشرات من القنوات، ينتمي معظمها إلى القطاع العام، علماً أن جانباً من هذه القنوات يكون البث الأساسي لها بهدف ترويج الشعوبية، والسحر، ومداواة الأمراض المستعصية ومن بينها الأمراض النفسية، كما تعد من خلال بثها بحل كل "المشاكل" و"المعوقات" مثل العنوسة، و"قلة البخت". أما العدد الأوفر من القنوات التي تُبث في السماء العربية، وتُعد بالآلاف، فهي تقتقد إلى أي تصنيف، وتقتصر على عناوين ولافتات دون محتوى واضح، وتساهم في إطالة قوائم البث المنشورة من قِبل شركات البث الفضائي، دون تقديم أية مادة إعلامية ذات معنى وفحوى وأهداف. والسمة العامة لهذا المشهد، أولاً هو تقلص موقع القنوات العمومية العربية لفائدة القنوات الخاصة والدولية الموجهة إلى المنطقة العربية، ويشير الإحصاء إلى وجود قرابة (١٤٦) قناة عمومية عربية مقابل (١٠٥٧) قناة خاصة ودولية، وهو ما يعمق "تهميش الإعلام العمومي"، ذي رسالة الخدمة العامة، في فضاء اتصالي يطغى عليه بصفة متصاعدة منطقتي التجارة، والريحية، وتُعَمّ فيه قنوات دولية متعددة المشارب. وتحمل هذه الأرقام دلالات واضحة عن الخلل الهيكلي الأبرز للمشاهد الإعلامي للبث الفضائي العربي، والذي أدى إلى هشاشة محتوى الرسالة الإعلامية في منطقتنا.

وما يثير القلق أيضاً عند قراءة المشهد، هو تقلص مكانة المجموعات الخاصة للبث الفضائي أمام زحف القنوات المنفردة، والتي تقتقد إلى أي هيكل مؤسستي يوفر لها مضموناً إعلامياً واضح المعالم. ونستنتج أيضاً من خلال قراءة المشهد، وضعف، وتشويش الرسائل الإعلامية التي تميز المحتوى العام للبرامج التي تبث باللغة العربية، إذ لا يمكن إعطاء محتوى وتوجّه محدّد لمضمون مئات القنوات العمومية والخاصة. كما تعكس الإحصاءات السابقة العديد من الحقائق المؤسفة؛ حيث يتسم المشهد الإعلامي الفضائي العربي عموماً - بعد مطالعة الإحصاءات السابقة - بإخلالات "هيكلية" في مستوى بنيته العامة، يمكن اختزالها في تقلص مكانة وأهمية القطاع الحكومي، وإعلام الخدمة العامة، وطغيان القطاع الخاص بمختلف توجهاته، في وقت تنتشر فيه القنوات الحاملة لرسائل إعلامية مشوشة وخطيرة، منفلة



التوجهات، من العفائية القائمة إلى التجارية المبتدلة. وفضاء إعلامي - على هذا النحو - يتطلب اليوم، وبإلحاح دراسة معمقة، وإرادة إصلاحية واضحة وقوية، تضع المواصفات المطلوبة وتتخذ الإجراءات الحاسمة للخروج من مستنقع الرداءة، وتوفير حد أدنى من المساحات الإعلامية التي تستجيب لتطلعات المواطن العربي وطموحاته.

وأخيراً فمن مفارقات المشهد الإعلامي العربي أنه يتطور وينمو عددياً، ويتوسع وينتشر بسرعة قياسية، دون أن ينتج عن هذه الطفرة اللافتة قفزة نوعية منتظرة للخطاب الإعلامي، وقد أفرزت هذه المفارقة الكبيرة خللاً في التوازنات الهيكلية للمشهد، يتجلى عبر ثلاثة محاور أساسية: عدم توازن بين القطاعين العمومي والخاص، وعدم توازن بين إنتاج المحتوى والمردود الاقتصادي، وكذلك عدم توازن بين المحتوى الموجه والبنث التجاري.

ومن خلال الوصف السابق لحالة البث الفضائي العربي، يمكننا استخلاص السمات، والخصائص العامة للوضع الراهن له في النقاط الآتية<sup>(١)</sup>:

- سيطرة القطاع الخاص على الفضاء السمعي - البصري، خصوصاً في الآونة الأخيرة.
- سيطرة قنوات التسلية والترفيه على وظيفة البث الفضائي العربي.
- تنامي وتوسع ظاهرة الاحتكارات، والمجموعات الإعلامية العربية.
- التوسع في البنية التحتية للبث من خلال الأقمار الصناعية، وتكنولوجيا البث الحديثة، الأمر الذي جعل الأحداث العالمية والأخبار تنقل مباشرة إلى المشاهد.
- نقص التشريعات القانونية المنظمة للظاهرة الإعلامية، خصوصاً في جانب السمعي - البصري.
- تغليب الجانب الشكلي والتقني على جانب المحتوى، من خلال اللجوء إلى استيراد جل الأنظمة، والأجهزة الحديثة التي تستخدم في التصوير، والتركيب، ونقل الأخبار، والديكور؛ وهذا بغية الحصول على صورة دقيقة وواضحة، ولا شك أن هذه السمات تعد بمثابة محددات لسلوك الأفراد، وأفعالهم، ومن ثم قيمهم.

(١) لمزيد من الاطلاع، انظر كل من:

- محمد الفاتح حمدي: "البث الفضائي العربي: الواقع الراهن واستشراف المستقبل"، مجلة المستقبل العربي، العدد (٤١٧)، السنة (٣٦)، ٢٠١٣، ص ص ٤٥-٦٢.
- محمد شطاح: "فضاءات الشباب في الفضائيات العربية: دراسة نقدية"، مجلة المستقبل العربي، العدد (٣٨٦)، السنة (٣٣)، ٢٠١١، ص ص ٩١-١١٢.

أما عن توصيف واقع "الإنترنت" في عالمنا العربي فيمكن من خلال الجدول التالي -  
جدول (٢) - استنطاق العديد من الملاحظات، نذكر منها :

- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم في الربع الأول من عام (٢٠٢٠) (٤,٥٨٥,٥٧٨,٧١٨) تقريباً مستخدم، يمثلون ما نسبته (٥٨,٨%) من إجمالي سكان العالم، البالغ عددهم (٧,٧٩٦,٦١٥,٧١٠) نسمة تقريباً.
- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي في الربع الأول من عام (٢٠٢٠) (٢٣٦,٥٣٠,٦٢٦) تقريباً، ويمثلون ما نسبته (٥٤,٢%) من إجمالي عدد السكان، البالغ عددهم (٤٣٦,٣٧٩,٦٦٦) نسمةً تقريباً في نفس العام، بعد أن كان إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت لا يتجاوز (٢,٨٠٠,٤٠٠) مستخدم عام (٢٠٠٠)<sup>(١)</sup>، وهذا يدل على أن العالم اليوم يشهد انتشاراً جماهيرياً واسع النطاق لوسائل الإعلام الجديد - الإنترنت خاصةً- في مدد زمنية قصيرة جداً قياساً، ومعدلات نمو، وانتشار هذه الوسائل في الدول العربية النامية، تبدو أكبر من تلك المعدلات الخاصة بالدول المتقدمة.
- على الرغم من ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت في العالم العربي، إلا أن نسب المستخدمين إلي أعداد السكان تظل أقل من النصف في العديد من الدول؛ فجد في "مصر" بلغ نسبة المستخدمين إلى أعداد السكان في الربع الأول من العام (٢٠٢٠) (٤٨,١%) - على الرغم من احتلال مصر ضمن أكثر (٢٠) دولة في العالم استخداماً للإنترنت، بعد الصين، والهند، والولايات المتحدة الأمريكية ... بمعدل نمو بلغ (١٠,٩٤٠%) في الفترة من (٢٠٠٠) إلى (٢٠٢٠)<sup>(٢)</sup> - ونجدها ضعيفة للغاية في بعض الدول الأخرى، كالسودان، وموريتانيا، وجزر القمر، والصومال في حين نجدها بلغت نسبة عالية في بعض الدول العربية الأخرى، كالكويت، وقطر، والإمارات، والبحرين، والسعودية، وهذا مرده بالطبع المستويات الاقتصادية العالية لهذه الدول، بجانب ارتفاع مستوى رفاة أفراد شعوبها، على عكس الكثير من الدول العربية الأخرى، كموريتانيا، وجزر القمر.

- 
- (1) Internet World Stats: Top 20 Countries with Highest Number of Internet Users, 2020, Available at: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>. Accessed on: 4-6-2020.
- (2) Internet World Stats: "Top Ten Languages Used in the Web", April , 2019. Available at: <https://web.archive.org/web/20190601225651/https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. Accessed on : 4-6-2020.

جدول (٢) : يوضح أعداد ونسب مستخدمي الانترنت في الوطن العربي في الربع الأول من عام (٢٠٢٠).

م	الدول العربية	تقديرات أعداد و نسب المستخدمين خلال الربع الأول (٢٠٢٠)	مستخدمو الانترنت خلال الربع الأول (٢٠٢٠)	نسبة مستخدمي الانترنت الي إجمالي عدد السكان %
١-	مصر	١٠٢,٣٣٤,٤٠٤	٤٩,٢٣١,٤٩٣	% ٤٨,١
٢-	الجزائر	٤٣,٨٥١,٥٤٤	٢٥,٤٢٨,١٥٩	% ٥٨,٠
٣-	لبنيا	٦,٨٧١,٢٩٢	٥,١٠٠,٠٠٠	% ٧٤,٢
٤-	المغرب	٣٦,٩١٠,٥٦٠	٢٣,٧٣٩,٥٨١	% ٦٤,٣
٥-	السودان	٤٣,٨٤٩,٢٦٠	١٣,١٢٤,١٠٠	% ٢٩,٩
٦-	موريتانيا	٤,٦٤٩,٦٥٨	٩٦٩,٥١٩	% ٢٠,٩
٧-	جيبوتي	٩٨٨,٠٠٠	٥٤٨,٨٣٢	% ٥٥,٥
٨-	جزر القمر	٨٦٩,٩٠١	١٧٨,٥٠٠	% ٢٠,٥
٩-	تونس	١١,٨١٨,٦١٩	٧,٨٩٨,٥٣٤	% ٦٦,٩
١٠-	الصومال	١٥,٨٩٣,٢٢٢	١,٧٠٥,٣٠٠	% ١٠,٧
١١-	البحرين	١,٧٠١,٥٧٥	١,٦١٥,٦٢٠	% ٩٤,٩
١٢-	العراق	٤٠,٢٢٢,٤٩٣	٢١,٢٧٦,٠٠٠	% ٥٢,٩
١٣-	الأردن	١٠,٢٠٣,١٣٤	٨,٧٠٠,٠٠٠	% ٨٥,٣
١٤-	الكويت	٤,٢٢٧,٥٧١	٤,٣٣١,٩٧٨	% ٩٩,١
١٥-	لبنان	٦,٨٢٥,٤٤٥	٥,٥٤٦,٤٩٤	% ٨١,٣
١٦-	عمان	٥,١٠٦,٦٢٦	٤,٠١١,٠٠٤	% ٧٨,٥
١٧-	فلسطين	٥,١٠١,٤١٤	٣,٣٨١,٧٨٧	% ٦٦,٣
١٨-	قطر	٢,٨٨١,٠٥٣	٢,٩٤٢,٠٠٠	% ٩٩,٦
١٩-	السعودية	٣٤,٨١٣,٨٧١	٣١,٨٥٦,٦٥٢	% ٩١,٥
٢٠-	سوريا	١٧,٥٠٠,٦٥٨	٧,٦٠٩,٢٨٦	% ٤٣,٥
٢١-	الإمارات	٩,٨٩٠,٤٠٢	٩,٥٣٢,٠١٦	% ٩٦,٤
٢٢-	اليمن	٢٩,٨٢٥,٩٦٤	٧,٩٠٣,٧٧٢	% ٢٦,٥
	الإجمالي في الدول العربية	٤٣٦,٣٧٩,٦٦٦	٢٣٦,٥٣٠,٦٢٦	% ٥٤,٢
	الإجمالي في العالم	٧,٧٩٦,٦١٥,٧١٠	٤,٥٨٥,٥٧٨,٧١٨	% ٥٨,٨

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على كل من :

١- Internet World Stats: "Usage and Population Statistics", Op. Cit.

٢- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، القاهرة، ٢٠٢٠.

وبصفة عامة، وعلى الرغم من نمو أعداد مستخدمي الإنترنت، وأعداد القنوات الفضائية في العالم العربي، إلا أن الإحصائيات المتوافرة تشير إلى وجود فجوة معلوماتية بين الشمال، والجنوب تتأثر بفجوة ثقافية، ومعرفية، وبين من ينتج المعارف، والمعلومات، والثقافات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد، وبين من يستهلكونها؛ ويتأكد حضور هذه الفجوة الثقافية بالنظر إلى ترتيب اللغات الأكثر استخدامًا في الإنترنت<sup>(١)</sup>، حيث تشير الإحصائيات في أبريل (٢٠١٩) إلى أن اللغة العربية تحتل المركز الرابع في ترتيب اللغات العشر الأكثر استخدامًا في الإنترنت، وتبلغ نسبة مستخدمي اللغة العربية في الإنترنت (٥,٢%) من إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في العالم<sup>(٢)</sup>، ولا شك أيضًا أن هذه الفجوة المعرفية تجعل من الأفراد مقلدين بدون وعي، مما يكون له كبير الأثر على سلوك الأفراد، وأفعالهم، ومن ثم أيضًا قيمهم.

## ٢) القيم الاجتماعية السياسية (الماهية والخصائص):

يُعد الحديث عن القيم، ومنظوماتها بصفة عامة من الموضوعات المطروحة بقوة على الساحة العالمية، والإقليمية، بل والقومية؛ فالقيم هي دعامة المجتمع التي يستند عليها في تحقيق تنميتها، وتقديمه<sup>(٣)</sup>، وهي بمثابة نقاط مرجعية، ومعتقدات يتبناها الأشخاص كتوجيهات عامة يسترشدون بها في حياتهم، كما أنها تشكل جزءاً لا يتجزأ من رؤيتهم للعالم، بل يمكن القول إنها - باتساقها وتناقضاتها - مرآة تعكس على "سلوكيات" إنسانية معينة، في فترة زمنية محددة<sup>(٤)</sup>.

(١) أنظر: عبد الله بن خميس الكندي، مرجع سابق، ص ٢٥٩.

(2) Internet World Stats: "Top Ten Languages Used in the Web", April, 2019. Available at: <https://web.archive.org/web/20190601225651/https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. Accessed on: 4-6-2020.

(٣) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: "ورقة سياسات مستقبل منظومة القيم في مصر: منظومة التعليم والقيم"، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠١٤، ص ٢.

(٤) معهد التخطيط القومي والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة: "شباب مصر: بناء مستقبلنا"، تقرير التنمية البشرية، مصر، ٢٠٢٠، ص ٥٩.

## أ - مفهوم القيم الاجتماعية السياسية :

كثيراً من المتخصصين يتحدثون عن معنى "القيم" وكأنه شيء تم تحديده، ولم يبق إلا توجيه النظر إليه، إلا أنه لا يوجد مثل هذا المعنى الثابت للقيم؛ لاختلاف معناها باختلاف الناس واختلاف السياقات، وعلى نظرية القيمة أن تعطي معنى دقيقاً للقيم، فالمشكلة هي إعطاء معنى دقيق لاصطلاح "قيمة"، وإعطاء مثل هذا المعنى ليس مسألة تعسفية بل ينبغي أن يكون هناك مقياساً ضابطاً، أو مجموعة من المعايير التي يخضع لها التعريف<sup>(1)</sup>.

وفي هذه الجزئية سنتناول الورقة البحثية مفهوم "القيم الاجتماعية السياسية"، ولكن الأمر يتطلب أولاً تعريف القيم الاجتماعية، والقيم السياسية كل على حده، ومن ثم التطرق إلى التعرف على مفهوم "القيم الاجتماعية السياسية"، ويمكن تناول ذلك على النحو التالي:

## • مفهوم القيم الاجتماعية :

يشير "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"<sup>(2)</sup> إلى أن "القيم الاجتماعية" هي "كل ما يعد جديراً بالاهتمام من قبل الأفراد، وعنايتهم لاعتبارات اجتماعية، أو اقتصادية، أو سيكولوجية ... الخ، فهي بمثابة أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يتشربها الفرد، ويحكم بها، وتحدد مجالات تفكيره، وتحدد سلوكه، وتؤثر في تعلمه؛ فالصدق، والأمانة، والشجاعة الأدبية، والولاء، وتحمّل المسؤولية كلها قيم يكتسبها الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه، وهي تختلف باختلاف المجتمعات، بل، والجماعات الصغيرة، كما أنها قد تكون إيجابية أو سلبية".

(1) Ralph Barton Perry: "Realms of Value: A Critique of Human Civilization", Harvard University Press, USA, 2014, p. 2.

(2) أحمد زكي بدوي: "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٢، ص ٤٣٨.

وتشير "علّام"<sup>(١)</sup> إلى القيم الاجتماعية على أنها: "مثاليات، أو معتقدات تقود إلى التواصل الإنساني، وأشكال التفاعل مع الآخرين، وتحكم وجوده". وعرفها "زايد"<sup>(٢)</sup> على أنها أطر ثقافية حاكمة للسلوك، حيث أوضح أنها: "موجهات عامة للسلوك ترتبط بحاجات الأفراد، وتتشكل عبر المعاني، والآراء، والتصورات التي تتبني عليها رؤية الأفراد للعالم، كما تنعكس في سلوكيات الأفراد واختياراتهم وتتحدد في ضوئها". وينظر "زايد" إليها أيضاً على أنها: "مجموعة من المفاهيم التي يحملها الفرد، أو الجماعة تجاه ما هو مرغوب فيه، وهي تمكن الفرد من الاختيار بين وسائل، وغايات عديدة لإنجاز أفعاله، بحيث تعمل القيم كموجهات لتحقيق الغايات المشروعة للأفعال الاجتماعية"<sup>(٣)</sup>، ومن ثم فهي تُعد بمثابة أطر عامة حاكمة لسلوك الأفراد تحثهم على بعض الممارسات وتصدهم عن أخرى.

ويشير "ليلة"<sup>(٤)</sup> إلى "القيم الاجتماعية" على أنها: "مجموعة من الرموز المنظمة للتفاعل الاجتماعي للمجتمع؛ فكلمات مثل: الشرف، الأمانة، الصدق، كلها تشكل رمزاً، أو قيمة معينة نحترمها، وتوجه سلوكياتنا في الواقع الاجتماعي بصورة أساسية، وعادة ما تتواجد القيم الاجتماعية بثلاثة أشكال في المجتمع؛

(١) اعتماد علام: "اختلالات منظومة القيم في عالمنا المعاصر: رؤية تحليلية"، (في): "القيم في عالم متغير"، (تحرير): على عبد الرازق إبراهيم ومحمود مصطفى كمال، الندوة العلمية السنوية الثانية، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنيا، ٢٠١٣، ص ٢٠.

(٢) أحمد زايد وآخرون: "الأطر الثقافية الحاكمة لسلوك المصريين واختياراتهم: دراسة لقيم النزاهة والشفافية والفساد"، (تقديم): أحمد درويش، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٣، ص ١٦.

(٣) أحمد زايد وآخرون: "قيم التنمية"، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٠.

(٤) على ليلة: "تفعيل القيم في بحث اجتماعي"، (في): "القيم في الظاهرة الاجتماعية"، (تحرير): نادية محمود مصطفى وآخرون، أعمال الدورة المنهجية في كيفية تفعيل القيم في البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، (٦) : (١١) فبراير، ٢٠١٠، دار التبشير للثقافة والعلوم، القاهرة، ٢٠١٢، ص ص ٣٢٩-٣٣٠.

**الشكل الأول،** هو الرموز التي يعترف بها المجتمع على أنها قيمه الأساسية، فنجد في المجتمع الإسلامي مجموعة من القيم يؤكد عليها الأفراد في هذا المجتمع، وبالمثل في المجتمع الاشتراكي - سابقاً - كانت هناك مجموعة من القيم الأساسية التي يؤكد عليها الأفراد في المجتمع، كذلك المجتمع الليبرالي، الرأسمالي أيضاً لديه منظومته القيمية. إذن، كل مجتمع لديه مجموعة من القيم، ومجموعة من الرموز في الفضاء العام يراعيها الأفراد دائماً وهم يأتون سلوكياتهم الاجتماعية في مختلف المجالات؛ فالأمانة من الممكن أن تكون في الأسرة، ومن الممكن أن تكون في الاقتصاد، ومن الممكن أن تكون في التعليم؛

**أما الشكل الثاني،** الذي تتواجد به القيم هو أنها تتحول إلى مجموعة من الأعراف، والتقاليد، والعادات التي تنظم التفاعل الاجتماعي للبشر؛ أي أنها كانت رموزاً ثم هبطت إلى الواقع الاجتماعي فتحوّلت إلى تقاليد، وأعراف، ومعايير تنظم واقع المجتمع بصورة أساسية؛

**أما الشكل الثالث،** فهو أنها تتواجد داخل الشخصية، وتشكل الضمير الداخلي. وبالتالي فمنظومة القيم تضبط الإنسان من خلال ثلاثة أبعاد أساسية؛ **البعد الأول،** هو أنها موجودة كرموز في فضاء المجتمع، و**البعد الثاني،** هو أنها تحوّلت إلى معايير، وتقاليد تنظم التفاعل الاجتماعي، و**البعد الثالث،** هي أنها تشكل الضمير الداخلي للإنسان؛ لأنه يستوعبها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وكأن القيم تحكم الإنسان من داخله، ومن خارجه في نفس الوقت.

وتعرفها "الديب"<sup>(١)</sup> على أنها: "مجموعة من المفاهيم الجوهرية، التي تسم العلاقات الإنسانية بكافة صورها، وذلك لأنها ضرورة للمجتمع، إذ تمثل بذاتها معايير وأهداف يجب وجودها في كل مجتمع أيًا كانت درجة تنظيمه، أو تقدمه".

ويشير هذا التعريف إلى أن البعض يمكن أن يتعامل مع القيم الاجتماعية على اعتبار أنها اتجاهات تقويمية، وهذه الاتجاهات تدل على ميل سلوكي يتميز بشعور سار أو مؤلم، في حين أن القيم تمثل الأمور التي تتجه نحوها رغباتنا، واتجاهاتنا<sup>(٢)</sup>.

(١) انظر: أميرة الديب: "أسس بناء القيم الخلقية في مرحلة الطفولة"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ص ١٥-٢٠.

(٢) انظر: عطية محمود هنا: "القيم دراسة تجريبية مقارنة"، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٥، ص ص ٣-٥.

ويشير مفهوم القيم الاجتماعية عند "حجازي"<sup>(١)</sup> "إلى كل صفة ذات أهمية، لاعتبارات اجتماعية، أو أخلاقية، أو نفسية، أو جمالية"، فالقيم الاجتماعية عبارة عن تصور عام مجرد للسلوك، يشعر أعضاء الجماعة الاجتماعية نحوه بارتباط انفعالي شديد، ويتيح لهم مستوى للحكم على الأفعال، والأهداف الخاصة، وتتصف القيم بصفة الجماعية في التنبؤ، وتمثل الموجهات العامة للسلوك. و"القيم" بهذا المعنى تُعد من أهم الوسائل، أو المعايير التي يلجأ إليها الفرد، للحكم على الكثير من أمور الحياة، والعمل على اتخاذ موقف حيالها؛ حيث إن القيم الاجتماعية تمكن الفرد من تحديد ما هو صالح، وما هو طالح، وما هو خير، وما هو شر<sup>(٢)</sup>.

وبالرغم من وجود اختلافات بين التعريفات المختلفة للقيم من وجهة النظر الاجتماعية، إلا أن هناك إجماعاً عاماً بين العلماء على أن القيم الاجتماعية تؤثر في سلوكيات البشر، ويؤكد هذا تعريف "هيلتون Hilton" (٢٠٠٣)، والذي يرى فيه أن القيم بمثابة تجريدات، أو تصورات لعمليات الوعي، والإدراك الاجتماعي، التي تعكس أهم أساليب تكيف الأفراد مع بيئاتهم<sup>(٣)</sup>.

#### • مفهوم القيم السياسية :

إذا كانت "القيم الاجتماعية" تتضمن تشوقاً إلي ما هو أفضل، وتحتوي على معايير كلية توجه السلوك، ويعد الخروج عنها انحرافاً عن مبادئ الجماعة، فإن "القيم السياسية" جزء أساسي ورئيسي من الثقافة السائدة في المجتمع، كما أنها تشكل الثقافة السياسية للمجتمع، وتعتبر المحرك الرئيس لها خلال جميع فترات النمو والتحول نحو الغايات السياسية المطلوبة والمأمولة.

(١) أحمد مجدي حجازي وآخرون، مرجع سابق، ص ص ٤-٥.

(٢) محمد أمين عبد الصمد: "القيم في الأمثال الشعبية بين مصر وليبيا في مجتمعي البيضاء الليبي والغرق المصري: دراسة مقارنة في الأنثروبولوجيا الثقافية"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٤، ص ٣٢.

(3) David J. Fritzsche and Effy OZ: "Personal Values Influence on the Ethical Dimension of Decision Making", Journal of Business Ethics, Vol. 75, No. 1, 2007, p. 336.



ويقترح "بيري" Perry تعريفاً للقيم السياسية يربطها بالاهتمام، ويقدم تعريفه على النحو الآتي: "أي شيء له قيمة، أو يُعد قيماً في المعنى الأصلي الجوهرى الجامع حين يكون موضوع اهتمام ما؛ أي أن القيم السياسية تعرف بالاهتمام"<sup>(١)</sup>، ويتوقف معناها على معنى الاهتمام، وكلما زاد الاهتمام زادت القيمة السياسية، فأى موضوع أياً كان يكتسب قيمة عندما يستوعب اهتماماً ما، أياً كان هذا الاهتمام، ويمكن صياغة ذلك في شكل معادلة رياضية على النحو التالي: (س قيمة = هناك اهتمام ب س)<sup>(٢)</sup>. ويستشف "العوا" عبر العديد من المعطيات الدلالية على مصطلح "قيمة سياسية"، فيقول: "إن هذا اللفظ يدل على صفة (ما يقدره المرء)، تقديرًا يزيد أو ينقص (قيمة ذاتية)، أو يدل على (ما يستحق التقدير) يزيد أو ينقص (قيمة موضوعية)، فعبارة أعم: القيمة السياسية هي الوجود من حيث كونه مرغوباً به، أو موضوع رغبة ممكنة"<sup>(٣)</sup>. ويقدم "جاكوب"<sup>(٤)</sup> Jacoby تعريفاً مشابهاً؛ حيث يشير إلى أن "القيم السياسية" مفاهيم مجردة وعامه ترتبط بكل ما هو مرغوب أو غير مرغوب فيه في المجتمع، والتي توفر لأفراد المجتمع معايير تقييمية عامة في كل ما هو مرتبط بالحياة السياسية في المجتمع".

ويربط "عبد الفتاح" القيم السياسية أيضاً بالاهتمام على غرار "بيري" Perry، ولكن بشكل أكثر عمقاً فيعرفها على أنها: "اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة، بهدف السيطرة أو التحكم في الأشياء في مختلف نواحي الحياة"، فهي من وجهة نظره بمثابة مثاليات سياسية تغلف الإطار الفكري للإنسان ككائن سياسي يسعى للسلطة، ويتعامل مع غيره من الناس على قدم المساواة<sup>(٥)</sup>.

(١) أحمد عبد الحليم عطية: "القيم في الواقعية الجديدة"، دار الثقافة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٣٧.

(2) Ralph Barton Perry: "General Theory of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest", Harvard University Press, USA, 1950, p. 116.

(٣) عادل العوا: "العُمدة في فلسفة القيم"، دار طلاس، دمشق، ١٩٨٦، ص ص ٢٧١-٢٧٢.

(4) William G. Jacoby: "Value Choices and American Public Opinion", American Journal of Political Science, Vol. (50), No. (3), 2006, P 706.

(٥) إسماعيل عبد الفتاح: "القيم السياسية في الإسلام"، الدار الثقافية، القاهرة، ٢٠٠١، ص ٣٢،

وتشير "اليزابيث"<sup>(١)</sup> Elizabeth إلي أن القيم الاجتماعية السياسية Socio-Political Values هي "تلك القيم المدعومة اجتماعياً التي تحكم التصرف نحو السلوك السياسي، وهي ليست استعدادات داخلية، بل هي نتيجة للتأثير الاجتماعي، وانعكاسات للسياقات الاجتماعية للأفراد"، مشيرة بذلك إلى أن "القيم الاجتماعية السياسية" مجموعة القيم النابعة من تأثر الفرد بالسياق المجتمعي المحيط به، والتي تحركه نحو سلوك ما، وتدفعه نحو العمل بطريقة معينة، ويتخذها مرجع له في الحكم بأن سلوكه مرغوب، أو غير مرغوب فيه من قبل الجماعة أو المجتمع.

ويربط "تينيشبايفا"<sup>(٢)</sup> Tynyshbayeva "القيم الاجتماعية السياسية" بشكل رئيس بـ "القيم الاجتماعية"، فيشير إليها على أنها "توجهات قيمية لدى الأفراد، تتسلسل فيها القيم الاجتماعية تسلسلاً هرمياً، والذي يتكون من عدد من الأهداف الرئيسة التي تحدد جوهر التوجه الحياتي، كالعادلة والحرية وتكافؤ الفرص، وتكون هذه التوجهات بالنسبة للفرد بمثابة علامة على المكانة والاحترام". ويذهب "لافريتش" Lavrič في تعريفه "للقيم الاجتماعية السياسية" إلى تحديد الاشتراطات المجتمعية الواجب توافرها في المجتمع، والتي ينعكس عدم تواجدها على التوجهات السلوكية للأفراد نحو القيم الاجتماعية السياسية، فتكون قيماً مثل الحرية أو الديمقراطية أقل أهمية إلى حد كبير بالنسبة لهم<sup>(٣)</sup>، فيعرفها على أنها "توجهات سياسية عامة موجّهة للسلوك يتأثر بها الأفراد عندما يسلكون على نحو معين، ترتبط أشد الارتباط بالضمان الاجتماعي Social Security، والأمن الاقتصادي Economic Welfare and Security في المجتمع، وبفكرة دولة الرفاهية القوية A Strong Welfare State"<sup>(٤)</sup>.

(1) Elizabeth C. Connors: "The Social Dimension of Political Values", Political Behavior, Jan, 2019, p1. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09530-3>. Accessed on: 6-6-2020.

(2) Ane Tynyshbayeva: "Socio-Political Value Orientations of Kazakhstani Citizens: Contents and Possibilities of Realization of Social Support for Children", Social and Behavioral Sciences, Vol. 82, No. 1, 2013, p. 550.

(3) Miran Lavrič: "Socio-Political values and attitudes", (In): "Youth Studies Southeast Europe 2018/2019", The Friedrich Ebert Stiftung (FES), Berlin, 2019, p. 47.

(4) Ibid, p. 108.

ويُقصد "بالقيم الاجتماعية السياسية" في الورقة البحثية الراهنة "مجموعة من الاتجاهات المعيارية لدى الفرد في المواقف الاجتماعية، فتحدد له أهدافه العامة في الحياة، وتتضح من خلال سلوكه العملي أو اللفظي، ويكون هذا السلوك نابعاً من تأثير الفرد بالسباق الاجتماعي المحيط به". وقد تم تحديد تلك القيم في الورقة البحثية الحالية في كل من "قيمة حرية الرأي والتعبير"، "قيمة التعددية"، "قيمة الحوار".

#### ب- خصائص القيم الاجتماعية السياسية :

من العرض السابق لمفاهيم القيم الاجتماعية، والقيم السياسية، يتضح أن خصائص القيم الاجتماعية السياسية يمكن إيجازها فيما يلي<sup>(١)</sup>:

- القيم الاجتماعية السياسية هي أحكام عامة تحتوي على معايير كلية توجه السلوك، ويُعد الخروج عنها انحرافاً عن مبادئ الجماعة (المجتمع)، ومثلها العليا.
- ترتقي القيم الاجتماعية السياسية، أو تختفي، أو تتبدل، أو يدخل عليها تعديلات وفقاً لظروف موضوعية، وذاتية، عالمية، ومحلية (كثافة التفاعل مع الخارج والأحداث المحلية).
- الاتفاق على منظومة من القيم الاجتماعية السياسية الإيجابية والمعايير الأخلاقية يشكل دعماً للاستقرار، والأمن المجتمعي.
- بالرغم من تباين الرؤى بين العلماء حول ماهية القيم بعامة - وفقاً لتخصصاتهم - والقيم الاجتماعية السياسية بخاصة، إلا أنهم يتفقون على أنها لا تخرج عن نوعين: الأول يشير إلى "قيم غائية" تتمثل في الحرية، والمساواة، والعدالة ... ويعبر الثاني عن "قيم وسيلية" مثل التفاعل، والطموح، وضبط النفس ... وهما نوعان ينطويان على قيم روحية، وفكرية، وحيوية.
- تمر منظومة القيم الاجتماعية السياسية لكل مجتمع بتحولات، وتغيرات من حقبة تاريخية إلى أخرى نتيجة تفاعل معطيات موضوعية وذاتية، وعوامل تجمع بين المحلية، والإقليمية، والعالمية، ولا يعني ذلك أن هذه التطورات، والتغيرات تكون بالضرورة للأفضل، وتتوافق هذه التحولات، والتغيرات مع مراحل تطور المجتمع ذاته، وأنماط إنتاجه، وتركيبه علاقاته الاجتماعية، ومدى وعيه الاجتماعي، وهيكل السلطة، وكذا الإطار المؤسسي الذي ينظم كافة تلك المجالات.

(١) راجع: أحمد مجدي حجازي وآخرون، مرجع سابق، ص ٦.

## المحور الثالث

### الإطار التحليلي للورقة البحثية

يمثل هذا المبحث الجزء التحليلي للورقة البحثية الراهنة، وينقسم إلى قسمين أساسيين، الأول، يستعرض بعض التأثيرات الاجتماعية السياسية التي أحدثها الإعلام الجديد في الوطن العربي، خاصة بعد أحداث عام (٢٠١١)، في حين يقدم القسم الثاني تصورات الباحث لتأثير الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية السياسية التي تم استنطاقها من بعض الأدبيات التي سبقت وأن حددتها الورقة البحثية في إطارها المنهجي، ويمكن تناول ذلك على النحو الآتي :

#### (١) التأثيرات الاجتماعية السياسية للإعلام الجديد في الوطن العربي :

لا شك أن ظهور "الإعلام الجديد" الذي بدأ في الانتشار في عقد التسعينيات من القرن العشرين أثر بشكل كبير على سياسات، ومضامين الاتصال في الوطن العربي، وبدور حوله اليوم نقاشات كبيرة، ومستمرة؛ تتعلق بأشكالها، ومستويات انتشارها وتأثيرها، والتوقعات المستقبلية الخاصة بها؛ فتقليدياً كان العمل الإعلامي الإلكتروني - إذاعة وتلفزيون - والاستثمار فيه في العالم العربي مشروعاً سياسياً من اختصاص الحكومات، والمؤسسات الرسمية، لكن تلك المؤسسات الرسمية واجهت في تسعينيات القرن العشرين منافسين، ومستثمرين جددًا تأثروا بمفاهيم صناعة الإعلام، والقرية العالمية، وأرادوا كسر احتكار الحكومات للاستثمار في هذا المجال، واتجه هؤلاء المنافسون الجدد إلى القنوات الفضائية، واتخذ معظمهم من عواصم أوروبا مراكز للبت، معتمدين في ذلك على مرجعية تاريخية تتمثل في هجرة الصحافة العربية، أو نشأة العديد منها في أوروبا، وغيرها منذ القرن التاسع عشر، وبشكل لم تحسب له مؤسسات الإعلام الرسمية العربية حساباً، إذ نجح أولئك المنافسون في لفت أنظار المشاهد العربي، وشيئاً فشيئاً فقدت أغلب مؤسسات الإعلام الرسمية جمهورها لصالح قنوات تلفزيونية عربية، وغير عربية خاصة من خارج الوطن العربي، أو حتى من داخله، وعندما بدأ الاستخدام الجماهيري للشبكات العالمية للمعلومات ينتشر في الوطن العربي في تسعينيات القرن العشرين واجهت المؤسسات الرسمية تحدياً

جديداً تمثل هذه المرة في وسيلة إعلام عالمية وعابرة للحدود، وفردية، وشخصية من حيث الاهتمام والتحكم، فتقلصت سلطة المؤسسة الرسمية في الرقابة على المضمون، وتعددت مصادر المعلومات التي يمكن للجماهير أن تتهل منها، وتقدمها، وتحول الأفراد العاديون إلى مرسلين، ومستقبلين بعد أن كانوا مستقبلين فقط، بل مستقبلين سلبيين في كثير من الأحيان<sup>(١)</sup>.

لقد أدى كسر احتكار امتلاك الحكومات العربية لوسائل الإعلام الإلكتروني (إذاعة وتلفزيون) لمدة طويلة من الزمن، ودخول وسيلة اتصالية عابرة للحدود، والقارات هي الشبكة العالمية للمعلومات إلى العديد من التغييرات الاجتماعية السياسية أبرزها<sup>(٢)</sup>:

أ- تعزيز حضور القوى، والاتجاهات، والأصوات المعارضة للتوجهات الحكومية الرسمية في الدول العربية.

ب- حث، وتشجيع الجماهير على تقديم آرائهم، وتصوراتهم النقدية للممارسات الحكومية الرسمية في الدول العربية، وتوفير منابر جماهيرية للآراء، والتوجهات المعارضة.

ج- دعم توفير المعلومات، والتقارير التي كانت الحكومات العربية تتحكم في نشرها، وتوفيرها عن القضايا، والمواقف السياسية الداخلية منها والخارجية، وتنشط في هذا المجال المؤسسات الدولية المتعددة المجالات، والاتجاهات لتقدم الكثير من التقارير الدورية عن حقوق الإنسان، وحرية التعبير، ووسائل الإعلام، والأداء السياسي، الخ. كما بدأت مؤسسات المجتمع المدني المحلية في معظم بلدان الوطن العربي بإعداد وتوفير تقارير مشابهة لتلك التي تقدمها المؤسسات الدولية، وتوفرها على الشبكة العالمية للمعلومات بشكل غير مسبوق قبل هذه المرحلة.

وفي سياق الحديث عن التغييرات الاجتماعية السياسية التي أحدثها الإعلام الجديد فقد تجلت صورة التغييرات الاجتماعية السياسية التي أحدثها الإعلام الجديد في الوطن العربي في أحداث ما سُمي بـ "الربيع العربي" التي اجتاحت الوطن العربي، حيث تشير الكثير من الدراسات<sup>(٣)</sup>

(١) عبدالله بن خميس الكندي، مرجع سابق، ص ٢٨١.

(٢) المرجع سابق، ص ٢٨٢.

(٣) أنظر على سبيل المثال : محمد شرف محمد هاشم: "دور الإعلام في التغيير في العالم العربي: دراسة تحليلية"، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (٤٥)، العدد (٢)، ٢٠١٨.

إلى أن وسائل الإعلام الجديد لعبت دورًا محوريًا في تحريك الأحداث من خلال دعوة الجماهير إلى التجمهر، واتخاذ مواقف معينة، ونشر الكثير من المعلومات والصور المرتبطة بتطورات الأحداث في تلك الفترة، الأمر الذي كان بمثابة محددات لسلوك الأفراد وأفعالهم، وكان بمثابة تحولات مجتمعية (إيجابية وسلبية) ألقت بظلالها على منظومة القيم.

## ٢) الإعلام الجديد وتأثيره على بعض القيم الاجتماعية السياسية في الوطن العربي:

سبق وأن تم تحديد القيم الاجتماعية السياسية للورقة البحثية الحالية في قيم: "حرية الرأي والتعبير"، "قيمة التعددية"، "قيمة الحوار"، وهي القيم التي تم استنتاجها من بعض أدبيات التراث البحثي والنظري كما أشرنا في الإطار المنهجي. وفيما يلي سنتناول دور الإعلام الجديد في التأثير على هذه القيم، سواء كان بالتأكيد عليها لدرجة الترسخ - على حسب تعبير إحدى الدراسات - أو بتهميشها. ويمكن توضيح ذلك على النحو الآتي:

### أ- قيمة حرية الرأي والتعبير كقيمة اجتماعية سياسية :

يشير "معجم المصطلحات السياسية"<sup>(١)</sup> إلى أن "حرية الرأي والتعبير" يُقصد بها حق الإنسان في أن يتبنى - في أي مجال - موقفًا فكريًا بحسب اختياره، وأن يُعبّر عنه بالقول أو الكتابة أو غيرهما وفقاً للشروط والأوضاع التي يبينها القانون. وتُعد حرية الرأي والتعبير من الحقوق، والحريات الأساسية التي تحتها طبيعة النظم الديمقراطية، وهي ركيزة لكل حكم ديمقراطي سليم، باعتبارها حجر الزاوية الذي لا غني عنه في تعريف المواطنين والرأي العام بكل ما يشهده المجتمع من أحداث وتطورات، ولإتاحة الفرص للجميع للمساهمة بالرأي والقول في هذا الشأن، حيث تتطوي حرية الرأي والتعبير على حقين متكاملين هما حرية الرأي، والثانية حرية التعبير عنه، ولا يمكن الفصل بينهما أو ممارسة إحداهما دون الأخرى؛ فحرية التعبير هي انعكاسٌ لحرية الرأي، وبموجبها ينتقل الفرد من مرحلة اعتناق الرأي إلى مرحلة

(١) معهد البحرين للتنمية السياسية: "معجم المصطلحات السياسية"، سلسلة كتب، البحرين، ٢٠١٤،

التعبير عن محتواه، ونقله إلى الآخرين في مظهر مادي خارجي بأية وسيلة من وسائل العلانية بعد أن كانت مجرد فكرة حبيسة، أو كامنة في الصدور<sup>(١)</sup>.

ولقد فرض الإعلام الجديد حرية الرأي والتعبير كقيمة اجتماعية سياسية بمعايير ومنطلقات جديدة، تجعل الفرد العادي قادرًا على القيام بمراقبة أداء المؤسسات داخل الدولة الواحدة، فغيّر عالمنا، وأضاف طابعًا ديمقراطيًا للتعبير عن الآراء، والتواصل مع آخرين حول العالم مع احتفاظهم بهوياتهم الشخصية سرًا، ووسع - للغاية - مدى انتشار أية رسالة، وأطلع الناس على أفكار جديدة، وطرق جديدة للتفاعل معًا؛ سواء عن طريق البريد الإلكتروني، أو المدونات، أو النشرات الصوتية، أو النشرات المرئية، أو غرف المحادثة، أو عن طريق شخصيات افتراضية<sup>(٢)</sup>، وغيرها من وسائل الإعلام الجديد. وعلى الرغم أن حرية الرأي والتعبير قيمة حضارية أصيلة في المجتمعات الإنسانية، إلا أن الإعلام الجديد يفرضه اليوم كوسيلة ضغط، وتغيير سياسي، كما أن استهداف المناضلين لأجل حرية الرأي والتعبير كقيمة اجتماعية سياسية، لم يعد أمرًا يسيرًا كما كان في بعض الدول العربية قبل ظهور الإعلام الجديد؛ حيث تنتشر المراصد الدولية، والإقليمية، وتقدم منظمات المجتمع المدني الكثير من التقارير الدورية، أو تلك المرتبطة بحالات فردية، أو جماعية محددة التي تجعل من استهداف حرية الرأي والتعبير، والمناضلين لأجلها أمرًا في غاية الصعوبة، ويكفي فقط التذكير بالتقارير لمجموعة من المنظمات الدولية مثل منظمة بيت الحرية Freedom House ومنظمة مراسلون بلا حدود، والإتحاد الدولي لحماية الصحفيين، والمنظمة العربية لحرية الصحافة، ومنظمة اليونسكو، واللجنة الدولية للدفاع عن الصحفيين، وغيرها من المنظمات التي تتابع انتهاكات حرية الرأي والتعبير بشكل عام، وحرية وسائل الإعلام بشكل خاص، وتصدر عنها تقارير دورية تتوافر على الشبكة العالمية للمعلومات<sup>(٣)</sup>.

(١) عماد الفقي وآخرون: "دراسة حول حرية الرأي والتعبير في مصر: القيم والالتزامات والممارسات"،

(تقديم): محسن عوض، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، ٢٠١٧، ص ٤.

(٢) نايجل ووربيرتن: "حرية التعبير: مقدمة قصيرة جدًا"، (ترجمة): زينب عاطف، (مراجعة): شيماء عبد

الحكيم، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٣، ص ٧٩.

(٣) عبدالله بن خميس الكندي، مرجع سابق، ص ٢٨٧.

وقد ساعد الإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة على انتشار هذا النوع من التقارير عن حرية الرأي والتعبير، وما رافقه من ظهور أدوات تطبيقات جديدة تتيح فرصاً هائلة بكلفة قليلة، أو بدون تكلفة على الإطلاق للاتصال، والتواصل بين الأفراد، وخلقت فضاءات جديدة لممارسة حرية الرأي والتعبير، الأمر الذي ضاعف من مستوى حضور قضية حرية الرأي والتعبير في العالم بعامّة والوطن العربي بشكل خاص، حتى أصبحت هذه القيمة العنوان الأبرز، والاهم في الخطابات السياسية، والاجتماعية، والثقافية كقيمة اجتماعية سياسية معاصرة.

### ب- قيمة التعددية كقيمة اجتماعية سياسية :

يذهب "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية" إلى أن "التعددية" تعني: "تعدد أشكال الروح الاجتماعية في نطاق كل جماعة، وتعدد الجماعات داخل المجتمع وتعدد الجماعات نفسها"<sup>(١)</sup>، في حين يشير "قاموس المصطلحات السياسية" إلى أن "التعددية" هي خاصية المجتمعات التي تقبل بوجود وترك المجال الحر للعبة القوى، والأفكار السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والدينية مهما كانت، فالتعددية من وجهة نظر النظم السياسية تظهر في ثلاثة مستويات : تعددية إيديولوجية (حرية الرأي والتعبير وغياب العقيدة الرسمية)، وتعددية الأجهزة (احترام مبدأ فصل السلطات ولعبة التوازن فيما بينها)، وتعددية سياسية (وجود أكثرية ومعارضة، وغياب مبدأ الحزب الوحيد)<sup>(٢)</sup>، الأمر الذي يشير إلى أن "التعددية" تنوع مؤسس على تميز وخصوصية<sup>(٣)</sup>. وتفترض "التعددية" بهذه المعاني الاعتراف بحقوق الإنسان في المجتمع بكرامته ورسالته مثلما تفترض الإقرار بواجباته ومسؤولياته، وعلى ذلك تعتبر التعددية أحد شروط الممارسة الديمقراطية<sup>(٤)</sup>.

(١) أحمد زكي بدوي: "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٢، ص ٣١٧.

(٢) أحمد سعيان: "قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية"، مكتبة لبنان، بيروت، ٢٠٠٤، ص ص ٩٥-٩٦.

(٣) محمد عمارة: "التعددية: الرؤية الإسلامية والتحديات الغربية"، تحفة مصر، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٣.

(٤) عبد الرازق غزال ووفاء بورحلي: "تكريس التعددية الإعلامية عبر تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية: الملامح، المقومات والعوائق"، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد (١١)، العدد (٤٦)، ٢٠١٩، ص ١١٩.



و"التعددية" التي نقصدها في هذه الورقة البحثية التّوّع في وجهات النظر والمواقف حول نهج أو فكرة معيّنة.

وإذا كانت وسائل الإعلام الجديد قد أسهمت في جعل العالم قرية واحدة؛ إذ ربطت الأشخاص ببعضهم البعض، وألغت القيود الجغرافية المكانية، وحتى الزمانية، حتى أنها أضافت ميزات مهمة: كالنفاذية، والتشاركية، وفتحت المجال لظهور ممارسات إعلامية، واتصالية جديدة، فإن هذا قد أدى إلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري وأثر بشكل، أو بآخر في معالم الممارسة، ومخرجاتها وانعكاساتها على الفرد والمجتمع، ففي حين ظهرت العديد من المصطلحات، والمفاهيم على شاكلة العولمة، والغزو الثقافي، والأحادية الثقافية قابلتها مفاهيم أخرى كالتعددية الثقافية والتنوع الثقافي، الأمر الذي فرض قيمة "التعددية" كقيمة اجتماعية سياسية، بل ورسخها أيضًا كقيمة ثقافية. وتقضى "التعددية" وجود التنوع في الآراء والأفكار المعروضة في المجتمع، وتقضي ضرورة تمثيل الثقافات المختلفة كلها عبر عددٍ من منابر التعبير، هذه المنابر وقّرها - وعلى نطاق واسع - الإعلام الجديد، ووسائله المختلفة كالصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسات التجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، بالإضافة إلى الهواتف الجوّالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبت التليفزيوني التفاعلي ... وغيرها.

ولا شك أن هذه الوسائل أصبحت لديها القدرة على الوصول إلى أكبر عدد من المعلومات على اختلاف مجالاتها ومصادرها، وإلى أكبر عدد من الجمهور على اختلاف اعتقاداتهم، وتواجدهم جغرافياً، ووفرت مساحات مناسبة للتعبير عن قيم، وآراء، ومواقف متباينة، ومتنوعة فتعدت المحلية إلى الوطنية والإقليمية إلى العالمية، الأمر الذي جعل من "التعددية" قيمة اجتماعية سياسية بل وثقافية معاصرة.

وكما أصبحت حرية التعبير قيمةً اجتماعية سياسية تخضع لمراقبة، ورصد المؤسسات، والهيئات المحلية، والإقليمية، والدولية، فإن "التعددية"، أصبحت هي الأخرى من القيم الاجتماعية السياسية التي تسعى ذات المؤسسات إلى حمايتها، وتأكيد لها، ومخالفة المقصرين في تحقيقها، والقيمتان - الحرية والتعددية - مترابطتان اليوم بشكل غير مسبوق في الدراسات العلمية، والتقارير الدولية المعنية بوسائل التعبير عامة، ووسائل الإعلام - قديمها

وجديدها - بشكل عام؛ فالتعددية عنصر أساسي لقياس مستوى حرية التعبير، أو وسائل الإعلام في هذا البلد، أو ذلك<sup>(١)</sup>.

ويؤكد الباحث أن "التعددية" التي رسخها الإعلام الجديد في الوطن العربي ارتبطت بزيادة أعداد وسائل الإعلام، وسهولة الوصول إليها أكثر من ارتباطها بالتعددية الفكرية، أو السياسية؛ فأعداد القنوات الفضائية تنمو بشكل مضطرد، ووصل عددها حسب بعض الإحصائيات إلى ما يزيد على (١١٢٢) قناة تليفزيونية فضائية، كما أن أعداد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية في تزايد مستمر، وحققت أرقاماً قياسية في معدلات نمو أعدادهم - أنظر جدولي (١) و(٢) - هذا بجانب التحديث والتجديد المستمر للوسائل والوسائط الجديدة التي يسهل معها التفاعلية في المواقف، والتعبير عنها بمنتهى السهولة.

### ج- قيمة الحوار كقيمة اجتماعية سياسية :

يشير "قاموس المصطلحات السياسية" إلى أن "الحوار" كلمة تستعمل للدلالة على نموذج المفاوضات الأقل شكلية من المفاوضات الدبلوماسية بالمعنى الدقيق، والذي يتميز بالمرونة في التنظيم وسير العمل، ويهدف "الحوار" إلى المعرفة الفضلى، والتقييم الأكثر صحة للفرقاء المشاركين ولمسائلهم أكثر منه إلى الوصول لنتيجة محددة ، مثلاً حوار الشمالي/ الجنوبي، حوار الأوربي/ العربي/ الأفريقي<sup>(٢)</sup> أمّا الحوار في الاصطلاح اللغويّ فهو نشاط عقليّ ولفظيّ يقدّم فيه المتحاورون الأدلّة، والحجج، والبراهين التي تبرّر وجهات نظرهم بحريّة تامّة من أجل الوصول إلى حلّ لمشكلة، أو توضيح لقضية ما، ويكون الحوار بهذا المعنى مرادفًا للمحاجّة، والمناظرة، والمناقشة، والمباحثة والتعبير<sup>(٣)</sup>.

(١) عبدالله بن خميس الكندي، مرجع سابق، ص ٢٩٠.

(٢) أحمد سعيّفان، مرجع سابق، ص ١٦٩.

(٣) إبراهيم الموسوي: "دور المؤسسات الإعلامية في تحفيز ثقافة الحوار"، جامعة المعارف، لبنان،

٢٠١٩، متاح في :

<http://www.mu.edu.lb/conferences/dialogue-sessions>. Accessed on : 2-6-2020.

وقد يرتبط الحوار بالمحاورة وهي المجاورة، أو مراجعة النطق والكلام في المخاطبة والتحاور والتجاوب؛ لذلك كان لا بدّ في الحوار من وجود طرفين: متكلّم، ومخاطب يتبادلان الدور؛ فحيناً يكون المتكلّم مرسلًا للكلام وحيناً مستقبلاً له، أي يكون المتكلّم مخاطباً حين يصمت ليسمع كلام نظيره، وهكذا يدور الكلام بين طرفين في إطار حلقة تبادليّة يكشف كلّ منهما عما لديه من أفكار، فيتشكّل جزء ذلك ما يمكن أن نسمّيه بالخطاب المشترك الذي تستولده القضية المتحاوَر بصددها. فالحوار، بهذه المعاني هو: "تبادل أفكار بين فريقين أو أكثر في إطار موضوع ما حول قضية ما بغية الاتفاق على صيغة حل، أو اتفاق، أو تسوية في شأن القضية التي هي مدار الحوار".

ويرى البعض أنّ الحوار حاجة بحدّ ذاتها وضرورة للاجتماع البشري ولا بدّ أن يقوم الحوار بين مختلفين متعدّدين، فأما أن نؤمن بالحوار، وهذا يستبطن اعترافاً بالتعدّد والاختلاف، وإما نزعم بأننا متطابقون، فلا نكون بحاجة إلى الحوار. والاختلاف ليس حالة شاذّة، بل هو قاعدة تكوينيّة شاملة ومتحقّقة بداهة في أيّ اجتماع إنسانيّ، وأنّ السعي إلى إلغائه بدعوى التوحّد والمطابقة، هو سعي عقيم ينمّ عن سوء تقدير في أحسن الأحوال<sup>(١)</sup>.

من هذا المنطلق تشكّل وسائل الإعلام - بعامة - بوصفها وسائط بين متحاورين، وهي إحدى محدّدات الحوار، من خلال تحديد قناة، وشكل وصيغة الحوار، سواء من خلال المنصّات التقليديّة لإنتاج البرامج الحوارية، ونشرات الأخبار عن الأحداث، ومواقف الأطراف المتخاصمة، والمتصارعة حول قضايا، وملفات، ومواقف محدّدة، من خلال البثّ عبر الشاشات أو الإذاعات. ويشار بالتحديد إلى برامج الكلام والحوار السياسيّ والثقافيّ Talk show، وأيضاً على مستوى التحكّم بصناعة وتوجيه المحتوى، والمضمون الحوارية، من خلال نوع الإعداد، والأسئلة، والإشكالات الموجهة للمتحاورين، وتحديد الصفة التمثيلية عبر نوعية الضيوف (المتحاورين) والمؤثّرات الإعلامية، ومعظم هذه النوعية من الوسائل وسائل إعلام تقليديّة تملكها الحكومات، أو الشركات، أو طبقات النخب الاقتصادية والسياسية.

(١) المرجع السابق.

وعلى النقيض من وسائل الإعلام التقليدية التي تملكها الحكومات أو الشركات أو طبقات النخب الاقتصادية والسياسية، تقوم وسائل الإعلام الجديد على الانتشار الشعبي، وتوفير المنصات والوسائط بين يدي الجمهور قاطبة، ويقوم الدور الحواري على عملية صناعة التعبير، والتفاعل، والتشارك، والإطلاع، والتبادل، والحوار المفتوح، وغير المنظم، وهو يتّصف بحشد، وتجميع عدد ضخم من المستخدمين، والمواطنين، وخاصة من طبقة وفئة الشباب - الجيل الجديد- على منصات إعلامية تواصلية واحدة مفتوحة للتفاعل، والحوار التشاركي، وتبادل الصور، والبيانات، والمعلومات وإبداء التعليقات والآراء، والأفكار دون ظهور للشخصيات والوجوه بالضرورة<sup>(١)</sup> - إعلام وتواصل بلا وجوه حسب تعبير الخبراء.

الأمر الذي يؤكد على نجاح الإعلام الجديد في التأكيد على أهمية الحوار، ومشاركة الأفراد العاديين فيه من خلال البرامج الحوارية المنتشرة في الفضائيات العربية، ومن خلال مواقع الحوار و(الدرشة) التي تؤكد بعض الدراسات<sup>(٢)</sup> أنها المواقع الأكثر انتشارًا في الوطن العربي، وأن برامج الحوار بشكل عام، وبرامج الحوار المعتمدة على عرض وجهات النظر المضادة أصبحت ظاهرة مؤكدة في الفضائيات العربية المعاصرة. وهذا أمر فرضه الإعلام الجديد بوسائله المختلفة التي لم تكتمل بفرض وعي كوني مترابط ومتداخل، أصبحت معه فكرة الانغلاق على الذات الاجتماعية والقومية والوطنية أمرًا مستحيلًا، بل وفرضت أيضًا فرصًا هائلة وواسعة لتعزيز ثقافة الحوار.

## الخاتمة :

مع التحولات المجتمعية التي أعقبت الأحداث التي اجتاحت الوطن العربي منذ نهاية عام (٢٠١٠)، وتواصلت طوال عام (٢٠١١)، شهدت معظم البلدان العربية سيولة سياسية، وإعلامية غير مسبوقة في التاريخ، واحتجاجات، ومظاهرات ... الخ، وكان للإعلام الجديد - تحديدًا الفضائيات والانترنت - دورٌ محوريٌّ في تحريك هذه الأحداث، وكان نتيجة لذلك بروز "قيم" بعينها تأثرت بفعل تلك السيولة التكنولوجية، والتي أعقبتها سيولة إعلامية شهدتها

(١) إبراهيم الموسوي، المرجع السابق.

(٢) راجع: إتحاد إذاعات الدول العربية: "البث الفضائي العربي: التقرير السنوي"، ٢٠١٦.

الدول العربية، سواء في اتجاه واحد، أو اتجاهات متعددة، بدت هذه القيم سياسية من الدرجة الأولى غير أنها استمدت طبيعتها من التحولات المجتمعية التي أحدثتها الربيع العربي، حتى أصبحت مزيجًا متداخلًا من قيم اجتماعية وسياسية.

وقد استهدفت الورقة التعرف على دور الإعلام الجديد في التأثير على بعض القيم الاجتماعية السياسية، من خلال استنطاقها من بعض الأدبيات من التراث البحثي، التي عُنت بقضيتي الإعلام والقيم، هذا بجانب توصيف واقع الإعلام الجديد - وتحديدًا البث الفضائي والانترنت - في الوطن العربي.

ولتحقيق تلك الأهداف استعرضت الورقة أهم أدبيات التراث البحثي السابقة المرتبطة بموضوعات الإعلام والقيم؛ لاستنطاق أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تناولتها، ومن ثم خضوعها للتحليل النظري.

وقد تبين أن أهم القيم الاجتماعية السياسية التي تم استنطاقها : "قيمة حرية الرأي والتعبير"، "قيمة التعددية"، "قيمة الحوار"، كما بيّن توصيف واقع "البث الفضائي العربي" العديد من السمات، والخصائص العامة له، أهمها : سيطرة القطاع الخاص، سيطرة قنوات التسلية والترفيه، نقص التشريعات القانونية المنظمة للظاهرة الإعلامية بشكلها الجديد، وتغليب الجانب الشكلي والتقني على جانب المحتوى، ولا شك أن هذه السمات تُعد بمثابة محددات لسلوك الأفراد، وأفعالهم، ومن ثم قيمهم.

كما تبين من خلال توصيف واقع "الانترنت" أنه على الرغم من نمو أعداد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي بشكل ملحوظ، إلا أن الإحصائيات المتوافرة تشير إلى وجود فجوة معلوماتية بين الشمال، والجنوب تتأثر بفجوة ثقافية، ومعرفية، بين من ينتج المعارف، والمعلومات، والثقافات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد، وبين من يستهلكونها؛ هذه الفجوة المعرفية تجعل الأفراد في وطننا العربي مقلدين بدون وعي، أو بوعي زائف، تابعين، لا متبوعين، مما يكون له كبير الأثر على سلوك الأفراد، وأفعالهم، ومن ثم أيضًا قيمهم.

وعن دور الإعلام الجديد في التأثير على بعض القيم الاجتماعية السياسية، فقد تبين أن الإعلام الجديد قد فرض حرية الرأي والتعبير كقيمة اجتماعية سياسية بمعايير، ومنطلقات جديدة، تجعل الفرد العادي قادرًا على القيام بمراقبة أداء المؤسسات داخل الدولة الواحدة، فغيّر عالما، وأضاف طابعًا ديمقراطيًا للتعبير عن الآراء، والتواصل مع آخرين حول العالم مع احتفاظهم بهوياتهم الشخصية سرًا، ووسع للغاية مدى انتشار أية رسالة،

وأطلع الناس على أفكار جديدة، وطرق جديدة للتفاعل معاً؛ سواء عن طريق البريد الإلكتروني، أو المدونات، أو النشرات الصوتية، أو النشرات المرئية، أو غرف المحادثة، وغيرها من وسائل الإعلام الجديد.

كما تبين أن الإعلام الجديد الذي أسهم في جعل العالم كله قرية واحدة، وربط الأشخاص ببعضهم البعض، وألغى القيود الجغرافية المكانية، وحتى الزمانية، قد أضاف ميزات مهمة: كالفاعلية، والتشاركية، وفتح المجال لظهور ممارسات إعلامية، واتصالية جديدة، مما فرض قيمة "التعددية" كقيمة اجتماعية سياسية.

ولما كانت وسائل الإعلام الجديد تقوم على الانتشار الشعبي، وتجميع عدد ضخم من المستخدمين، والمواطنين، على منصات إعلامية تواصلية واحدة مفتوحة للتفاعل، والحوار التشاركي، وإبداء التعليقات، هذا بجانب مشاركة الأفراد من خلال البرامج الحوارية المنتشرة في الفضائيات العربية، ومن خلال مواقع الحوار و (الدرشة) على مواقع الانترنت، الأمر الذي فرض نجاح الإعلام الجديد في التأكيد على أهمية قيمة الحوار كقيمة اجتماعية سياسية.

وتقدم الورقة البحثية مجموعة من التوصيات العملية التي من الممكن أن تفيد صانعي القرار في استغلال القدرات التكنولوجية للإعلام الجديد في نشر القيم الإيجابية بعامة، والقيم الاجتماعية السياسية بخاصة، التي يجب على النظام السياسي بثها وتأكيداها في نفوس أعضاء المجتمع؛ لإبراز هوية المجتمع، وتحقيق الاستقرار بين مختلف فئاته، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى انعكاس تلك القيم على الشعور بالهوية الوطنية، والانتماء للوطن، والمساهمة في إعداد الفرد تجاه المشاركة السياسية داخل المجتمع.

وتوصيات الورقة البحثية موجّهة لثلاث مؤسسات، هي: "جامعة الدول العربية"، و"وزارة الإعلام في مصر"، و"الأحزاب السياسية داخل مصر".

- أما عن التوصيات الموجّهة لجامعة الدول العربية، فتتمثل في :
  ١. تأسيس مرصد إعلامية عربية - لكل دولة عربية على حدة - تهتم بمتابعة ومراقبة انتشار ظاهرة الإعلام الجديد بشكل عام، وخاصة الفضائيات وقطاعها الخاص في الوطن العربي، يكون دورها متابعة القيم، والسلوكيات التي تطرأ على النظام القيمي في المجتمع، بحيث يتم غرلة الطالح منها، والحث على صالحها، ودراستها بمناهج علمية

- متطورة تستوعب تطورات هذه الظاهرة، بما يلائم ثقافة وأخلاقيات مجتمعاتنا العربية، وتحد من التبعية العمياء، التي ينقصها الوعي.
٢. إيجاد وسائل تحقق التنسيق بين المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، والاستفادة البينية بين بلدانه، في تبادل الخبرات، واستثمار ما تملكه بعض الدول الإسلامية من تكنولوجيا متقدمة في مجال الاتصال والمعلومات، بما يؤطر لمنهجية عمل واضحة المعالم لإنشاء جهة معنية بالإعلام الرقمي لتولي مسؤولية تنظيم القطاع، وتوفير أدوات التدريب والتأهيل للصحفيين والإعلاميين.
٣. سن تشريعات قانونية صارمة، يكون من شأنها تنظيم ظاهرة الإعلام الجديد في الوطن العربي، بحيث تحد من تغليب الجانب الشكلي والتقني - المثير للغرائز - على جانب المحتوى والمضمون الذي يصون الروح، ويحفظ القيم الإيجابية، واستعادة الدور الحقيقي للإعلام في اخبار الناس، ونشر المعرفة، وبث الوعي.

• أما عن التوصيات الموجهة "لوزارة الإعلام في مصر"، فتمثل في :

١. العمل على توفير منصات تدريب حديثة للعاملين في وسائل الإعلام، تشمل على برامج تدريبية في مجالات الإعلام الجديد؛ مثل: البث الرقمي، والتحرير الإلكتروني، وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، وآليات رصد وقياس الرأي العام، للاطلاع المستمر على القيم المستجدة، وبالتالي التوجيه السليم لها.
٢. وضع ضوابط مهنية وأخلاقية ملزمة للصحفيين عند كتابة الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وإلزام الصفحات العامة بتبني هذه الضوابط وفق أطر قانونية ملزمة.
٣. حث مؤسسات الدولة العامة والخاصة على تدشين صفحات للتواصل مع الجمهور عبر منصات الإعلام الجديد، تتحلّى بالطابع الرسمي المعتمد، لرفع الوعي، والنتقيف، والرد على ما يثار من شائعات ودحضها فور شيوعها عبر مختلف الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.
٤. صياغة رؤية إعلامية موحدة لمؤسسات إعلام الخدمة العامة - ماسبيرو مثلاً؛ للوقوف على تحديات الإعلام الجديد، وتقادي نشر المحتوى المضلل والمزيف، والتي من المؤكد ستؤثر في القيم الإيجابية لدى الأفراد.

- أما عن التوصيات الموجهة للأحزاب السياسية في مصر، فتتمثل في :
  ١. قيام الأحزاب السياسية بالنتقيف السياسي، والتنوعية بقضايا الشأن العام وخاصة تلك القضايا الراهنة التي تتمثل في الترويج لبعض الشائعات التي تخص قضايا السياسة الداخلية والخارجية، من خلال قيام الأحزاب السياسية في المحافظات، خاصة المحافظات النائية، بتنظيم قوافل ثقافية إبداعية تحتوي ترويجاً للأفكار التي تعزز قيم المجتمع سياسياً، وأمنياً، وفكرياً، ودعم القيم الأخلاقية، والهوية الوطنية، والقومية، وتكذيب الشائعات المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد، ونشر ثقافة التعليم والتعلم وكيفية التأكد من المعلومات.
  ٢. ضرورة التفاعل بين الأحزاب السياسية، والجهات التنفيذية من أجل تفعيل قانون الخدمة العامة، ودعم العمل التطوعي، فالتعبير عن الرأي كقيمة اجتماعية سياسية مثلاً، عبر منصات التواصل الاجتماعي قد يكون مضيعة للوقت، في حين أن هناك إمكانية طرح الآراء والرؤى من خلال القنوات الشرعية المتمثلة في الأحزاب من أجل الحوار، وطرح مشروعات قوانين، وآليات رقابية في البرلمان.
  ٣. قيام الأحزاب السياسية بالاتصال الجماهيري من خلال ندوات التثقيف السياسي، ويمكن أن يتم ذلك من خلال استحداث لجنة للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في كل حزب سياسي؛ لمواجهة ما يبث من سموم وأكاذيب قد تصل إلى عقول الشباب، ومن ثم تؤثر في قيمهم.



## المراجع

### أولاً - المراجع العربية :

١. ابن منظور: "لسان العرب"، (تحقيق): عبد الله على الكبير وآخرون، دار المعارف، القاهرة، بدون تاريخ.
٢. إبراهيم الموسوي: "دور المؤسسات الإعلامية في تحفيز ثقافة الحوار"، جامعة المعارف، لبنان، ٢٠١٩، متاح في :  
<http://www.mu.edu.lb/conferences/dialogue-sessions>. Accessed on : 2-6-2020.
٣. أبي الحسين أحمد بن فارس: "مقاييس اللغة"، (تحقيق): عبد السلام محمد هارون، ج٣، دار الفكر، القاهرة، ١٩٧٩.
٤. اتحاد إذاعات الدول العربية: "البث الفضائي العربي: التقرير السنوي ٢٠١٦"، اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، جامعة الدول العربية، تونس، ٢٠١٦.
٥. أحمد زايد وآخرون: "الأطر الثقافية الحاكمة لسلوك المصريين واختياراتهم: دراسة لقيم النزاهة والشفافية والفساد"، (تقديم): أحمد درويش، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
٦. أحمد زايد وآخرون: "قيم التنمية"، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠١٠.
٧. أحمد زكي بدوي: "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٢.
٨. أحمد زكي بدوي: "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٢.
٩. أحمد سيفان: "قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية"، مكتبة لبنان، بيروت، ٢٠٠٤.
١٠. أحمد عبد الحليم عطية: "القيم في الواقعية الجديدة"، دار الثقافة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.
١١. أحمد مجدي حجازي وآخرون: "تحو منظومة القيم الإيجابية الداعمة لرؤية مصر"، مركز الدراسات المستقبلية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠٠٨.
١٢. إسماعيل عبد الفتاح: "القيم السياسية في الإسلام"، الدار الثقافية، القاهرة، ٢٠٠١.
١٣. اعتماد علام: "اختلالات منظومة القيم في عالمنا المعاصر: رؤية تحليلية"، (في): "القيم في عالم متغير"، (تحرير): على عبد الرازق إبراهيم ومحمود مصطفى كمال، الندوة العلمية السنوية الثانية، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنيا، ٢٠١٣.

١٤. أميرة الديب: "أسس بناء القيم الخلقية في مرحلة الطفولة"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢.
١٥. أميره محمد الخضر: "دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية بالتطبيق على قناة طيبة الفضائية خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٤)"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة الرباط الوطني، السودان، ٢٠١٥.
١٦. أمين سعيد عبد الغني: "تأثير الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي"، (في): "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق"، المؤتمر العلمي التاسع، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣.
١٧. باقر النجار: "الفضاء السيبرني وتحولات القيم" (في): "الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم"، (تحرير وتقديم): عبد الإله بلقزيز، سلسلة كتب المستقبل العربي، (٦٩)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠١٣.
١٨. حنان على أحمد: "الإعلام الإسلامي: مفهومه وخصائصه"، مجلة طريق العلوم التربوية والاجتماعية (Route Education and Social Science Journal)، المجلد (٥)، العدد (١)، ٢٠١٨.
١٩. خلاف خلف الشاذلي: "تداعيات ثورة ٢٥ يناير على قيم العمل والدافعية للإنجاز: رؤية نظرية"، ندوة "القيم في عالم متغير"، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنيا، ٢٠١٣.
٢٠. الراغب الأصفهاني (أبو القاسم الحسين بن محمد): "المفردات في غريب القرآن"، (تحقيق): صفوان عدنان الداودي، دار القلم، دمشق، ١٩٩٢.
٢١. سعيد ناصف: "تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية: دراسة اجتماعية ميدانية"، النور، القاهرة، فبراير ٢٠٠٧.
٢٢. سيد محمد ساداتي الشنقيطي: "وظيفة الإخبار في سورة الأنعام"، سلسلة دراسات في الإعلام الإسلامي والرأي العام، مركز الدراسات والإعلام، دار إشبيلية، الرياض، ١٩٩٧.
٢٣. شيماء بلونيس: "دور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، ٢٠١٥.

٢٤. صابر حارص محمد: "أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، السنة السادسة، العدد (١٩)، ٢٠١٨.
٢٥. عادل العوا: "العُمدَة في فلسفة القيم"، دار طلاس، دمشق، ١٩٨٦.
٢٦. عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق، عمان، د، خ.
٢٧. عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، بحث متاح في:  
www.dopdfwn.com/cocnoscana/scanonanya/pdf-books-org-DSNp6.pdf. Accessed on: 1-11-2019.
٢٨. عبد الرازق غزال ووفاء بورحلي: "تكريس التعددية الإعلامية عبر تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية: الملامح، المقومات والعوائق"، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد (١١)، العدد (٤٦)، ٢٠١٩.
٢٩. عبدالله خميس الكندي: "تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الثقافية في العالم العربي: إطار تحليلي نقدي لتحديد التأثيرات وكيفية دراستها"، حوليات جامعة الجزائر، العدد (٢٣)، ٢٠١٣.
٣٠. عصام نصر سليم: "حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الانترنت: دراسة تحليلية"، (في): مجموعة من أساتذة الجامعات المصرية: "كتابات اجتماعية معاصرة مهداة للأستاذ الدكتور السيد محمد بدوي"، محمد سعيد فرح (محرر)، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
٣١. عطية محمود هنا: "القيم دراسة تجريبية مقارنة"، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٥.
٣٢. على ليلة: "تفعيل القيم في بحث اجتماعي"، (في): "القيم في الظاهرة الاجتماعية"، (تحرير): نادية محمود مصطفى وآخرون، أعمال الدورة المنهجية في كيفية تفعيل القيم في البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، (٦): (١١) فبراير، ٢٠١٠، دار التبشير للثقافة والعلوم، القاهرة، ٢٠١٢.
٣٣. عماد الفقي وآخرون: "دراسة حول حرية الرأي والتعبير في مصر: القيم والالتزامات والممارسات"، (تقديم): محسن عوض، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، ٢٠١٧.
٣٤. فهد بن عبد الرحمن الشميمري: "التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام"، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ٢٠١٠.

٣٥. كوثر علوب محمد: "الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية: دراسة على قيمة التكافل في السودان"، رسالة دكتوراه "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، ٢٠١٧.
٣٦. محمد الفاتح حمدي: "البث الفضائي العربي: الواقع الراهن واستشراف المستقبل"، مجلة المستقبل العربي، العدد (٤١٧)، السنة (٣٦)، ٢٠١٣.
٣٧. محمد أمين عبد الصمد: "القيم في الأمثال الشعبية بين مصر وليبيا في مجتمعي البيضاء الليبي والغرق المصري: دراسة مقارنة في الأنثروبولوجيا الثقافية"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٤.
٣٨. محمد بنهال: "الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية"، مجلة المستقبل العربي، السنة (٣٤)، العدد (٣٩٦)، ٢٠١٢.
٣٩. محمد شرف محمد هاشم: "دور الإعلام في التغيير في العالم العربي دراسة تحليلية"، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (٤٥)، العدد (٢)، ٢٠١٨.
٤٠. محمد شطاح: "فضاءات الشباب في الفضائيات العربية: دراسة نقدية"، مجلة المستقبل العربي، العدد (٣٨٦)، السنة (٣٣)، ٢٠١١.
٤١. محمد عمارة: "التعددية: الرؤية الإسلامية والتحديات الغربية"، نهضة مصر، القاهرة، ١٩٩٧.
٤٢. محمد منير حجاب: "الموسوعة الإعلامية"، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٣.
٤٣. محمود السيد عرابي: "تأثير العولمة على ثقافة الشباب المصري: دراسة ميدانية لعينة من الشباب في سياقات اجتماعية متباينة"، رسالة دكتوراه "غير منشورة"، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠٤.
٤٤. محمود محمد سفر: "الإعلام موقف"، الكتاب العربي السعودي، رقم (٦٣)، تهامة، المملكة العربية السعودية، ١٩٨٢.
٤٥. مخلوف بومدين: "أثر الانترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري: دراسة ميدانية ببعض نوادي الانترنت بمدينة المسيلة"، رسالة ماجستير "غير منشورة"، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، ٢٠١٠.

٤٦. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: "ورقة سياسات مستقبل منظومة القيم في مصر: منظومة التعليم والقيم"، مجلس الوزراء، القاهرة، ٢٠١٤.
٤٧. معهد البحرين للتنمية السياسية: "معجم المصطلحات السياسية"، سلسلة كتب، البحرين، ٢٠١٤.
٤٨. معهد التخطيط القومي والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة: "شباب مصر: بناء مستقبلنا"، تقرير التنمية البشرية، مصر، ٢٠٢٠.
٤٩. ناهد صالح: "البحث العلمي الاجتماعي في قضاياها ومناهجها"، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ٢٠٠٩.
٥٠. نايجل ووربيرتن: "حرية التعبير: مقدمة قصيرة جداً"، (ترجمة): زينب عاطف، (مراجعة): شيماء عبد الحكيم، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٣.
٥١. نسرين حسونة: "الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف"، شبكة الألوكة الثقافية، ٢٠١٤، متاح في: [www.alukah.net/w/ture/o/67973/](http://www.alukah.net/w/ture/o/67973/). Accessed on: 10-11-2019.
٥٢. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: "تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات"، القاهرة، ٢٠٢٠.
٥٣. وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري: "إستراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر (٢٠٣٠)"، القاهرة، ٢٠١٦.

### ثانياً - المراجع غير العربية :

1. Ane Tynyshbayeva: "Socio-Political Value Orientations of Kazakhstani Citizens: Contents and Possibilities of Realization of Social Support for Children", Social and Behavioral Sciences, Vol. 82, No. 1, 2013.
2. Barrie Axford and Richard Huggins: "New Media and Politics", SAGE Publications, London, 2001.
3. David J. Fritzsche and Effy Oz: "Personal Values Influence on the Ethical Dimension of Decision Making", Journal of Business Ethics, Vol. 75, No. 1, 2007.
4. Elizabeth C. Connors: "The Social Dimension of Political Values", Political Behavior, Jan, 2019. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09530-3>. Accessed on: 6-6-2020.

5. Internet World Stats: "Top 20 Countries with Highest Number of Internet Users", 2020, Available at: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>. Accessed on: 4-6-2020
6. Internet World Stats: "Top Ten Languages Used in the Web", April , 2019. Available at: <https://web.archive.org/web/20190601225651/https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. Accessed on : 4-6-2020.
7. Internet World Stats: "Usage and Population Statistics", Miniwatts Marketing Group, Colombia, 2020. Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>. Accessed on: 4-6-2020.
8. Linda Weiser Friedman and Hershey H. Friedman: "The New Media Technologies: Overview and Research Framework", SSRN Electronic Journal, April 2008, Available at: <https://www.researchgate.net/publication/228193979>. Accessed on :8-12-2019.
9. Miran Lavrič: "Socio-Political values and attitudes", (In): "Youth Studies Southeast Europe 2018/2019", The Friedrich Ebert Stiftung (FES), Berlin, 2019.
10. Ralph Barton Perry: "Realms of Value: A Critique of Human Civilization", Harvard University Press, USA, 2014.
11. Ralph Barton Perry: "General Theory Of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest", Harvard University Press, USA, 1950.
12. The Free Dictionary By Farlex: "New media: Encyclopedia article by TheFreeDictionary", 2019, Available at: <https://encyclopedia.thefreedictionary.com/new+media>, Accessed on: 1-12-2019.
13. William G. Jacoby: "Value Choices and American Public Opinion", American Journal of Political Science, Vol. 50, No. 3, 2006.