

ترشيد

**استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي
رؤية مقترحة من وجهة نظر النخب الدينية**

إعداد

د. محمد أحمد حسن ربابعة

أستاذ مساعد في الإعلام - الإعلام الإسلامي

قسم الدراسات الإسلامية

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - جامعة اليرموك

بات الإعلام الجديد اليوم بسماته وخصائصه المتميزة، وبوسائله وتطبيقاته المتنوعة له انتشار واسع وتزايد مطرد في أعداد مستخدميه وتأثيره الملموس فيهم، وهذه السمات وهذا الانتشار الواسع أسهم في نشر كثير من المضامين الخاطئة والمنحرفة والتي أصبحت تشكل خطراً على وعي متلقيها وعلى فكرهم وقيمهم وأخلاقهم وسلوكياتهم.

واستشعاراً بدور هذه الوسائل وأثرها، وبخطر هذه المضامين وتأثيرها، وحرصاً على ترشيد استخدام هذه الوسائل وتوجيه مستخدميها التوجيه الآمن والأسلم والأمثل؛ جاءت هذه الدراسة التي حرصت على تقديم جملة من الرؤى والمقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي وضوابطه الشرعية.

وكون الدراسة تقدم هذه المقترحات في ضوء التصور الإسلامي فهي تستهدف النخب الدينية المختصة؛ إذ هم الأقدر على تقديم الرؤى والمقترحات التي تثرى هذه الدراسة في هذا المجال.

وتكوّنت الدراسة من جانبين؛ الجانب الأول وهو الجانب النظري؛ عرض فيه الباحث لتعريف الإعلام الجديد وبيان أبرز مزاياه وسماته، والأدلة والشواهد التي تبين قوة تأثير الإعلام الجديد من خلال استدعاء الشواهد والأمثلة الواقعية على ذلك، ثم استخلاص أهم الأسباب العلمية لهذه القوة الفاعلة والمؤثرة لها. وأما الجانب الثاني فهو جانب الدراسة الميدانية التي توجهت إلى استطلاع آراء النخب الدينية حول مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي.

وخلصت الدراسة إلى تقديم جملة من الرؤى والمقترحات وفق آراء النخب الدينية المتخصصة لترشيد استخدام الإعلام الجديد، ومقترحات للتعامل مع مضامين الإعلام الجديد المنحرفة في المجالات المختلفة؛ الفكرية، والعقدية، والدينية، والأخلاقية، والسلوكية.

وأوصت الدراسة بضرورة الالتفات إلى الإعلام الجديد وإيلائه مزيداً من الأهمية في الدراسات والبحوث التي تعنى بوضع خطط استراتيجية محكمة لترشيد استخدامه وتوجيه مستخدميه استخداماً آمناً ورشيداً.

الكلمات المفتاحية: ترشيد، الإعلام الجديد، التصور الإسلامي، النخب الدينية.

Rationalizing the use of the new media in light of the Islamic perception

**A vision proposed from the point of view of
religious elites**

Abstract

Today, the new media has become known for its distinctive characteristics and characteristics. It has a wide spread and a steady increase in the number of users and its tangible impact. These characteristics have contributed to the spread of many misconceptions, which have become a danger to the recipient's awareness, thoughts, values, morals and behavior.

Taking into consideration the role and impact of such means, and the risk and impact of these implications, and in order to rationalize the use of these means and to guide their users to safe, safe and optimal guidance. This study, which was keen to provide a number of visions and proposals to rationalize the use of new media in the light of the Islamic perception and its legitimate controls.

And the fact that the study offers these proposals in the light of the Islamic perception is aimed at the competent religious elites; they are able to provide the visions and proposals that enrich this study in this area.

The study consisted of two aspects: the first aspect is the theoretical aspect; the researcher presented the definition of the new media and the most prominent features and features, evidence and evidence that show the strength of the impact of the new media by calling the evidence and real examples, and then draw the most important scientific reasons for this force and

influential. The second aspect is the side of the field study, which was directed to the opinion of religious elites on the proposals to rationalize the use of the new media in the light of the Islamic perception.

The study concluded by presenting a number of visions and proposals according to the opinions of the religious elite specialized in rationalizing the use of the new media and proposals to deal with the new media contents deviant in various fields; intellectual, religious, ideological, moral and behavioral.

The study recommended the need to pay attention to the new media and give it more importance in the studies and researches that are concerned with the development of strategic plans to rationalize its use and guide its users in a safe and rational manner.

Keywords: rationalization, new media, Islamic perception, religious elites.

المبحث الأول المدخل المنهجي

: :

الحمد لله رب العالمين الذي علم الإنسان ما لم يعلم، وأشرف الصلاة والسلام على نبينا محمد معلم الناس الخير ومرشدهم إلى الطريق السوي، وعلى آله وأصحابه الكرام، وبعد؛

فإنّ الفضاء الإعلامي يشهد اليوم تطوراً في تقنياته، وتنوعاً في وسائله ووسائطه، واطراداً ملحوظاً في أعداد مستخدميه، وتنامياً في كثافة الرسائل والمضامين المبتوثة والمتناقلة خلاله. وهذه السمات التي تميّز بها الإعلام الجديد، ونوعية جمهوره وخصائص مستخدميه، وتغيّر طبيعة العملية الاتصالية والبيئة المؤثرة فيه، جعلت منه نمطاً سائداً، وفاعلاً ومؤثراً في جماهيره ومستخدميه. وهذا ما ذكره خبراء الاتصال ومنظّروه؛^(١) فالدراسات التي أجراها (Maxwell) أكدت أنّ لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في تحديد أو ترتيب أولويات أفراد المجتمع، وأنّ لها دوراً مؤثراً في صياغة وتشكيل الحقائق.^(٢) وأن وسائل الإعلام تقوم بدور رئيس، وفي الغالب تأثيرها حتمي.^(٣)

ومن العوامل المؤثرة في نوع التأثير وحجمه طبيعة الوسيلة الإعلامية؛ فوسائل الاتصال التقليدية أثبتت أثرها عبر عصور خلت، كالصحافة والإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال المباشر كالخطب والندوات وغيرها. ولكن بتطور الوسائل وظهور التقنيات الاتصالية الحديثة وظهور نمط الإعلام الجديد؛ سهل نقل المعلومات بسرعة فائقة إلى أوسع الشرائح الاجتماعية مما أظهر أثره الملموس على مستخدميه في كثير من القضايا الفكرية والدينية والسياسية والاجتماعية وغيرها.

ومما أذكى فاعلية هذا النمط الاتصالي الجديد وضاعف من قوة تأثيره، تغيّر طبيعة العملية الاتصالية والبيئة والعوامل الأخرى ذات الصلة بها؛ فهذه التقنيات المتطورة بما لها من سمات وبما فيها من تطبيقات وبرامج مختلفة، وفرت مجتمعا افتراضياً بديلاً عن المجتمع الحقيقي، ويسرت سبل التشارك والتفاعل في هذا المجتمع، ورفعت من سقف الحرية الإعلامية حتى أصبح بإمكان أي فرد أن يطلع على ما شاء من الرسائل والمضامين وفي الكيفية والوقت الذي يشاء، وبالتالي يتم تداول المعلومة والتعليق عليها والتفاعل معها بحرية وسهولة. إضافة إلى ذلك فإن نمط الإعلام الجديد وفر بيئة اتصال خاصة ينفرد فيها الشخص بالوسيلة، فيتلقى ما يشاء من الرسائل وينشر ما يشاء من غير استئذان أو رقابة، ولا تمر عبر حارس

بوابة، ولا تنتظر قرار مسئول يشذبها (يفلترها) أو يُعمل مقصده فيها قبل نشرها، ولا تنتقل على مرحلتين كما كان سائداً في نمط الإعلام التقليدي غالباً.

هذا وغيره مما طرأ على النمط الاتصالي وتمييز به الإعلام الجديد، أسهم في نشر كثير من المضامين الخاطئة والمنحرفة، التي أصبحت تشكل خطراً على وعي متلقيها وعلى فكرهم وقيمهم وأخلاقهم وسلوكياتهم. ومن خلال الرصد والمتابعة لما ينتشر من مضامين خلال وسائل الإعلام الجديد يمكن تصنيف هذه المضامين الخطرة والضالة بأربعة مجالات رئيسة، هي: أولاً: مضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف. ثانياً: المضامين الدينية المنحرفة مثل: التفسيرات الشاذة، والفتاوى الضالة، والأحاديث المكذوبة. ثالثاً: مضامين الانحرافات الفكرية والعقدية، مثل: الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية الخادعة... رابعاً: مضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية، مثل: متابعة المواقع الإباحية وإدمانها، تشجيع العلاقات غير الشرعية بين الجنسين كالشذوذ والمثلية وزنا المحارم، والترويج للمخدرات بأنواعها التقليدية والرقمية، وتلميع القذوات المزيفة والإغراء بتقليدهم.

هذه المضامين تشكل خطراً على وعي الأفراد وفكرهم وعقيدتهم وقيمهم وسلوكياتهم، وتجعلهم عرضة للاستلاب الفكري أو الاستهداف والاختطاف التي باتت تصطاد شباب أمتنا وتهدد مجتمعاتنا وتفضّ مضاجع الأمنيين من العالمين، وهذا يُشعر بخطورة هذه الوسائل وينبئ بأثر هذه المضامين، وهذا يدعو الساسة والخبراء الغيورين على أبنائنا وأوطاننا أن يلتفتوا إلى هذه الوسائل ومزاياها ومستجداتها، فيحكموا وضع الخطط التي ترشد أبناءنا وتوعيتهم وتحصنهم من مثل هذه المضامين الضالة والمنحرفة؛ لنلا نخطفهم المواقع الملوثة فكرياً وسلوكياً، ولكي لا تستحوذ عليهم الجماعات المتطرفة من خلال الانفراد بهم في حوارات خاصة تتيحها مثل هذه الوسائل والتقنيات الحديثة، ولنلا تنفرد بتوجيههم وتحريكهم بعيداً عن قيم الأمة وثوابتها الدينية والوطنية والأخلاقية.

واستشعاراً بدور هذه الوسائل وأثرها، وإدراكاً لخطر هذه المضامين وتأثيرها، وحرصاً على ترشيد استخدام هذه الوسائل وتوجيه مستخدميها التوجيه الأمثل والأسلم والأفضل؛ جاءت هذه الدراسة التي حرصت على تقديم جملة من الرؤى والمقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي وضوابطه الشرعية. مستنيرة برأي النخب الدينية وخبراهم في هذا المجال. كما تُبرز هذه الدراسة في جانبها النظري مزايا الإعلام الجديد وخصائصها، وتبرهن على قوة تأثيره من خلال استدعاء الشواهد والأمثلة الواقعية، كما تبين الأسباب العلمية لهذه القوة الفاعلة والمؤثرة لها.

والله تعالى أسأل أن يجعله في ميزان حسناتنا ووالدينا وذريتنا، وأن يقبله منا خدمة لأمتنا. أمين

:
تتمحور مشكلة الدراسة حول بيان أهم الرؤى والمقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد وما ينتشر خلاله من رسائل ذات مضامين منحرفة فكريا وعقديا وأخلاقيا وسلوكيا، وتتجه الدراسة إلى الاستئارة بآراء النخب الدينية المتخصصة للاسترشاد بها في تقديم هذه المقترحات والرؤى في ضوء التصور الإسلامي. ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالسؤال المحوري التالي: كيف يمكن ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي من وجهة نظر النخب الدينية؟

:
تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤى ومقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد وتوجيه مستخدميه إلى آلية التعامل مع رسائله خاصة مضامينه الخاطئة والمضللة التي تنتشر خلاله، ولتحقيق هذا الهدف تتجه الدراسة في إطارها؛ النظري، والميداني لتحقيق الأهداف الرئيسية والفرعية التالية:

:
بيان مفهوم الإعلام الجديد، وأبرز مسمياته، وأشكاله، وسماته.
استدعاء أهم الشواهد والأمثلة الواقعية التي تؤكد قوة تأثير الإعلام الجديد.
بيان أهم العوامل والأسباب التي تؤثر في فاعلية التأثير لوسائل الإعلام الجديد.

:()

أ. معرفة كيفية ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي من وجهة نظر النخب الدينية
ب. بيان الرؤى والمقترحات لترشيد استخدام وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر النخب الدينية.

:
يسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال المحوري للدراسة: كيف يمكن ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي من وجهة نظر النخب الدينية؟ كما يجيب البحث على تساؤلات الدراسة بجانبها؛ النظري والميداني، والمتمثلة بما يلي:

:
أ. ما مفهوم الإعلام الجديد، وما أبرز مسمياته، وأشكاله، وسماته؟
ب. ما أبرز الشواهد والأمثلة الواقعية التي تؤكد قوة تأثير الإعلام الجديد؟

ت. ما أهم العوامل والأسباب التي تؤثر في فاعلية التأثير لوسائل الإعلام الجديد؟

:

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) على مقترحات ترشيح الإعلام الجديد من وجهة نظر النخب الدينية تُعزى لاختلاف المتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مجال العمل)؟

:

تقوم هذه الدراسة على جانبين؛ الجانب النظري لموضوع الدراسة وما يتعلق بمفاهيم ومصطلحات الدراسة، وأشكال وسمات الإعلام الجديد والشواهد التاريخية والواقعية على قوة تأثيره في مستخدميه، وأسباب هذا التأثير، والمنهج المتبع في مثل هذه الدراسات هو المنهج الاستقرائي الذي يعتمد على استقراء الجهود السابقة للمهتمين في هذا الجانب، إضافة إلى المنهج التاريخي الذي يقوم على منهجي الاستدعاء والاستلهام؛ من خلال استدعاء الشواهد التاريخية والأحداث الشاهدة للموضوع، واستلهام الدلالات والدروس منها.

وأما الجانب الثاني من هذه الدراسة فهو الجانب الميداني الذي يهدف إلى استطلاع آراء النخب الدينية المتخصصة في هذا الجانب، وتندرج هذا الدراسة في جانبها الميداني ضمن إطار البحوث الوصفية؛ التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه،⁴ وتستخدم هذه الدراسات الوصفية لدراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة فيها، وتهتم بوصفها وصفا دقيقا وتعبر عنها تعبيراً كلفياً أو تعبيراً كمياً،⁵ وذلك تحقيقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها.

والموضوع الذي تُعنى به هذه الدراسة هو؛ ترشيح استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي من خلال تقديم رؤى ومقترحات من وجهة نظر النخب الدينية. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة ومعالجة مشكلتها والإجابة على تساؤلاتها، فإن الدراسة تعنى بإجراء دراسة على عينة من النخب الدينية المتخصصة لبيان رأيهم حول مقترحات ترشيح استخدام الإعلام الجديد.

واعتمد الباحث في إجابته على تساؤلات الدراسة النظرية على جهود السابقين بالإضافة لرصد بعض الشواهد التاريخية الشاهدة على ذلك، وأما في إجابته على تساؤلات الجانب الميداني فقد اعتمد الباحث على أداة الاستبانة؛ وتعد الاستبانة من

الأدوات التي تستخدم في جمع بيانات أولية أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة مقدماً.^(٧) وعمد الباحث إلى تصميم أداة دراسته إلكترونيًا وهو ما يعرف بـ "الاستبانة الإلكترونية"^(٨) وهذا النوع بات نمطا شائعا في معظم البحوث خاصة التي تتميز بزيادة أعداد المبحوثين وانتشارهم وصعوبة الوصول إليهم، فضلا عن أن التطور التقني قد سهل طرائق البحث ووسائله وألية الوصول إلى الفئة المستهدفة منه، وحيث والنخب هم العينة المستهدفة في هذه الدراسة، وهم ممن يستخدمون التقنيات الإلكترونية ويتفاعلون معها، فناسب استخدام هذه الأداة الإلكترونية في هذه الدراسة.

هناك كثير من الدراسات والبحوث ذات الصلة غير المباشرة بموضوع الدراسة، اطلع عليها الباحث وأفاد منها في جوانب من دراسته هذه، وفيما يلي ذكر بعضها:

١. دراسة محمد قيراط (٢٠١٧م)، الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة.^(٩) هدفت الدراسة إلى بيان أنواع المحطات والمنابر التي تستعملها الجماعات الإرهابية وأهدافها المرجوة من ذلك الاستعمال، وأكدت الدراسة على قوة الإعلام الجديد والاستخدام المكثف لهذه الوسائط الجديدة من قبل الإرهابيين، وتطرقت الدراسة إلى ماهية الإعلام الجديد ومميزاته، وجذور الإرهاب وأسبابه وتحدياته، وماهية الإرهاب الإلكتروني وخصائصه. وخلص الباحث إلى التأكيد على خطورة جرائم الإرهاب الإلكتروني وأن هذا اللون أصبح هاجسا يشغل الدول، وخطر مستخدميه يتفاقم يوما بعد يوم، وخلصت الدراسة إلى أن الجهود المبذولة لمواجهة الإرهاب الإلكتروني ما زالت بحاجة إلى المزيد من الجهود والبحوث والدراسات والتنسيق والتشريع والتنظيم لاحتواء هذه الظاهرة الخطيرة؛ فمواجهة الإرهاب الإلكتروني تحتاج إلى استعدادات كبيرة من قبل كل دولة سواء في الجانب المعرفي، أو اللوجستي، أو القانوني والتشريعي.

٢. دراسة جيدور حاج بشير، (٢٠١٧م) أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية: دراسة مقارنة.^(١٠) هدفت الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأدوات الإعلام الجديد في عملية الديمقراطية في الدول العربية. وسعى الباحث إلى الإجابة عن التساؤل الآتي: ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التحول الديمقراطي في الدول العربية وفي تنشيط العملية السياسية فيها وإعطائها بعداً تفاعلياً؟ واستعان الباحث بعدد من المناهج، منها: المنهج التاريخي لمتابعة التسلسلات التاريخية لبعض الأحداث المتعلقة بموضوع الدراسة، ودراسة الوثائق التاريخية، والمنهج المقارن في دراسة نقاط التشابه والاختلاف بين البيئات محل الدراسة (الدول العربية)، ودراسة نقاط التشابه والاختلاف بين أنواع وسائل التواصل الاجتماعي، وإمكانيات وتأثير وطريقة عمل كل واحدة منها، واعتمد الباحث أيضاً على المنهج الوصفي التحليلي في وصف

الظاهرة المراد دراستها ثم تحليلها. وقام الباحث بالاعتماد على جمع المعلومات من خلال البحث البيبليوغرافي، وأرشيف الصحف، ومقالات ودراسات المجالات الأكاديمية والعلمية، والمواقع الإلكترونية الرسمية والحكومية والمتخصصة. وقد خلص الباحث إلى جملة نتائج من أهمها: أنّ الحراك العربي الذي جاء من خلال أدوات الإعلام الجديد وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، وامتد بنفس الأداة إلى عدد من الدول العربية بنفس الوتيرة تقريباً. وأنّ الشبكات الاجتماعية قدمت للنوار عوناً وساعدتهم على الوصول إلى جماهير تشاطرهم أفكارهم وتحمل معهم فلسفتهم، وربط خطوط اتصال وتواصل لشد أطراف الحراك ببعضها. وأنّ الحراك العربي استفاد من تطور الإعلام الجديد، واكتسب اتقاناً وكفاءة مع أدواته خاصة وسائل التواصل الاجتماعي.

٣. دراسة عائشة خالد البطش، (٢٠١٦م) تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة^(١١) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة. وتعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم جمع بياناتها بواسطة صحيفة الاستقصاء والمقابلة غير المقتنة. واختارت الباحثة عينة عشوائية بسيطة من النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية بحجم مائة وخمسون مفردة من المجتمع الأصلي من الضفة الغربية وقطاع غزة، وخلصت الدراسة إلى جملة نتائج من أهمها: أنّ قضية حصار غزة لم تحظ بالاهتمام الكافي من بين القضايا التي ركز عليها الإعلام الفلسطيني، وأنّ الانقسام الفلسطيني الداخلي أحد أهم المعوقات الداخلية المؤثرة على الخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية الحصار.

٤. دراسة سازان والدبيسي، (٢٠١٦م) سازان سامان عبد الحميد، وعبد الكريم علي الدبيسي، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية^(١٢) هدفت الدراسة إلى تقييم النخبة العراقية لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، واستخدم الباحثان المنهج المسحي على عينة عمدية من فئات النخبة العراقية الثلاث: السياسية، والأكاديمية، والإعلامية. وخلصت الدراسة إلى أنّ القنوات الفضائية تحظى بالأولوية في متابعة النخبة، وأنّ وسائل الإعلام العراقية تنشر بعض المواضيع التي تثير الصراع الطائفي، وأنها تستخدم خطاباً موجهاً للصراع الطائفي والعرق، ويغلب على رسائلها لغة التحريض الطائفي.

٥. دراسة الرميح، يوسف بن أحمد (٢٠١٥م) الإرهاب والإعلام الجديد .. "الإرهاب الرقمي"^(١٣) تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الفاعل والنشط والخطير لوسائل الإعلام الجديد ووسائطه، واستغلال المنظمات الإرهابية لمزايا الإعلام الجديد في توظيفه لخدمة أجنداتهم وترويج أفكارهم واستقطاب أتباع لهم وممولين لمنظمتهم. وذكرت الدراسة أنّ ٨٠% من الذين انتسبوا إلى تنظيم داعش تم تجنيدهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وذكرت الدراسة أشكال التوظيف

الخطر للإعلام الإلكتروني، منها: التنقيب عن المعلومات، حيث إن شبكة الإنترنت عبارة عن مكتبة هائلة وملينة بالمعلومات الحساسة والخطيرة، والاتصالات، حيث تساعد الشبكة الإلكترونية على الاتصالات بين أعضاء الخلية الإرهابية بعضهم ببعض والتنسيق فيما بينهم ويرجع ذلك لقلّة تكاليف الاتصالات مقارنة بالوسائل الأخرى، كما تمتاز بوفرة المعلومات التي يمكن تبادلها بالصوت والصورة، أضف لذلك السرية والخصوصية الكبيرة التي من الممكن تفعيلها بسهولة، والتعبئة وتجنيّد إرهابيين جدد، وإعطاء التعليمات والتلقين الإلكتروني، وذلك بواسطة مواد مرئية ومسموعة تشرح وببساطة طرق صنع القنابل والأسلحة الكيماوية وغيرها. وخلصت الدراسة إلى بعض التوصيات والمقترحات لتطوير هذا المد الإرهابي الإلكتروني، ومن ذلك: سن قوانين فعالة وصارمة للتعامل مع الجرائم والإرهاب الإلكتروني وإساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واستشهد بتجربة المملكة العربية السعودية بإصدار قرار يقضي بعقاب يصل إلى السجن لحد عشر سنوات وغرامة تصل لخمسة ملايين ريال، وضرورة تجريم ما تفعله المنظمات الإرهابية بجميع أعمالها التخريبية والتجسسية والحربية وتشديد العقوبات على من فعلها أو دعمها، وكذلك قيام مزودي خدمة الإنترنت بالإبلاغ عن النشاط الإرهابي الملموس إن شعر بأنه يتضمّن التهديد أو الإصابة الجسدية الخطيرة لأي شخص أو مؤسسة، وقيام الأجهزة الأمنية بعمليات التشويش أو التعطيل لأجهزة الحاسب الآلي لمواجهة أعمال القصف الإلكتروني.

١. دراسة عبد الكريم علي الدبيسي، وزهير الطاهات، (٢٠١٣م) دور شبكات التّواصل الاجتماعيّ في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية^(٤). تهدف هذه الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التّواصل الاجتماعيّ الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة ومستوى منافسة شبكات التّواصل الاجتماعيّ لوسائل الإعلام التّقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أبرزها: انتشار استخدام شبكات التّواصل الاجتماعيّ بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة وسائل الإعلام التّقليدية والصحافة الإلكترونيّة، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنيّة والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنيّة الرسميّة وشبه الرسميّة، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام الإعلام الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

٢. دراسة سلام خطاب أسعد، (٢٠١٣م) الإعلام وصناعة الرأي العام.^(١٥) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أسس ووسائل صناعة الرأي العام في المجتمعات المعاصرة خاصة بعد اضمحلال الدور الذي كانت تقوم به الوسائل التقليدية مثل الأسرة والمدرسة، وذلك بالتركيز على الدور المتنامي تأثيراً وفاعلية لوسائل الإعلام الجماهيرية المرتبطة بشكل كبير بالتقنيات والتكنولوجيا الحديثة، بل وأخذت تتفوق بشكل ملحوظ على الوسائل التقليدية في إعادة صناعة وصياغة جديدة للرأي العام، وتكوين أسس ومبادئ قد لا تتماشى في أحيان كثيرة مع النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة محلياً وإقليمياً أو وطنياً. واتبع الباحث المنهج الوصفي في وصف طريقة تشكيل وتصنيع الرأي العام، وقد توصلت الدراسة إلى أن الثورة الانفجارية في وسائل الاتصال والأقمار الصناعية وأن العالم أصبح بما يعرف بالقرية الصغيرة التي حدثت في نهايات القرن العشرين كانت من العوامل الأساسية التي دخلت في تكوين وصناعة الرأي العام على اختلاف مستوياته، وأصبحت هذه الظاهرة ذات أبعاد سياسية واجتماعية وعالمية بالغة الخطورة.

٣. دراسة عجيزة، مروة شبل،(٢٠١٢) تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية^(١٦) هدفت الدراسة إلى معرفة الدور السياسي والإعلامي لوسائل الاتصال الإلكترونية في الثورة المصرية والمجتمع المصري، وتأثيراتها في معارف الجمهور واتجاهاتهم ومستوى تقييم النخبة لهذه الوسائل، وكانت الدراسة من نوع الدراسات المسحية الميدانية، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من النخبة المصرية يتابعون وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة بشكل دائم وبنسبة (٧٣,٣%) وهذه النتيجة المرتفعة تؤكد المكانة التي بدأت تحتلها الوسائل الإلكترونية كوسائل إعلامية جديدة.

٤. دراسة مبارك زوده، (٢٠١١م) دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية أنموذجاً.^(١٧) تهدف هذه الدراسة إلى بيان علاقة الإعلام الاجتماعي بتحريك الثورة التونسية وتصديرها إلى الكثير من الأقطار العربية، ومحاولة تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي، ومعرفة مدى حضور هذه الوسائل الإعلامية البديلة- الإعلام الاجتماعي- للإعلام التقليدي في الحياة اليومية للمواطن التونسي، وتحديد الوضعية التي تتموقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي ضمن المنظومة الاتصالية خصوصاً مع اكتساح الإنترنت للحياة اليومية الإنسانية. وعمد الباحث في دراسته إلى استخدام المنهج المسحي، واعتمد الباحث على أداتين من أدوات البحث العلمي وهي الاستمارة والاستبيان. وقد خلص الباحث إلى نتائج، منها: يعد موقع الفيسبوك هي الشبكة الأكثر استخداماً لدى الباحثين وهذا بنسبة (٦٨,٧٩%). وأن أكثر من ثلثي الباحثين يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق. وأن أكثر من نصف الباحثين قاموا باعتصام وهذا ما نسبته (١٨٥,٥٢%). وأسهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي، وأسهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

٥. Jorge Matthes,(٢٠١٠) Mass media and public opinion: Manipulating or enlightening.^(١٨)

هدفت الدراسة إلى الإجابة على تساؤل محوري هو: مدى قوة تأثير وسائل الإعلام في عملية تشكيل الرأي لدى الجماهير؟ وبين الباحث أن الهدف من هذه الدراسة هو إعادة النظر في مسألة الإعلام الجماهيري بشكل عام، وظروف تشكيل الرأي العام وعملية تغيير الرأي بشكل خاص، وتتمثل الفكرة الأساسية في تأطير هذا المنظور في أن وسائل الإعلام الحديثة تختار بعض المعلومات وتلقي الضوء عليها، وتستبعد معلومات أخرى. وخلص الباحث في دراسته إلى نتائج من أهمها: أن تأثير وسائل الإعلام الجديد تقتصر على أصحاب الآراء المترددة وغير المؤكدة والثابتة على وجهة نظر محددة، وعلى الرغم من التأثير القوي للإعلام، إلا أن أصحاب الوجهات الثابتة لن يتأثروا بالتغطيات الإعلامية، كونهم يعتمدون في الدرجة الأولى على الحجج الموضوعية التي تتوافق مع قناعاتهم الخاصة. وأن الإعلام الجديد غير الواعي لا يؤثر ولا يشكل تهديداً حقيقياً، ما دام الإعلام يزود الرأي العام بالحجج الموضوعية وينال ثقة المواطنين، وأن الخطر الحقيقي يتضاعف عندما تتوقف وسائل الإعلام عن القيام بدورها في نشر الأخبار الإعلامية الموضوعية.

من خلال استقراء جهود السابقين ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بموضوع هذه الدراسة، فإن الباحث -وبحدود اطلاعه وفق منهج الاستقراء الناقص- لم يطلع على دراسة متخصصة عُتبت بتقديم رؤى ومقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد وتوجيه مستخدميه إلى آلية التعامل مع المضامين الخاطئة والمضللة التي تنتشر خلاله، ولم يجد دراسة تُعنى باستطلاع آراء النخب الدينية المتخصصة في تقييم وتقديم رؤى ومقترحات خاصة بترشيد وتوجيه هذا الاستخدام.

والدراسات آنفة الذكر مع قيمتها وأهميتها إلا أنها جاءت بمجملها تشخيصية؛ تشخص ظاهرة الإعلام الجديد، وتؤكد في نتائجها على دور الإعلام الجديد في التأثير على الجماهير، وما اختص منها بدراسة النخب فمع قلتها ومحدوديتها إلا أنها اتجهت إلى استطلاع آراء النخب حول أداء الوسائل الإعلامية وتقييم أثرها ودورها، وأما دراسة الرميح فقد أشارت إلى مقترحات محددة للحد من ظاهرة الإرهاب الإلكتروني، وكانت هذه المقترحات قاصرة على الجانب الرقابي وتخاطب الجهات الأمنية والرقابية.

وتميّزت هذه الدراسة في كونها لم تأت تشخيصية كغيرها من الدراسات وإنما استفادت من بعض جوانب من الدراسات التشخيصية السابقة في أفكارها ومناهجها، ولكنها اتجهت إلى تقديم رؤية وعلاج مقترحة للتعامل مع هذه الظاهرة وما تبث فيها من مضامين خطيرة وضالة ومنحرفة، لذا فقد جاءت هذه الدراسة غير مسبوقة في موضوعها، ولعلها انفردت وتميّزت في أنها قدمت رؤى ومقترحاتها وفق رأي النخب الدينية المتخصصة.

تحتوي هذه الدراسة على مصطلحات يتكرر استخدامها وورودها في متن الدراسة، وفيما يلي بيان بإيجاز للمقصود منها:

١. ترشيد (Rationalizing): ترجع كلمة "ترشيد" إلى الجذر الثلاثي رشد، ومدار هذا اللفظ باشتقاقاته المختلفة على معنى التوجيه والدلالة والهداية إلى الخير والصواب. (١٩) ومن المعاني المستوحاة من هذا الجذر: التقنين والاتساق والتنظيم. (٢٠)

والترشيد يعني الاستخدام الأمثل للشيء. (٢١) وقصد منه أيضاً ترسيخ الشعور بالمسؤولية. وأخذاً بهذا المعنى كانت بعض الدول في ستينات القرن الماضي تطلق اسم وزارة الإرشاد على مؤسسات إعلامية. (٢٢)

استخدام الإعلام الجديد إجرائياً في هذه الدراسة يقصد به: توجيه استخدام وسائل الإعلام الجديد ووسائطه نحو الاستخدام الأمثل والأسلم من خلال تقديم روى ومقترحات يستفيد منها الأفراد المستخدمون له أو الأسر أو المؤسسات ذات العلاقة.

٢. (New media): على الرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر إلا أن هذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعلام ظهرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية الجديدة والمختلفة عما سبق. (٢٣)

إجرائياً في هذه الدراسة هو الوسائل والوسائط والتطبيقات الحديثة والمستجدة التي تُستخدم اليوم لتناقل الرسائل والمضامين المتنوعة؛ ومن ذلك وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر، ووسائط الاتصال كالواتس أب والسناب شات وغيرها.

٣. مصطلح التصور الإسلامي من المصطلحات الحديثة التي تستعمل في الدراسات الإسلامية، ويطلقها بعض الباحثين مرادفاً أو بديلاً لمصطلح الفكر الإسلامي، ويقصر البعض دلالة هذا المصطلح على الجوانب الاستنباطية أو الاجتهادية في الإسلام. (٢٤)

إجرائياً في هذه الدراسة بأنه المعايير والضوابط المستوحاة من روح الإسلام وتشريعاته وفلسفته، والتي تتحدد في ضوئها الروى والمقترحات لترشيد استخدام الإعلام الجديد والتعامل مع مضامينه وفق الضوابط الشرعية، ويكون ميزان الحكم على هذه المقترحات المقدمة هو ميزان الشريعة الإسلامية.

٤. النخب جمع نخبة، وبالإنجليزية: (Elite) وتشير كلمة النخبة عن طبقة معينة أو شريحة منتقاة من أي نوع عام، وهي تعني أيضاً الأقلية المنتقاة

من مجموعة اجتماعية، تتميز غالباً عن غيرها بفضل مواهبها الفعلية أو الخاصة المفترضة.

النخبة من منظور الباحثين الإيطاليين موسكا وباريتو: هي مجموعة قليلة من الأشخاص الذين توافرت لديهم شروط معينة ومواهب ذاتية بالشكل الذي يجعلها متميزة عن باقي أفراد المجتمع. أما لازويل فقد عدّ النخبة أنها "تلك الطبقة التي تتميز بقدرتها على التأثير أكثر من غيرها".^(٢٥)

والنخب تكون نوعيّة؛ ففي كلّ نشاط من أنشطة الحياة نخبة معينة تتميز عن غيرها. "والنخبة تمثل مجموعة من الأفراد الذين تتوافر لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار، وعليه فإنهم يضطلعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف".^(٢٦)

إجرائياً في هذه الدراسة، أنهم المتخصصون في

الشريعة الإسلامية والعاملون في المجال الديني، حيث تمّ تحديدهم وفق معيارين هما: المعيار الأول: التخصص العلمي: فهم المختصون بالشريعة الإسلامية وما يتصل بها من علوم ذات صلة مباشرة مثل: الإعلام الإسلامي والإصلاح الأسري من حملة الشهادات الجامعية (دكتوراه، ماجستير، بكالوريوس). والمعيار الثاني: مجال العمل والوظيفة الدينية للنخبة، ويتحدد ذلك في مجالات العمل التالية: "الأكاديميين المتخصصين في الشريعة في كليات الشريعة، والمفتين والدعاة والأئمة في مديرية الإفتاء ووزارة الأوقاف والشؤون الدينية، والقضاة الشرعيين والمختصين في الإصلاح الأسري، والمختصين أو الممارسين للإعلام الديني، والمدرسين الشرعيين في المؤسسات التربوية التعليمية".

: :

من أنسب النظريات الإعلامية اتفاقاً مع غرض الدراسة، نظرية المسؤولية الاجتماعية، وفيما يلي بيانها وتوجيهها وفق التصور الإسلامي:

١. : نظرية المسؤولية الاجتماعية جاءت

أصلاً ردة فعل على نظرية الحرية (الليبرالية)، وجاءت نتيجة إسهامات لجنة حرية الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكتابات هوكنج (William Hocking)، ونتيجة دراسات اللجنة الملكية للصحافة البريطانية وغيرها. وتقوم هذه النظرية على مسلمة أساسية منها: أن الحرية حقّ وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، فالإعلام في ظل المجتمعات الديمقراطية يتمتع بامتيازات ولكن عليه مسؤولية تجاه المجتمع، من خلال وضعه والتزامه بمعايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، وهذه المسؤولية إن قصر الإعلام بالالتزام بها وجب على جهات أخرى في المجتمع التأكيد على دوره ووظائفه ومسؤولياته التي يجب أن يتحملها ويقوم بها تجاه المجتمع، وبناء على معطيات هذه النظرية فإنه يحظر على

وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ما له تأثير سلبي في المجتمع. (٢٧)

وعلى الرغم من قيمة هذه النظرية ووجاهة طرحها ودورها في محاولة ضبط الممارسة الإعلامية وأداء الوسائل الإعلامية، إلا أنها في ظل الإعلام الجديد قد يتراجع دورها وقدرتها على تحقيق أغراضها؛ لأنّ الإعلام الجديد بميزاته وقدراته سيكون من الصعوبة قيامه بأدواره ومسؤولياته، والأصعب هو مساءلته عن قيامه بدوره أو تقصيره بواجبه أو مخالفته لقيم وثوابت المجتمع.

وهنا يضطلع دور المسؤولية الاجتماعية للإعلام في ضوء التصور الإسلامي، وتبرز لتكون الأنسب والأقدر على التعامل مع بيانات الإعلام على اختلافها وتنوعها؛ لأنها لا تستمد الشعور بالمسؤولية من ضغط العقل الجمعي ولا من الإرهاب المادي والمعنوي ولا حتى من موثيق الشرف الإعلامية العالمية، ولا من وثيقة حقوق الإنسان، وإنما ترتبط المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الإسلامي بالرقابة الذاتية والوازع الإيماني الالتزامي الداخلي، وليس من جهة إلزامية قسرية بحيث يمكن التهرب منها أو مخالفتها في ظل غياب عين الرقيب أو الغياب عن القانون. (٢٨)

"وهناك أركان ثلاثة للمسؤولية الاجتماعية في المجتمع المسلم هي: الرعاية: فكل من في الجماعة راع، وهو مسؤول عن رعيته، والهداية: وهي مسؤولية الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والسعي لإصلاح الفساد والمفسدين الذين يضررون المجتمع، والإتقان: فالمسلم مطالب بإتقان كل عمل يكلف به وبذل أقصى طاقاته بحيث يكون على دراية كافية فيه. فالمسؤولية الإعلامية في الشريعة الإسلامية يمكن تعريفها أنها: "مجموعة القيم والأخلاقيات التي يلزم الإنسان بها نفسه إلزاماً فطرياً بالخلقة، ومكتسباً بالمهنية لرعاية حق الجمهور في المعرفة الصادقة والهادفة المستندة إلى مفاهيم القرآن والسنة النبوية ويكون مسؤولاً عنها في الدنيا والآخرة". ويمكن أن تنعكس أركان هذه المسؤولية على الإعلام بما يلي:

- أهم معالم مسؤولية الإعلام إزاء المجتمع هي: الدفاع عن الحريات العامة، والدفاع عن القيم الاجتماعية، وتأكيد حق المجتمع في المعرفة، والدفاع عن مصالح المجتمع بشكل عام ومحاربة الفساد والانحراف.

- مسؤولية الإعلام الإسلامي إزاء الدولة: الحفاظ على أمن الدولة وحمايتها، والامتناع عن نشر المعلومات التي يمثل نشرها ضرراً بالمصلحة العامة

- في المجال الإعلامي يجب أن يحتل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مساحة مهمة في العمل: فالواجب يحتم على الإعلامي المؤمن برسالته الواعي لها، أن ينهض بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فيما يكتبه وينشره من أخبار ومقالات وغيرها حتى يسهم بمجهوده في تبصير الناس بما يجب عليهم عمله لتجنب الوقوع في المعاصي والضلال والفساد واتباع الشهوات والهوى .

- الحكومات في الدولة الإسلامية تعمل على إصدار القوانين والتعليمات التي تنظم العمل الإعلامي وفق ضوابط الشريعة الإسلامية؛ لقوله - تعالى - : (الَّذِينَ إِنْ

مَكَّنَاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ
وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ (الحج: ٤١) . (٢٩)

نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإسلام تتميز بكونها تجعل الإعلام والقائمين عليه من أفراد أو مؤسسات مسؤولين عما يقدموه لمجتمعاتهم، وكذلك مسؤولين من قبل مجتمعاتهم عن تقصيرهم أو مخالفتهم. وعلى مختلف النخب الواعية في المجتمع أن تتجه إلى تولي دورها الريادي والقيادي في إصلاح الإعلام وترشيد استخدامه الاستخدام الأسلم والأمن. وهذا ما تسعى الدراسة لتحقيقه.

المبحث الثاني

الإعلام الجديد مفهومه وأشكاله وسماته وقوة تأثيره

:

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد ومسمياته
المطلب الثاني: أشكال الإعلام الجديد
المطلب الثالث: سمات الإعلام الجديد ومثالبه
المطلب الرابع: قوة تأثير الإعلام الجديد
المطلب الخامس: أسباب قوة تأثير الإعلام الجديد

المطلب الأول

مفهوم الإعلام الجديد ومسمياته New Media

يدل مصطلح الإعلام الجديد **New media** على المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية.

ويشير مفهوم الإعلام الجديد بحسب قاموس ليستر إلى أنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو^(٣٠) ويعرفه قاموس الكمبيوتر **Computing Dictionary**: يشير المفهوم إلى الطرق الجديدة في الاتصال 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^{٣١}.

والإعلام الجديد يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت^(٣٢) فهو "مجموعة من تطبيقات ومواقع وبرامج الحاسب الآلي والإنترنت والهواتف الذكية، وهي مواقع التواصل الاجتماعي، واليوتيوب، بالإضافة إلى المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وهي المواقع الإخبارية غير المرتبطة بنشر ورقي، وخدمات الرسائل النصية، ومحادثات البلاك بيري"^{٣٣}.

: "إعلام متعدد الأشكال (مسموعاً ومرئياً ومقروءاً)،

والوسائط والنماذج (يوتيوب، مدونات، مواقع، صحافة إلكترونية،) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الإنترنت بمزاياها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية مع تميزه عن الإعلام التقليدي بخصائص كالحرية

الواسعة والتفاعل والتنوع والشمول".^{٣٤} وعرفه الشميمري بـ: " العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر، الشبكات، الوسائط المتعددة".^{٣٥ ٣٦} ومن المهم الإشارة إلى أن الجودة التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جودة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون جديدا في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديدا بالأمس.

وعلى الرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر إلا أن هذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعلام ظهرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية الجديدة والمختلفة عما سبق. فتغيرت كثير من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين، وتغيرت الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى. ولم تكتف الوسيلة الإعلامية الجديدة بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصال المتنوع ، من نصوص وصور وملفات صوتية ولقطات فيديو مصورة ، وتحول المستخدم إلى منتج إعلامي بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة مثل كاميرات الهاتف النقال وغيره.^(٣٧)

وتتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد في ضوء السياقات التاريخية والتكنولوجية المختلفة؛ فبعض من درسوا هذه الظاهرة يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والانترنت وما صاحبهما من تطبيقات مثل جون بافليك، وبعضهم مثل ريتشارد ديفس وديانا اوين يرياه من خلال الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت شكل الإعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني **Talk Show** والبرامج المتنوعة والحية الأخرى، وبعضهم مثل غليتمان وبنغري يعودان بالإعلام الجديد إلى مراحل متقدمة مذ ظهور التلغراف سنة ١٧٤٠م.^(٣٨)

واختلاف المسميات يرجع إلى السمة التي نظر إليها مطلقوها في هذا النمط الجديد من الوسائل، ومن هذه المصطلحات؛ الإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الرقمي، والإعلام الإلكتروني، والإعلام الشبكي، والإعلام الشعبي، وإعلام الوسائط المتعددة، وإعلام العولمة، وغيرها، وفيما يلي أشهر الاطلاقات: (٣٩)

: (Alternative media)

والمراد أن هذا الإعلام التقني جاء بديلاً عن الإعلام التقليدي في جميع جوانبه وتطبيقاته؛ سواء من حيث التقنية المتاحة أو كونه جاء عوضاً عن الإعلام السلطوي المهيمن، حيث أتاح المجال أمام كثير من أفراد المجتمع لا سيما الفئات العادية للتعبير عن آرائهم وإسماع أصواتهم فجاء بحرية التعبير بديلاً عن سياسة تكميم الأفواه، وكذلك نقل العملية الاتصالية من أحادية الاتجاه إلى تشاركية تفاعلية. (٤٠) ويُشير الإعلام البديل إلى أنه إعلام مواز للإعلام الرسمي، وأنه ليس بالإعلام الحكومي ولا التقليدي، وأنه يسير على أساس الانتقال من أسفل إلى أعلى رأسياً. (٤١)

:(Digital media)

الإعلام الرقمي هو الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب **Websites**، والفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التليفزيون التفاعلي، أو التليفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية (**Digital**) في إنتاج وبث المضامين الإعلامية (٤٢). والأعلام الرقمي يمثل النقطة الفاصلة بين وسائل الاتصال الحديثة والوسائل التكنولوجية حيث يقوم الإعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل أو تشكيلات رمزية تبدأ من الصفر والواحد، بحيث تشمل عناصر جرافيكية كالصوت والنصوص والصور الفوتوغرافية وغيرها من العناصر الأخرى. (٤٣)

:(Interactive media)

هو مجموعة من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بإبداء رأيه. وهي صفحة القراء في كل ما هو مطبوع، وتعقيباتهم على موادها إضافة إلى مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية، ومدخلاتهم في قاعات المحاضرات والندوات، وهو أخيراً منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها. وتأسيساً على ذلك فإن فعاليات إعلامية كثيرة تدخل تحت هذه العناوين. (٤٤)

والخلاصة؛ إن الإعلام الجديد على اختلاف مسمياته وتنوع اطلاقاته يمثل ظاهرة اتصالية جديدة تولدت من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديد مع تقنيات الحاسوب وشبكاته والأجهزة الذكية، وما صاحبها من حالة التزامن في الرسائل النصية والصور الثابتة والمتحركة والفيديوهات وغيرها. (٤٥)

المطلب الثاني

أشكال الإعلام الجديد

يندرج تحت الإعلام الجديد أشكال كثيرة من الوسائل والوسائط التي اتسمت بالرقمية (Digital) والتفاعلية (Interactive)؛ ولعل أهمها: الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وما تضمه من أشكال وتطبيقات واسعة، تعدّ الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) من أهم صور الإعلام الجديد، فهي تضم أشكالاً كثيرة وتطبيقات واسعة للعملية الاتصالية، منها على سبيل المثال: شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، مواقع مشاركة الفيديوهات والصور. وفيما يلي استعراض موجز لأهمها :

تمثل الشبكات الاجتماعية التي انتشرت وتزايد عددها وعدد مستخدميها على شبكة الويب ثورة جديدة في الاتصال الإنساني، إذ إنها أتاحت ربما للمرة الأولى في التاريخ البشري التواصل اللحظي والتفاعلي بين الناس المرتبطين بشبكة الإنترنت من خلال جماعات مصنفة ذات اهتمامات مشتركة ودون وسيط.

ويعرفها لينهارت ومادن **Lenhart. Amanda, Madden Mary** بأنها مساحات افتراضية في شبكة الإنترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية، واستخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل، والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها.^(٦)

وفي تعريفها الموجز هي مواقع أسسها أفراد وتبنتها فيما بعد شركات كبرى، وبرؤية اجتماعية خالصة فإن الشبكات الاجتماعية على الويب هي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة إيقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر.^(٧) ويعود تاريخ الشبكات الاجتماعية على شبكة الويب إلى العام ١٩٩٧ بظهور شبكة زملاء الدراسة المعروفة باسم **Classmates.com** والتي أسسها راندي كونرادز.^(٨)

وشبكات التواصل الاجتماعي الفاعلة في بيئة الإعلام الجديد كثيرة ومتعددة ومتنامية، ليس هذا مقام حصرها، وسيأتي بيان لقوة حضورها وأعداد مستخدميها في الجزء الخاص بالاستدلال على قوة تأثيرها ومن أشهر هذه المواقع: فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وانستقرام، وواتس آب، وسناب شات، وجوجل +، ولينكد إن **LINKED IN**، وغيرها الكثير من الأشكال والتطبيقات.^(٩)

يعد ظهور المدونات ثورة في مجال الإنترنت أسهمت في نشوء الإعلام التدويني، وقد انتشرت المدونات انتشاراً واسعاً بحكم سهولة إنشائها وتهيئة المواقع القوالب الجاهزة التي تمكن أي شخص من فتح مدونة خاصة، فضلاً عن أنها تتيح للمدوين الحرية في التعبير وتناقل الأفكار والأخبار باعتبارها وسيلة حرة للتعبير والتفاعل

والتواصل بل وحشد الرأي العام وتكوين مجموعات الضغط مع إمكانية تحميل الصور ومقاطع الصوت والفيديو؛ مما أدى إلى نمو غير مسبوق في إعداد المدونات المكتوبة والمصورة والمصحوبة بصوت وصورة وحركة، حيث يشهد العالم ظهور مدونة جديدة كل ١,٤ ثانية بمعنى ٨٤ مدونة في الدقيقة و١٢١ ألف مدونة يوميا متنوعة في مختلف المجالات.^(٥٠) ومن أشهر المواقع وأكثرها استضافة موقع بلوجر، بالإضافة إلى بعض المواقع العربية منها: مدونات مكتوب، مدونات جيران، مدونات اكتب.كوم، و مدونات البوابة.^{٥١}

تعرف الهواتف الذكية بأنها أحد وسائل الإعلام الجديد ووسائل الاتصال، يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة أبراج موزعة في منطقة معينة، كما يستخدم جهاز حاسوب باليد يستطيع حمله معرفة آخر الأخبار من خلال الاشتراك في خدمة الانترنت. ويتيح لمستخدمه تحرير عروض الفيديو والصور بما توفره من برامج وتطبيقات.^{٥٢}

وتعد الهواتف المحمولة الجديدة شكلا آخر من أشكال وسائل الإعلام الجديدة؛ وذلك لأن هذه الأجهزة مع ما تتيحه من إجراء المكالمات بالصوت أو الفيديو، وإرسال الرسائل النصية أو المصورة فقد أصبحت ذات تطور وتقنية فائقة؛ فهي مزودة بعدسات عالية الجودة تمكن حاملها من التقاط ما شاء من صور إضافة إلى إمكانية التسجيل الصوتي والفيديو، فضلا عن اتصالها بالشبكة العالمية (النت)، كذلك تتيح إمكانية مشاهدة القنوات التلفزيونية أو سماع المحطات الإذاعية. مما جعل هذا الجهاز يعد بحق من أهم أشكال الإعلام الجديد. وقد أسهم هذا الجهاز في كثير من الأحداث التي لم تتمكن كمرات الإعلاميين من الوصول إليها سواء كونهم حجبوا أو لتعذر وصولهم إلى الحدث فقد استطاع بعض أفراد المجتمع والهواة من التقاط الصور وتسجيل المواقع ونشرها من قلب الحدث، وهذا كثير جدا نذكر منها على سبيل المثال؛ الجرائم البشعة وانتهاكات حقوق الإنسان التي ارتكبت وثررتب في الحروب، كذلك الأحداث المدمرة من زلازل وبراكين وفيضانات وغيرها.

وهناك وسائل وتطبيقات أخرى مختلفة ومتنوعة لا سبيل لحصرها، منها: محركات البحث المتعددة مثل ياهو وجوجل، البريد الإلكتروني، والمنصات الإلكترونية وغيرها.

هذه الوسائل والتطبيقات المتنوعة والتي غدت اليوم في متناول الجميع، وسهلة الاستخدام، وبلا قيود ولا ضوابط، أسهمت في تنوع مصادر التلقي لدى الأفراد، وانتقائية الأخذ ممن يشاءون، هذا ضاعف من المشكلة وزاد في تأزمها؛ ذلك أنها سهلت انتشار المضامين الفاسدة من أخبار مكذوبة وشائعات وأراجيف، وانحرافات فكرية وخلقية وسلوكية، ووفرت مجتمعا افتراضيا بديلا عن المجتمع الحقيقي، يلتقي فيه أفرادهم ويتناقلون فيه الأخبار، ويتبادلون المنشورات المختلفة، ويتطارحون

الآراء، ..الخ، وكلّ ذلك دون أن يعلم هؤلاء بهوية بعضهم ودون أن تتحقق لديهم أدنى مستويات المصادقية في التواصل والنقل.

المطلب الثالث

مميزات الإعلام الجديد ومثالبه

ينفرد الإعلام الجديد بسمات ومزايا خاصّة اكتسبها بفضل ارتباطه بالتقنية الحديثة والمتجددة، والتي أضفت عليه مجموعة من التحولات التي غيرت بيئة الاتصال والإعلام التقليدي، وهذه السمات في تطور ونماء وتجدد يوماً عن يوم بفضل التطور التقني المستمر، وبما يضمنه من وسائل ووسائط وتطبيقات مختلفة في أشكالها ومتنوعة في أغراضها وإمكاناتها.

ومن أوضح مزايا الإعلام الجديد دمج له للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة على منصة واحدة، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إرسال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي". (٥٣) ومن أميز السمات التي يتسم بها الإعلام الجديد بأشكاله وتطبيقاته، ما يلي:

(Multimedia) ويعني أن المضامين التي يعرضها تكون

مزيجاً من النصّ والصورة والفيديو، ومما سهل هذا أنها معلومات رقمية يسهل إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً. (٥٤)

فسقف الحرية الذي يوفره لمستخدميه مفتوح لا حدود له؛

فبعد أن كان الإعلام التقليدي يخضع للسلطة وحارس البوابة ومقص الرقيب، "جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي لمستخدميه حرية واسعة في التعامل مع مضامينه ورسالته؛ أخذاً وتفاعلاً وتعديلاً ونشراً".

Interactive وهي خصيصة أتاحت للمتلقى للمضامين

الإعلامية مهما كانت أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه تجاهها مصححاً أو مضيفاً أو موضحاً، وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات، وهي من أهم خصائص الإعلام الجديد؛ فبعد أن كان دور المتلقي للرسالة الإعلامية يقتصر على تلقي هذه الرسالة دون قدرة على التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركاً في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.

وتعني توصيل الأخبار والمعلومات فوراً إلى المتلقي مثل خدمة الرسائل الإخبارية على الهاتف الجوال SMS، وخدمة الحصول على آخر الأخبار على شبكة الأخبار RSS ومتابعة الأخبار في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت والمحادثات والردشة (Chatting) وهي سمة اختص بها عن الإعلام التقليدي".٥٥ ولفاعليتها وجاذبيتها وتأثيرها اتجهت كثير من الوسائل الإعلامية اليوم لتطبيقها.

Virtuality وهي تجربة للفرد تكون غير واقعية من حيث أن شخصية الفرد تعبر فضاءات تفاعلية باستخدام التقنية الرقمية، وتأخذ التقنية خارج حدود الذات لتسمح له بصنع هوية جديدة بالسيطرة على المعلومات والإبحار في عالم جديد بعيداً عن الواقع المادي الذي اعتاده الناس".٥٦

حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.٥٧

وهناك سمات أخرى تناولها الباحثون في مجال الإعلام الجديد، يمكن الاستزادة حولها بالرجوع إلى مظانها وما كتب حولها.٥٨

ومع هذه السمات والمزايا التي تميز بها الإعلام الجديد والتي أكسبته إمكانات وإيجابيات في مجال الاتصال، إلا أنّ هذه السمات لها محاذيرها ومخاطرها والتي تُسجّل في جانبها السلبي على أنها من المثالب ومخاطر الإعلام الجديد، ومن ذلك العزلة الانقطاع عن المجتمع الحقيقي بشكل متفاوت بين مستخدميها؛ فمنهم من وصل إلى درجة الإدمان ٥٩ على وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاته واعتزل المجتمع الحقيقي واكتفى بالمجتمع الافتراضي الذي يقربه إليه الإعلام الجديد.

إنّ المجتمع الافتراضي الذي وفره الإعلام الجديد غدا اليوم ساحة لا سباج لها ولا راع؛ غاب فيها الرقيب والحسيب، وتلاشى دور حارس البوابة الذي كان - وجوده محلّ نقد في الإعلام التقليدي - فتراجع دوره وتقرّم وجوده وغاب عن ساحات الإعلام الجديد المفتوحة؛ وأصبح المجال مفتوحاً أمام الجميع، يتلقى ويتفاعل وينشر كما يحلو له في هذا المجتمع الجديد الرحب.

هذا النشر من قبل الأفراد افتقر إلى أخلاقيات المهنة الأساسية، وأخذ طابع العشوائية والفوضوية، والانتقائية واللامنهجية، واختلط الحابل بالنابل والغث بالسمين، والحق بالباطل، ولم تعد المصداقية والموضوعية ولا الأمانة ولا الدقة

والتحري في النقل أسسا لكل ما يُنشر أو يُبث، ومعايير تحكم ما يُنشر وتوزنه
وتضبطه !!

ومن السلبيات التي انعكست على الإعلام الجديد جراء ما يتمتع به من مزايا
وخصائص وإمكانات حيث أصبح وسيلة سهلة بيد أصحاب الفكر المتطرف
والمنحرف؛ فوظفوا الإعلام الجديد بما له من مزايا وإمكانات تتعدى الحدود الزمانية
والمكانية، والوصول إلى الأفراد والانفراد بهم، والوسائط المتعددة التي مكنتهم من
نشر ما يشاءون من أفكار نصية أو مصورة أو فيديو، فسهل الإعلام على أرباب
هذا الفكر نشر أفكارهم ورسائلهم التي تمكنوا من خلالها اختطاف كثير من الشباب
وتجنيدهم معهم.

"كما مكن الإعلام الجديد المنظمات الإرهابية من توظيف هذه الوسائل التقنية
الحديثة لنشر الخوف بين الأفراد وإلحاق الأذى بهم ونشر الفوضى وهدر الدماء،
فأصبحت الفيديوهات والكميرات أكثر خطورة من الأسلحة، وأتاح الإعلام الجديد
للإرهابيين أن يكونوا كغيرهم من الأفراد لديهم متابعين وجمهور يتفاعل معهم
كاستخدام اليوتيوب لنشر الإرهاب عبر العالم". ٦٠

ومن مثالب الإعلام الجديد من حيث توظيفه واستخدامه أنه أسهم في نشر كثير
من المضامين الخاطئة والمنحرفة والمضللة؛ "فالتنقل عبر مواقع الإعلام الجديد
يربك سبباً من المواد الخبرية مجهولة المصدر يصنف معظمها ضمن قائمة
"الشائعات" التي لا تستند إلى الحد الأدنى من المصادقية، وقد تتسبب في مشكلات لا
حصر لها، إضافة إلى صعوبة التحقق من مصداقيتها والتأكد من مصادرها؛ كونها لم
تُنقل عن وكالات الأنباء المعتمدة، ولم تتداولها الصحف ومحطات الراديو والتلفزة
الموثوقة والتي تحترم ذاتها ومهنتها وتحرص أن تحافظ على سمعتها وموثوقيتها
لدى جماهيرها". ٦١

:

١. يتضمن هذا المجال ما ينتشر
عبر وسائل الإعلام الجديد من مضامين تدعو إلى الغلو والتطرف وتحرض
على الإرهاب والعنف، بالإضافة إلى الشائعات المرجفة والمزعجة للأمن
وما شابهها .

٢. يتضمن هذا المجال ما ينتشر عبر وسائل
الإعلام الجديد من مضامين دينية منحرفة؛ كالتفسيرات الشاذة للنصوص
الدينية التي لا تستقيم مع الفهم الصحيح للقرآن والسنة الصحيحة، والفتاوى

الضالة التي لا تستند إلى تأصيل شرعي ولا مستند علمي، والروايات والأحاديث المكذوبة.

يتضمن هذا المجال ما ينتشر عبر

٣.

وسائل الإعلام الجديد من مضامين تدعو إلى الإلحاد والكفر، وتروج للشعوذة بأنواعها: الواقعية والفضائية والإلكترونية، والألعاب ذات الحيل والخداع التي تستجر الأطفال والنشء والمراهقين، عبدة الشيطان، والجنس الثالث، وما يماثلها.

يتضمن هذا المجال ما ينتشر عبر

٤.

وسائل الإعلام الجديد من المضامين اللاأخلاقية؛ كالأفلام والصور والقصص الإباحية والجنسية، والمضامين المحفزة للانحرافات السلوكية؛ كالعلاقات غير الشرعية بين الجنسين، والمثلية، والشذوذ، وزنا المحارم، والترويج للمخدرات بأنواعها التقليدية والرقمية، وتلميع القذوات المزيفة والإغراء بتقليدهم وما شابهها.

وانتشار مثل هذه المضامين وترويجها له من الآثار الخطيرة التي تنعكس على الفرد والمجتمع؛ فهي تسهم في تنشئة أفراد ومجتمعات فارغة علمياً ومشتتة ذهنياً ومنحرفة فكرياً وعقدياً وسلوكياً. فضلاً عن كونها تنشر الفوضى في المجتمع وتعرقل حركة الحياة، وتورث الخوف والقلق بين أفراد المجتمع. ومما يزيد من هذه المخاطر والآثار أن انتشارها يتم عبر وسائل الإعلام الجديد التي أصبحت متاحة للجميع؛ الصغير والكبير، الواعي والجاهل، وهذا يزيد من حجم المشكلة، ويضاعف من خطورتها وآثارها السيئة؛ لأنه يتعذر الإحاطة بهذه المضامين أو إيقافها أو معالجتها، وإنما تبقى في توسع وانتشار.

وأمام هذا السيل من المضامين الخطيرة يتوجب على النخب الواعية في المجتمع الإسلامي عامة وفي مجتمعنا الأردني خاصة أن يضعوا الخطط المحكمة للحد من تأثير هذه المضامين على الأفراد والمجتمع، وأن يسهموا في ترشيد استخدام الإعلام الجديد وتوجيهه مستخدميه التوجيه الآمن والأسلم.

المطلب الرابع

قوة تأثير الإعلام الجديد

كان الإعلام وما يزال يلعب دوراً بارزاً في التأثير على المتلقين سواء أكانوا أفراداً أم جماهير، وهذا ما أثبتته المختصون وأفرزته الدراسات التي أجريت على الوسائل الإعلامية التقليدية؛ كالتلفاز والإذاعة والصحافة. ومع تقدم التقنية وانتشار وسائلها المختلفة صارت هي الأكثر قوة والأعمق تأثيراً؛ فكلما كانت

الوسيلة أوسع انتشاراً وأكثر جمهوراً كانت أعظم حضوراً وأقوى تأثيراً، وهذا ما ينطبق على الإعلام الجديد الذي حقق انتشاراً واسعاً وإقبالاً عليه مطرداً من الأفراد والجمهير.

يذكر Paul Levinson ٦٣ في كتابه New Media عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً، حيث أتاح هذا النمط من الإعلام سيما مواقع التواصل الاجتماعي لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية، ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الاجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم، ممن يرتادون مواقع التواصل الاجتماعي، دوراً هاماً في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

فالحديث عن مدى تأثير وسائل الإعلام الجديد على الرأي العام لا سيما الشبكات الاجتماعية غداً من الموضوعات الساخنة التي يتناولها الدارسون والباحثون، ففي دراسة استطلاعية أجرتها شبكة الأخبار العربية محيط على قرائها حول مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على الرأي العام تبين بأن: ٤٨,١١% من القراء يؤكدون على أنّ الشبكات الاجتماعية تُؤثر بشدة على الرأي العام، في الوقت الذي أكد فيه ٤١,٩٨% أنّ تأثير هذه المواقع محدود، بينما ذهب ٩,٩١% منهم إلى أنها لا تؤثر على الإطلاق. ٦٤

ومما يؤكد قوة فاعلية هذه الوسائل وعميق تأثيرها في مستخدميها، ما تُنبئ عنه الإحصاءات والأدلة الرقمية، وما رُصد من أمثلة وشواهد وأحداث واقعية، وفيما يلي بيان ذلك:

:

:

مما يدل على مكانة هذه الوسائل الجديدة وقوة تأثيرها ما تشهده من تنامٍ مطرد، وتوسع ملحوظ، وإقبال كبير ومتنامٍ في أعداد المشتركين في المواقع الإلكترونية حتى غدت هي الوسيلة الأكثر فاعلية بحكم ما تضمه من مشتركين، فمنذ ظهور الإنترنت في بواكير التسعينيات ارتفع عدد سكان العالم المرتبطين بالشبكة العنكبوتية من بضعة ملايين إلى بلايين.



وتشهد شبكة الانترنت ووسائل الإعلام الجديد توسعا ملحوظا وتزايدا ملموسا في أعداد المشتركين والمستخدمين لها، وهذا ما تؤكده آخر البيانات الإحصائية الصادرة عن المواقع المتخصصة والمهتمة برصد ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي؛ ففي دراسة استطلاعية عرضها موقع VpnMentor عام ٢٠١٨م كما في شكل رقم (١) أوضحت مدى تأثير الإنترنت على الجمهور، وتبين بأن عدد المواقع في ٢٠١٨ بلغ أكثر من ١.٢٤ مليار موقع في جميع أنحاء العالم.

الشكل (١) تظهر فيها البيانات الرقمية منشورة في موقع

٦٥.VpnMentor

كما تشير الإحصاءات والبيانات

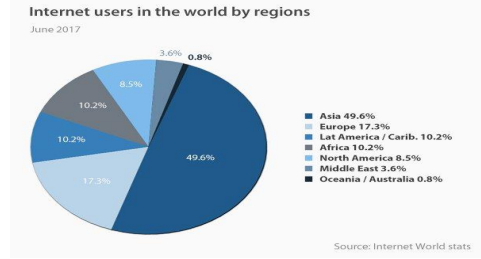


الرقمية في التقرير الصادر عن موقع are social هذا العام (٢٠١٨م) وكما مبين في شكل رقم (٢) إلى تزايد المستخدمين لشبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول عام ٢٠١٨م هي: حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت ٤,١٢ بليون، بنسبة ٤٤٪ وعدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ٣,٣٦ بليون، بنسبة ٤٤٪، مستخدمي الهواتف النقالة فريدة من نوعها ٥,٠٨٩ بليون، بنسبة ٦٧٪، وعدد مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية من المحمول ٣,١٠ بليون بنسبة ٤٠٪.

الشكل (٢) البيانات الرقمية منشورة في موقع We are social. ٦٧٦٦

وتشير إحصاءات حركة المرور على الإنترنت أنّ عدد مستخدمي الإنترنت حتى ديسمبر ٢٠١٧م بلغ (٤,١٥٦,٩٣٢,١٤٠)، وتحتل قارة آسيا نصف مستخدمي الإنترنت في العالم. كما في الشكل رقم (٣).^{٦٨}

وأما على مستوى الشرق الأوسط فتظهر إحصاءات ٢٠١٨م، وكما هو مبين في شكل رقم (٢) أنّ عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط بلغ (١٦٤) مليون مستخدم، بنسبة ٦٥% من عدد السكان الكلي، وأن عدد مستخدمي الهاتف النقالة قد بلغ ١٢٨% من عدد السكان الكلي في الشرق الأوسط، وأن ٤٦% يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف.^{٦٩}



الشكل (٤) تظهر فيها البيانات الرقمية منشورة في موقع Digital marketing community

الشكل (٣) تظهر فيها البيانات الرقمية منشورة في موقع VpnMentor

وفيما يلي ذكر موجز لأبرزها وأكثر تأثيراً وشعبية حسب إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي ابريل ٢٠١٨ م:^{٧٠}

١. Facebook أن عدد المستخدمين النشطين يقدر بنحو

٢,٢ مليار مستخدماً شهرياً و١,٤ مليار مستخدم نشط يومياً، وفي المتوسط يتم إنشاء ٥ حسابات فيسبوك في كل ثانية، وما يقرب من ٣٠% من مستخدمي الفيسبوك تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٤ سنة. "ويعدّ الفيسبوك وسيلة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في عشرة دول عربية هي: (مصر، البحرين، العراق، الجزائر، الأردن، الكويت، المغرب، لبنان، تونس، عُمان".^{٧١}

٢. أشارت الإحصائيات ابريل ٢٠١٨ م، أن عدد الزيارات الشهرية على

يوتيوب تبلغ ١,٥ مليار زيارة شهرياً، وعدد المستخدمين النشطين يومياً على اليوتيوب يزيد عن ٣٠ مليوناً، وهناك أكثر من ٥ مليار مشاهدة للفيديوهات يومياً، ويتم تحميل ٣٠٠ ساعة من الفيديوهات كل دقيقة على اليوتيوب.

٣. لدى أنستقرام أكثر من ٨٠٠ مليون مستخدم نشط شهرياً، وعدد

مستخدمي الانستقرام النشطين يومياً أكثر من ٥٠٠ مليون، ومنذ إنشاء انستقرام تمت مشاركة أكثر من ٤٠ مليار صورة، وفي المتوسط، يتم تحميل ٩٥ مليون صورة على انستقرام يومياً، ويتم التفاعل وعمل حوالي ٤٢ مليار إعجاب كل يوم.

٤. يقدر عدد مستخدمي واتس اب بنحو ٧٠٠ مليون مستخدم نشط

شهرياً، وهناك ما يقرب من ٣٢٠ مليون مستخدم نشط يومياً على واتس اب، وفي المتوسط، يسجل مليون شخص على واتس اب يومياً، ويتم إرسال ٤٢ مليار نص تقريباً، ويتم مشاركة ١,٦ مليار صورة عبر تطبيق واتس اب يومياً. وتشير أحدث البيانات تُظهر أن الواتساب يتمتع بموقع جغرافي أفضل، حيث أصبح الواتساب الآن أفضل تطبيق للمراسلة في ١٢٨ دولة من دول العالم.

٥. Twitter: يقدر عدد المستخدمين المسجلين على تويتر بـ ١,٣ مليار في الوقت الحاضر، يوجد لدى تويتر أكثر من ٣٣٠ مليون مستخدم نشط شهرياً، ويبلغ عدد المستخدمين النشطين يومياً على تويتر حوالي ١٠٠ مليون، ويتم تسجيل ما يقرب من ٤٦٠,٠٠٠ حساب جديد على تويتر كل يوم، عدد التغريدات اليومية هو أكثر من ١٤٠ مليون تغريدة يصل إلى مليار تغريدة في الأسبوع، ٥٥٠ مليون حساب على تويتر قام بإرسال تغريدة واحدة على الأقل.

٦. " Google + ": يقدر عدد المستخدمين المسجلين في جوجل + أكثر من ٢ مليار مستخدم على مستوى العالم، وهناك ما يقرب من ٣٩٥ مليون مستخدم نشط شهرياً على جوجل بلس، ٢٨% تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٣٤ عاماً.

٧. Linked In لدى لينكد ما يقرب من ٢٠٠ مليون مستخدم نشط شهرياً، و ٥,٢٦ مليون حساب جديد في الشهر، ويوجد على الأقل عضوان جديان في لينكد إن في الثانية الواحدة.

٨. : يحتوي سناب شات على ما يقرب من ٣٠١ مليون مستخدم نشط شهرياً، ويبلغ عدد مستخدمي سناب شات ١٧٨ مليون مستخدم نشط يومياً، ومن بين هؤلاء المستخدمين النشطين يومياً، و ٦٠٪ من مستخدمي سناب شات تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٤ سنة، وأصبح سناب شات ينافس بعض المواقع القوية كالفايس بوك.

هذه الأرقام الضخمة والمتزايدة لأعداد المستخدمين لهذا النوع من وسائل الإعلام الجديد تؤكد على أن شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت بات لها حضورها وتأثيرها، وأصبح بمقدور من يملك مفاتيح التحكم بهذه الشبكات الاجتماعية العالمية أن يوصل رأيه ويبلغ كلمته لملايين المستخدمين، وإذا أضاف إلى ذلك قدرته على الخطاب والإقناع والاستدلال ودعم ذلك بوثائق وحقائق ومشاهدات مصورة أو مسجلة كان تأثيره على المتلقين أقوى واستجابتهم له أسرع وتشكيله للرأي العام أبلغ.

ومما يعمق قوة تأثير هذه الوسائل أن أكثر الفئات التي تستخدم هذه الوسائل هم من فئة الشباب، كما أشارت إليه البيانات الرقمية السابقة، وهذه الفئة العمرية هي من أكثر الفئات تأثراً بالمضامين التي تنتشر خلال هذه الوسائل؛ فهو عمر المغامرة والرغبة في استكشاف الجديد وخوض التجارب وإن كانت مجهولة النتائج، فضلاً عن قلة الخبرات العلمية والحياتية مما قد يجعلهم لقمة سائغة للأفكار المنحرفة أو الانجراف في الأفكار والسلوكيات الخاطئة.

ومما يؤكد فاعلية وسائل الإعلام الجديد وقدرتها على التأثير والتغيير، تلك الأحداث الواقعية والشواهد التاريخية التي رُصدت وسجلها التاريخ؛ وكان للإعلام الجديد فيها دور بارز في التأثير على الرأي العام، وفيما يلي ذكر بعض منها:

تشكل وسائل الإعلام السلطة الرابعة في المجتمع وذلك من خلال ما تضطلع به من دور بارز في ممارسة الرقابة على مؤسسات المجتمع وكشف الحقائق وانتقاد الخلل والفساد. وقد زاد دور الإعلام في ممارسة هذه السلطة بظهور وسائل الإعلام الجديدة كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وانتشار الهواتف الذكية ومواقع تحميل مقاطع الفيديو والصوت. حيث أتاحت هذه الوسائل المجال أمام أي فرد من أفراد المجتمع أن ينتقد ويتكلم بحرية تامة وذلك بنشر ما يشاء من التعليقات والانتقادات في المنتديات والمدونات وصفحات التواصل الاجتماعي، وتحميل الصور والمقاطع التي التقطها بنفسه أو وصلته من صديق. ومن أوضح الشواهد التاريخية التي تسفر عن الدور الواضح لوسائل الإعلام الجديد في كشف قضايا الفساد ونقد الواقع:

أ. كان لنتائج هذا الزلزال المدمر الذي ضرب إقليم ششوان جنوب الصين في سنة ٢٠٠٨م، وأسفر عن أكثر من ٦٢ ألف قتيل وأكثر من ٢٣ ألف مفقود وانهيار كثير من المباني والمدارس على رؤوس الطلاب. وعلى الرغم من كونه كارثة طبيعية إلا أن الفساد والغش والتواطؤ بين المؤسسات الإنشائية والمسؤولين فاقم من حجم الكارثة. وقد لعبت وسائل الإعلام الاجتماعي دورا هاما في الكشف عن جوانب الفساد هذه، حيث انفجرت عقبه احتجاجات صارخة وانتقادات واسعة من قبل الشعب أظهروا فيها جوانب الفساد وكشفوا عن حقائق كانت مستورة أصبحت بفضل وسائل الإعلام الاجتماعي صفحة مقروءة للجميع وتأجيج الرأي العام ضد الحكومة. مما اضطر الحكومة فجأة إلى التضييق على هذه الوسائل ومنعها؛ لأنها شعرت بالتأثير الكبير لهذه الوسائل وأصبح ما تنشره مهددا لها. ٧٢

ب. Wikileaks : موقع ويكيليكس والذي يعني مسماه تسريبات الويكي يُعدّ من أوضح الأمثلة على قوة الإعلام الجديد وسلطته وتأثيره ، ومنذ تأسيسه في شهر يوليو من عام ٢٠٠٧، بدأ الموقع بالعمل على نشر المعلومات والوثائق السرية التي تفضح الانتهاكات والتجاوزات والمخالفات التي ترتكبها الدول والحكومات وكبار الساسة. هذا العمل جعله يخوض الصراعات والمعارك القضائية والسياسية ضد الحكومات والساسة وصناع القرار وغيرهم للدفاع عن المبادئ التي قام عليها، ومنها حماية حقوق الإنسان واحترامها.

كان لهذا الموقع دوره البارز في فضح الممارسات الأمريكية التي صاحبت احتلال العراق، ومن شارك أو تواطأ في حدوثها، وذلك بتسريب ما يقارب ٤٠٠ ألف وثيقة تتعلق بقتل أعداد كبيرة من المدنيين في العراق والتكثيف بهم. هذا التسريب الوثائقي عبر وسائل الإعلام والاتصال الجديد شكل ضغطاً واضحاً وتأثيراً قوياً على كل من كان له يد في هذه الانتهاكات وعرضهم للمساءلة أما المجتمع الدولي والمنظمات الحقوقية العالمية، وهذا ما يؤكد بجلاء على أن سلطة الإعلام باتت اليوم أكثر تأثيراً وقوة من ذي قبل. ٧٣ فمقطع فيديو بعنوان "القتل المضمون Collateral Murder" نشره موقع ويكيليكس وصل عدد مشاهديه وقت نشره أكثر من ١٦ مليون شخص بنسخة ويكيليكس، هذا بدون عدد المشاهدين من قنوات أخرى في الموقع نفسه أو في مواقع أخرى. (٧٤)

وقد أصبح الإعلام الجديد بوسائله وتطبيقاته اليوم وسيلة يستخدمها كثير من الأفراد في بلادهم ومجتمعاتهم للكشف عن وقائع وأحداث ونشر حقائق وفضائح، وتعرية فساد ومفسدين .. لم تكن لتظهر لولا هذه الوسائل التي صارت متاحة للجميع.

كان للإعلام الجديد بأشكاله المختلفة لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات دور واضح لا يستطيع أحد أن ينكره في تأليب الرأي العام وتحريض الجماهير للقيام بمظاهر يعبرون بها عن استيائهم وغضبهم تجاه قضية معينة أو رفضهم لقرار أو وضع ما. فقد كان لهذا اللون من الإعلام قوة في تأليب الرأي العام ودفع الشعوب إلى الاحتجاجات والمظاهرات وتحريك الثورات، والأمثلة على ذلك من الواقع كثيرة، أذكر منها على سبيل المثال:

أ. فقد كان للإعلام

الجديد دوره الفعال في تأليب الرأي العام ضد قرار الكونغرس الفلبيني الذي صوت لصالح الرئيس الفلبيني جوزيف إسترادا وتجاهل الأدلة الواضحة المقدمة ضده من قبل الشعب مطالبين بتنحيته ومعاقبته. ففي يوم ١٧ كانون الثاني (يناير) من العام ٢٠٠١م، حين صدر قرار الكونغرس لصالح الرئيس وفي أقل من ساعتين من الإعلان عن ذلك القرار توافد الآلاف من الفلبينيين الغاضبين من القرار على ميدان إيبافنيو دي لوس سانتوس في العاصمة مانيلا. وكان ذلك استجابة لرسائل نصية تدعو الناس إلى التجمهر تقول: "أذهب إلى إسدا وارثد الأسود". (٧٥)

وكان لهذه الرسائل التي بلغت ما يقارب سبعة ملايين رسالة نصية في ذلك الأسبوع الدور الكبير والأثر الفعال في حشد الرأي العام وتحريك الجماهير العريضة للتظاهر ضد هذا القرار الذي تعارض مع رغبتهم. وسرعان ما تضخم الحشد ففي غضون الأيام القليلة التالية وصل أكثر من مليون شخص إلى المكان، متسببين باختناق المرور في وسط مانيلا مما اضطر المشرعين في البلد إلى اتخاذ قرار بتنحيته وذلك خلال ثلاثة أيام.

وقد شكلت هذه الحادثة أول سابقة تتمكن فيها وسائل الإعلام الاجتماعي من إجبار زعيم دولة على ترك الحكم. وقد اعترف استرادا نفسه بدور هذه الوسائل وألقى اللوم على جيل الرسائل النصية في التسبب بسقوطه.

:

ب. فقد كان للرسائل النصية التي تمثل شكلا من أشكال الإعلام الجديد دور بارز أيضا في إسقاط رئيس الوزراء الإسباني خوسيه ماريَا أزنار، وذلك من خلال المظاهرات التي نُظمت بواسطة الرسائل النصية في العام ٢٠٠٤ م.

ت. كما :

أسهمت وسائل الإعلام الجديد بوضوح في فقدان الحزب الشيوعي السلطة في مولدوفا في العام ٢٠٠٩ م، فقد انفجرت المظاهرات التي تم تنظيمها جزئياً بواسطة الرسائل النصية وموقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر احتجاجا على الانتخابات المزورة. وسوف يكون من المستحيل وصف خسارة الحزب الشيوعي المولدوفي للبرلمان بعد انتخابات ٢٠٠٩ من دون الحديث عن استخدام الهواتف النقالة وأدوات الشبكة الإلكترونية في التحشيد.

ث. كان لاحتجاجات اليهود :

الإلكترونية دور في الضغط والتغيير لصالحها؛ فقد واحتج اليهود مطالبين موقع فيس بوك بإغلاق موقع الانتفاضة الفلسطينية الثالثة الذي أنشأه شبان فلسطينيون في السادس من مارس/ آذار من العام ٢٠١١ م يدعون فيه إلى انتفاضة فلسطينية ثالثة حيث بلغ عددهم ربع مليون شاب خلال شهر واحد، ورصد دخول أكثر من ٢٠٠ شخص خلال عشر دقائق أو ربما أكثر في بعض الأحيان، وتحت ضغط اليهود اضطرت إدارة موقع الفيس بوك إلى إغلاق الموقع الفلسطيني. (٧٦) كما احتجوا أيضا على موقع الفيس بك الذي يدرجهم كسكان في فلسطين، وضغطوا على إدارة الموقع لاستبدال هذا الخيار ب إسرائيل مما اضطر إدارة موقع الفيس بوك أن تستجيب لاحتجاجاتهم وسمحت لهم باختيار إسرائيل بدلا من فلسطين. ٧٧

ج. () : لا يخفى على أحد

الدور البارز الذي لعبه الإعلام الجديد في تحريك الجماهير في بعض الدول العربية وإثارة الاضطرابات والاحتجاجات فيها، وقد كان هذا الإعلام الجديد بأشكاله ووسائله المختلفة ساحة للنقاش وتبادل الأفكار وتطرح الآراء، وإقناع الأطراف المشاركين في هذه المواقع التواصلية بأنّ هذه الثورات ما جاءت إلا للتخلص من ربة الذل والهوان والفقر والحرمان، ومحاولة تزيين هذه الاحتجاجات وبناء الآمال المستقبلية عليه، حتى سموها "الربيع العربي"؛ كل ذلك لتزيينها وإقناع المشاركين بها.

وقد كان للإعلام الجديد دور واضح في تأليب الرأي العام التونسي من خلال نقل الحادث المؤلم (حرق البوعزيزي نفسه) وتداولته عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس والتويتر، والمنديات وصفحات النت، وموقع اليوتيوب، وحين حجبته

الحكومة التونسية لجأوا إلى مواقع تقوم بالبحث المباشر منها موقع "Bambuster" وأخذ المتصفحون يعبرون عن المشهد باستياء وتذمر حتى غدت صورة البوعزيزي حاضرة في ضمير كل واحد وموقدة فتيل ثورة دعوا إليها من خلال وسائل الإعلام الجديد. ثم توارثت بعض الدول العربية الأخرى عدوى الثورات، واحتذت الجماهير حذو تونس ومن بعدها مصر. وعلى الرغم من أنّ هذه الثورات اختلفت من دولة إلى أخرى إلا أنها جميعها استخدمت سلاحا جديدا أتقنه الشباب ولم يلتفت إليه الساسة وصنّاع القرار فعظم تأثيره وقوي دوره، هذا السلاح هو وسائل الإعلام الجديدة.

وقد انتشرت عبارة تؤكد قوة تأثير هذه الوسائل وتناقلتها مواقع التواصل الاجتماعي "على كل ظالم... فيس بوك". (٧٨). وهذا ما يلتقي مع تأكيد رئيس الوزراء الإسرائيلي السابق شمعون بيريز في حديثه إلى الإذاعة الإسرائيلية العامة عن الدور الكبير الذي لعبه هذا النوع من الإعلام فقال: "إن الانتفاضات التي اندلعت في الشرق الأوسط تدلّ على نهاية الأنظمة الديكتاتورية... فهم راحلون، وفيسبوك باق". ٧٩. وهذا التأكيد من سياسيّ مثله ليدل على قوة تأثير هذا النوع من الإعلام وقدرته على التأثير والتغيير.

هذا وغيره من الأرقام والإحصاءات، والأمثلة والشواهد، يُشعر بخطورة هذه الوسائل ويُضاعف مسؤوليتنا تجاه أبنائنا وشباب الأمة، الذين غدت هذه الوسائل طوع أيديهم بلا حدود زمانية ولا مكانية ولا موانع ولا قيود رقابية، وهذا يدعو الغيورين من النخب الواعية أن يلتفتوا إلى هذه الوسائل ومزاياها ومستجداتها، فيحكموا وضع الخطط التي تحصّن النشء وتوعيتهم وتربطهم بالنخب الواعية والموثوقة؛ لنلا تختطفهم المواقع الملوثة فكرياً وسلوكياً، ولا تستحوذ عليهم الجماعات المتطرفة من خلال الانفراد بهم في حوارات خاصة تتيحها مثل هذه الوسائل والتقنيات الحديثة، وحمائيتهم من الانحرافات العقدية والتشويهات الفكرية والفتاوى الضالة والتفسيرات الشاذة للنصوص الدينية، والانحلالات الأخلاقية والسلوكية.

المطلب الخامس:

أسباب قوة تأثير الإعلام الجديد (٨٠)

من المعلوم أن العملية الاتصالية تتكون من عناصر رئيسة يرتبط بها حجم التأثير ومقداره، وقد تعرّض الباحثون في مجال الإعلام إلى العوامل والأسباب التي تلعب دورا في تأثير وسائل الإعلام على الجمهور. وهذا المطلب يحاول الربط بين عناصر العملية الاتصالية ودورها في فاعلية التأثير من خلال وسائل الإعلام الجديد. وسيتركز الحديث عن أركان العملية الاتصالية ودورها في وسائل الإعلام الجديد في إحداث الأثر القوي والتأثير على متابعيها، ومن أهم هذه الأسباب:

:

يلخص الكسيس تان العوامل التي تجعل المصدر (المرسل) أكثر إقناعا وتأثيرا على الجماهير، ومن أهم هذه العوامل:

١. وقد حدد المصدقية بأنها تعنى مدى رؤية القائم بالاتصال على أنه خبير ويزود الجمهور بالمعلومة الصحيحة وبموضوعية ودون تحيز. فكلما كان القائم بالاتصال معروفا بالصدق يكون أبلغ في التأثير على المتلقي وكلما قلت مصداقيته كلما قل تأثيره. (٨١)

ولو تأملنا القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد لوجدنا أنهم يتمتعون بدرجة عالية من المصدقية والموضوعية مشاركيهم في هذا المجتمع الافتراضي الجديد؛ ويرجع سبب هذه المصدقية بين المتفاعلين في وسائل الإعلام الجديد كونهم غالبا ما يتم اختيارهم بناء على جوانب مشتركة من الاهتمامات والولاءات الخاصة، وكونهم من عامة الشعب وليسوا تابعين لمؤسسات إعلامية تفرض عليهم سلطتها وأجندتها وسياستها، فضلا عن أنهم في طرحهم ومناقشاتهم على صفحات الانترنت المختلفة يعرضون لهموم مشتركة وينتقدون الواقع الذي يعيشه الجميع، ويعززون ما ينشرونه من رسائل بينهم بالصور والمقاطع التي يلتقطونها بأنفسهم من الواقع بعيدة عن الحذف والاجتزاء والفبركة الإعلامية.

٢. والمقصود بالجاذبية أن يكون المتصل بما يمتلكه من خصائص ديمغرافية وأيدلوجية متكافئا ومنسجما ومتلنا مع المتلقين. وكذلك توافر الشبه والألفة والانسجام بين المرسل والمتلقي. (٨٢)

وبالنظر إلى وسائل الإعلام الجديد نجد أن الأدوار متبادلة بين المرسل والمستقبل وأنها عملية تشاركية تفاعلية، وأن مدى الألفة والانسجام بين المتشاركين في العملية الاتصالية قوية جدا كون المشتركين من فئة الشباب وهذا غاية في الانسجام العمري والفكري، أضف إلى ذلك التوافق في المعرفة والتعلم والخبرة في التقنيات الحديثة. وهذا ما جعل التوافق بين المصدر والمتلقي كبيرا مما حقق الجاذبية وبالتالي قوة التأثير.

ففي ندوة أقامها المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات في قطر ذكر فيها الباحثون أسباب ونتائج ثورة الشعب التونسي (كأ نموذج) وانعكاساتها على الساحة العربية حيث ذكر الباحث التونسي عز الدين عبد المولى: "بأن مما ساعد الثورة أن عدد مستخدمي فيسبوك في تونس يتجاوز المليونين، وهو أكبر رقم في أفريقيا ومن أرفع النسب في العالم العربي، وأضاف أن ٧٥% من مستخدمي فيسبوك التونسيين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٤ سنة". (٨٣)

:

عُنت بحوث الإعلام بدراسة أي الوسائل الإعلامية أكثر تأثيرا وقدرة على تغيير الاتجاهات؟ أي الوسائل المقروعة أم المسموعة أم المرئية أم الوسيلة التي تمزج بينها؟

وخلصت البحوث والدراسات إلى أن الوسائل الحية المسموعة والمرئية تكون أكثر الوسائل فاعلية في تغيير الاتجاهات والقدرة على التأثير على الرأي العام ويتبعها الرسائل الشفوية المسموعة ثم الرسائل المكتوبة المقروعة. (٨٤)

وبتأملنا لخصائص الإعلام الجديد وميزات وسائله المتنوعة ندرك أسباب قوة تأثيره وقدرته الهائلة على تشكيل الرأي العام، وهذا ما بدأ واضحا في الأحداث التي شهدتها الدول العربية بل وغيرها من الدول من قبل. إذ أن وسائل الإعلام الجديد من شبكات اجتماعية ومنتديات حوارية وبريد إلكتروني وهواتف ذكية وغيرها قد جمعت كل الميزات التي تجعلها أكثر تأثيرا؛ فهي وسائل متعددة الوسائط تجمع بين المعلومات المكتوبة والمقاطع المسجلة والمشاهد المصورة، ومما زادها قوة أنها وسائل واقعية تنقل الصورة من الواقع وتنشر الحقيقة من قبل من عاينها وعاشها وهم الأفراد الذين أصبحوا يقومون بعمل إعلامي من خلال وسائل متاحة؛ فمن خلال هواتفهم يلتقطون الصور والمشاهد، ويبنونها من خلال الانترنت لتصل إلى القرية العالمية بلحظات.

يضاف إلى ذلك أن التفاعلية التي تعتبر من أهم ميزات الإعلام الجديد، جعلت الوسائل أكثر تأثيرا، فحوار والمناقشة والتفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية تزيد من قوة الإقناع والتأثير.

ومن ميزات وسائل الإعلام الجديد سعة الانتشار وتجاوز الحدود وارتفاع سقف الحرية وقلة التكاليف والاستيعاب، فكلها سمات توافرت في هذه الوسائل مما جعلها أكثر جمهورا وأكثر تأثيرا وقوة في تشكيل الرأي العام.

:

حتى تكون الرسالة ناجحة ومؤثرة فلا بد من توافر عدة سمات فيها، ومن أهم هذه السمات:

١. () ومعنى ذلك أن يكون مضمون الرسالة واضحا مستوعبا من قبل المتلقيين، سواء أكان هذا المضمون معلومات مكتوبة أم مواد

مسموعة أو حتى مرئية، فكلما كانت الرسالة واضحة ومفهومة من قبل المتلقي كلما زاد تأثيرها فيه واستجابته لمضمونها.

فالرسائل التي تداولها أجيال الثورات في بعض الدول العربية لم تكن تحوي أية رموز معقدة أو عبارات غامضة، بل كانت تتسم بالوضوح واليسر والبساطة، ومدعمة بمقاطع الصوت والفيديو التي التقطوها بأنفسهم وحملوها في مواقعهم.

٢. () : والمراد بذلك أن تكون الرسالة قادرة على استمالة المخاطبين؛ سواء أكانت استمالة عاطفية أم استمالة عقلية. فمخاطبة الرسالة لعقل المتلقي وإقناعه، وتحريكها لمشاعره وعواطفه تجعل الرسالة أكثر تأثيراً وإقناعاً. فمثلاً مشهد حرق البوعزيزي نفسه في تونس، وقتل الشرطة المصرية لخالد سعيد، ووحشية الشيعة في دهس الشرطي البحريني، وحرق الطيار الأردني معاذ، هذه المشاهد وغيرها مما كانت تعرضه وسائل الإعلام الجديد أثبتت مشاعر الجماهير العربية والعالمية واستمالت تعاطف الناس وتأييدهم.

٣. مما يجعلهم ينشدون إليها ويتفاعلون معها. (٨٦) ومن هنا يتضح سبب قوة تأثير الشائعات غالباً؛ لأنها تتركز على جوانب تهم المجتمع؛ كارتفاع الأسعار أو انتشار الأمراض أو نشر الفضائح وغيرها.

وكان اقتناع الكثير من الشباب للقيام بالاحتجاجات في دولهم تعلق هذا القرار بقضية تشغل الرأي العام لهذه الشعوب، وتركيز الرسائل المنشورة والمتداولة على إقناعهم بالمطالبة بحقوقهم المهزومة وتخليصهم من حياة الظلم والقهر والتسلط؛ وهذا ما جعلهم يتفاعلون مع الوسائل ويستجيبون للرسائل التي تدعوهم للتظاهر والاحتجاج.

:

تأثر الجمهور واستجابته للرسالة هو الذي يحدد مدى نجاح العملية الاتصالية، ولذا فمن أجيديات العمل الإعلامي معرفة خصائص الجمهور وصفاتهم وقيمهم ومعتقداتهم وظروفهم المحيطة ومستوياتهم العلمية والثقافية. هذه كلها محددات تلعب دوراً مهماً في مدى استجابة الجمهور وتأثرهم بالرسائل التي يتلقونها.

وإذا القينا نظرة عاجلة على خصائص الجماهير العربية التي تلقت رسائل الثورة لوقفنا على حقائق مهمة كانت لها دور بارز في قوة تأثيرهم وتفاعلهم مما دفعهم للثورات التي شارك فيها الملايين. ومن هذه الحقائق:

١- طبيعة الجمهور الذي تلقى رسائل البدء بالثورة غالبيتهم العظمى إن لم يكونوا جميعاً من الشباب المندفع والمتحمس الراض للذل والحرمان.

٢- جمهور الشباب كانوا قد نشأوا على معايشة التقنيات الحديثة ومارسوها في حياتهم اليومية والعملية، فهم على قدر من الخبرة والقدرة والتأهيل للتعامل مع وسائل الاتصال الجديدة.

٣- المستوى العلمي للشباب الذين شاركوا في تحريك الثورات، فقد كان مستواهم العلمي ما جعلهم يدركون الرسائل ويتفاعلون معها ويتبادلون الآراء ويخططون وينظمون للقيام بالثورات وإنجاحها.

٤- معتقدات الجمهور وقناعاتهم بأن الوضع يعيشونه وعاشه من قبلهم وضع سرمدى مظلم ولن يزول إلا بانفجار ثورة شعبية ترفع الظلم وتثبت الحقوق التي حرّموا منها.

وقد ذكر الدكتور عمار بكار^(٨٧) جملة من العوامل والأسباب التي جعلت الإعلام الاجتماعي أكثر تأثيراً، حيث أشار إلى أهمية التعليم عند الجمهور، وضرب بالشعب التونسي مثلاً على ارتفاع نسبة التعليم عندهم، فقال: "الشعب التونسي شعب متعلم، و ١٩ في المائة من التونسيين مسجلون في مواقع فيسبوك وتويتر. وفي يوم سقوط النظام شارك أكثر من ٥٠ ألف شخص في الكتابة عن تونس عبر تويتر، وسجل الموقع نحو مليون مشاركة في الأيام الأخيرة عن تونس. هذا دور غير مسبوق في تاريخ الإنسانية، ولم يكن ممكناً دون مواقع الشبكات الاجتماعية. كما كان للتعليم دور مهم في نقل الصورة الواقعية في أحداث الثورة إلى العالم الخارجي؛ مما كان له أثره في كسب التأييد الدولي وتعاطفهم مع القضية، وبرز دور الشباب المثقف والمتعلم في ترجمة الأحداث إلى لغات غربية إذ أن الشباب التونسي استطاعوا نقل الأحداث إلى الإنجليزية والفرنسية".

المبحث الثالث

الدراسة الميدانية

آراء النخب الدينية تجاه مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد

:

:

:

المطلب الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية (النخب)

:

تندرج هذه الدراسة في جانبها الميداني الذي يهدف إلى استطلاع آراء النخب الدينية المتخصصة في هذا المجال ضمن إطار البحوث الوصفية؛ التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه،^{٨٨} وتستخدم هذه الدراسات الوصفية لدراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة فيها،^{٩٩} وتهتم بوصفها وصفا دقيقا وتعبّر عنها تعبيرا كفيّا أو تعبيرا كميّا،^{٩٠} وذلك تحقيقا لأهداف الدراسة وتساولاتها.

والموضوع الذي تُركز عليه هذه الدراسة هو؛ ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي من خلال تقديم رؤى ومقترحات من وجهة نظر النخب الدينية. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة ومعالجة مشكلتها والإجابة على تساولاتها، فإن الدراسة تعنى بإجراء دراسة على عينة من النخب الدينية المتخصصة لبيان رأيهم حول مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد.

:

المجتمع الذي تستهدفه هذه الدراسة هم النخب الدينية المتخصصة من حملة الشهادات الجامعية؛ بكالوريوس، وماجستير، ودكتوراه ضمن تخصص الشريعة الإسلامية وما يتصل بها من علوم ذات صلة مباشرة مثل: الإعلام الإسلامي والإصلاح الأسري. وتحددت العينة المستهدفة بمجالات العمل التالية: "الأكاديميين المتخصصين في الشريعة في كليات الشريعة، والمفتين والدعاة والأئمة في مديرية الإفتاء ووزارة الأوقاف والشؤون الدينية، والقضاة الشرعيين والمختصين في

الإصلاح الأسري، والمختصين أو الممارسين للإعلام الديني، والمدرسين الشرعيين في المؤسسات التربوية التعليمية".

وتم اختيار النخب الدينية المبحوثة وفق العينة القصدية المتاحة من مجتمع الدراسة؛ "والعينة الغرضية أو القصدية (Purposive Sample) تستخدم في البحوث في حال كان مجتمع البحث غير محدد وأفرادهم غير معروفين، ولا يمكن أخذ عينة ممثلة لهم بدقة، فيعتمد الباحث إلى العينة العمدية بما يتناسب مع أغراض دراسته".^{٩١} وحيث إن مجتمع النخب الدينية واسع وغير محدد، ولا تتوافر دراسة إحصائية موثقة بالأرقام تبين حجم هذا المجتمع، وإضافة إلى كونها الأنسب لدراسة المجتمعات الافتراضية، إذ تتيح الاستبانة المنشورة إلكترونياً الفرصة لمشاركة المهتمين، وبالتالي تكون إجاباتهم على الاستبانة نابعة من دوافع شخصية لا دوافع تقليدية أو إلزامية.

وسبب حصر الدراسة في النخب من حملة الشهادات الجامعية؛ كون الدراسة تقصد التعرف إلى الآراء والمقترحات الأنسب للخروج بتصوير أشبه بخطة محكمة قابلة للتطبيق وإرشاد الجهات والمؤسسات ذات الصلة بالموضوع، وهذا الأمر يتطلب مستوى معيناً من الثقافة يتسنى بها الحصول على رأي دقيق وحكيم. وأما اقتصار الدراسة على النخب الدينية مع وجود كفاءات وخبرات في المتخصصين غير الشرعيين كالتربويين والسياسيين وغيرهم، لأن مجال الدراسة ينضوي تحت مجال الإعلام الديني المتخصص ويحرص على تقديم رؤية ومقترح ضمن التصور الإسلامي المنضبط، والنخب الدينية المتخصصة هم الأنسب لهذه الدراسة والأقدر على تقييم وتقديم مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي؛ سيما أنهم من أهل الاختصاص والممارسة في هذا الجانب.

وقد بلغ مجموع أفراد العينة الذين أجابوا على أداة الدراسة (الاستبانة) (١٨٠) مستجيباً، استبعد الباحث منهم (٥) خمسة استبانات كونها لم تستوف شروط المعالجة الإحصائية، وحلل الباحث (١٧٥) استبانة صالحة، ويظهر الجدول رقم (١) أفراد العينة موزعين حسب متغيرات الدراسة الضرورية لتحقيق أهداف الدراسة، ويُعدُّ هذا العدد مقبولاً لإجراء مثل هذه الدراسات، "حيث إنه ليس ثمة اتفاق على تحديد الحجم الأمثل للعينة في البحوث الاجتماعية والإنسانية حتى الآن، وكثيراً ما يلجأ الباحثون للاسترشاد بالخبرات والدراسات السابقة في تحديد حجم العينة".^{٩٢}

()

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	
٦٠,٦ %	١٠٦	ذكر	الجنس
٣٩,٤ %	٦٩	أنثى	
٣٩,٤ %	٦٩	بكالوريوس	المؤهل العلمي
٢٥,١ %	٤٤	ماجستير	
٣٥,٤ %	٦٢	دكتوراه	
١٠٠ %	١٧٥	المجموع	
٢٥,٧ %	٤٥	أكاديمي في كليات الشريعة	مجالات العمل
٢٢,٩ %	٤٠	الأوقاف والشؤون الدينية	
١٤,٣ %	٢٥	الإفتاء والقضاء الشرعي / الإصلاح الأسري	
١٧,٧ %	٣١	مجال الإعلام الإسلامي	
١٩,٤ %	٣٤	مدرس شريعة في المؤسسات التربوية والتعليمية	
١٠٠ %	١٧٥	المجموع	

يوضح جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها؛ فمن حيث الجنس؛ كان المستجيبون من الذكور أكثر عدداً من الإناث، فبلغ عدد المستجيبين من الذكور (١٠٦) وبنسبة ٦٠%، بينما كان عدد الإناث (٦٩) وبنسبة ٣٩%. ويعزو الباحث ذلك على أن النخب العاملة في المجالات الدينية؛ بوظيفة أكاديمي جامعي، أو مفتي، أو أمام في الأوقاف، أو في القضاء الشرعي والإصلاح الأسري غالباً ما يكونون من الذكور لطبيعة هذا العمل ومتطلبات الوظيفة ومسئولياتها.

وأما من حيث متغير المستوى العلمي، كان المستجيبون من النخب الدينية من مستوى البكالوريوس هم الأكثر وبعده (٦٩) مستجيباً، وبنسبة (٣٩,٤%)، وجاء في المرتبة الثانية ممن هم في مستوى الدكتوراه بعدد (٦٢) مستجيباً، وبنسبة (٣٥,٤%)، وجاء في المرتبة الأخيرة ممن هم في مستوى الماجستير بعدد (٤٤) وبنسبة (٢٥,١%). ويفسر الباحث ذلك إلى أن أعداد الحاصلين على درجة البكالوريوس في أي نوع من أنواع النخب سواء أكانت دينية أم تربوية أو سياسية .. يكونون أكثر في مقابل من تسنح لهم فرصة استكمال الدراسة والحصول على درجتي الماجستير أو الدكتوراه، وهذه نسبة واقعية في سيما أن الدراسة استهدفت هذه المستويات التعليمية الثلاث.

وأما من حيث متغير مجال العمل والوظيفة الدينية، فكان الأكاديميون في كليات الشريعة هم الأكثر وبعده (٤٥) مستجيباً، وبنسبة (٢٥,٧%)، وجاء في المرتبة

الثانية ممن هم في الأوقاف والشؤون الدينية وبعده (٤٠) مستجيباً، وبنسبة (٢٢,٩ %)، وجاء في المرتبة الأخيرة ممن هم في مجال الإفتاء والقضاء الشرعي وبعده (٢٥) وبنسبة (١٤,٣ %). ويعزو الباحث ذلك إلى أن الأكاديميين الجامعيين أوسع اطلاعا وأقوى صلة وأكثر اهتماما بهذه القضايا، واطلاعهم المتجدد على هذه الموضوعات التي بناء على طبيعة وظيفتهم التي تتطلب الاطلاع على المستجدات في الجوانب ذات الصلة بمجال تدريسهم، يضاف إلى ذلك أن هذه الفئة أكثر تفاعلا مع التقنية الحديثة ووسائل التواصل والإعلام الجديد، فكانوا الأكثر استجابة لأداة الدراسة الإلكترونية.

:

اعتمد الباحث في إجابته على تساؤلات الجانب الميداني من الدراسة والمتعلق ببيان آراء النخب الدينية ومقترحاتهم تجاه ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي على أداة الاستبانة؛ وتعدّ الاستبانة من الأدوات التي تستخدم في جمع بيانات أولية أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة مقدماً. (٩٣) وقد صمّم الباحث أداة للدراسة يتحقق بها معالجة لمشكلة البحث وإجابة على تساؤلاته، وذلك حسب الخطوات التالية:

: أعدّ الباحث أداة الاستبانة بناء على الخبرات السابقة وبالاستفادة من الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، وبُنيت الأداة على نمط مقياس ليكرت خماسي التدرج على النحو الآتي: موافق بشدة ويعطى (٥) درجات، ومستوى موافق ويعطى (٤) درجات، ومستوى محايد ويعطى (٣) درجات، ومستوى غير موافق ويعطى (٢) درجتين ومستوى غير موافق بشدة ويعطى (١) درجة. وتم استخدام مقياس الحكم على النتائج الذي تم تقسيمه إلى (مرتفع، متوسط، منخفض). وصمم الباحث أداة دراسته إلكترونياً وهو ما يعرف بـ "الاستبانة الإلكترونية" (٩٤) وبات هذا النوع نمطا شائعا في معظم البحوث خاصة التي تتميز بزيادة أعداد المبحوثين وانتشارهم وصعوبة الوصول إليهم، فضلا عن التطور التقني الذي سهل طرائق البحث ووسائله والنخب الذين تستهدفهم هذه الدراسة ممن يستخدمون التقنيات الإلكترونية ويتفاعلون معها.

١. حرصا على تحقق صدق الأداة المستخدمة، فبعد بناء محاور

الاستبانة وفقراتها، وفق منهجية محكمة تضمن صدق الأداة في قياس الظاهرة المدروسة، وللتحقق من الصدق الظاهري (*Face Validity*)، والصدق المنطقي (*Logical Validity*) لمحتوى الاستبانة تمّ تحكيم هذه الاستبانة لدى خبراء ومختصين من النخب الأكاديمية والعلمية ممن لهم خبرة علمية وميدانية في المجالات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وقد حصل

الباحث على تحكيم (١٤) مختصا، ثم عدلت الأداة في ضوء ملاحظات المحكمين المقترحة. (ملحق (١) قائمة بأسماء المحكمين)

٢. (Reliability test): تم حساب معامل كرونباخ ألفا للإتساق

الداخلي بين الفقرات، وحسب معامل كرونباخ ألفا لكل مجال من مجالات الدراسة ولمجمل الفقرات كما في الجدول التالي رقم (٢). كما تم حساب معاملات التميز لكل فقرة (Corrected item- total Correlation) ، وتم حذف الفقرات التي نقص تميزها عن (٠,٠٢) وزاد عن (٠,٨٠)، وكانت قيمة ألفا الإجمالي (٠,٩٦).

الجدول (٢)

نتائج اختبار ثبات الأداة (الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لمحاور الأداة ومجمل فقراتها)

المحاور	عدد الفقرات	كرونباخ (الفا)
المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف	١٢	٠,٩٢
المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة (التفسيرات الشاذة، الفتاوى الضالة، الأحاديث المكذوبة)	٩	٠,٨٧
المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية (الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية المخادعة ..)	٨	٠,٩٠
المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة	١٧	٠,٩٣
مجمل الفقرات	٤٦	٠,٩٦

يظهر من جدول (٢) أن قيم معاملات ثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور الدراسة تراوحت بين (٠,٩٣-٠,٨٧)؛ كما بلغ معامل (كرونباخ ألفا) للأداة ككل (٠,٩٦) وهي قيم مرتفعة تجعل الأداة مناسبة لأغراض التطبيق والتحليل الإحصائي لتحقيق أهداف الدراسة، وتكونت من (٤٦) ست وأربعين فقرة موزعة على (٤) أربعة محاور رئيسية، يتبع كل محور منها سوألا مفتوحا يطلب إلى المبحوث إضافة مقترحات أخرى يراها، وفيما يلي محاور الاستبانة الرئيسية:

١. مقترحات خاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب.
٢. مقترحات خاصة بالمضامين الدينية المنحرفة، مثل: التفسيرات الشاذة، الفتاوى، الضالة، الأحاديث المكذوبة.
٣. مقترحات خاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية؛ كالإلحاد والكفر،

الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية المخادعة ..
 ٤. مقترحات خاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية، مثل: متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة.

وبعد التأكد من صدق الأداة ومناسبتها صمم الباحث الاستبانة بصورتها الإلكترونية على الموقع المخصص لذلك (Google Drive)، وبعد التأكد من فاعليتها وإمكانية فتحها والتعامل معها إلكترونياً، نشر الباحث هذه الاستبانة إلكترونياً على شبكة الإنترنت، وتمّ تعميم رابط الاستبانة عبر شبكة الإنترنت، والعديد من المجتمعات الافتراضية وشبكات التواصل الاجتماعي، والمنتديات، ومواقع الجامعات، والمؤسسات الدينية المختلفة، والتطبيقات الاتصالية المتاحة، وهذا يتيح المجال لوصول الاستبانة لشريحة أوسع من النخب المبحوثة.

بهدف تحليل نتائج إجابات أفراد مجتمع الدراسة فقد تم تصنيف الأوساط الحسابية لمجتمع الدراسة باحتساب المتوسط المرجح (درجة التقييم) من خلال المعادلة التالية :

طول الفقرة = (الحد الأعلى للبدل / الحد الأدنى للبدل) / عدد المستويات

طول الفقرة = (٤ / ٥) / ٣ = ١,٣٣

وبالتالي يصبح التوزيع كما هو موضح في الجدول (٣) :

جدول (٣)

الأوساط المرجحة لإجابات عينة الدراسة

درجة التقييم	المتوسط المرجح
منخفضة	١ - أقل من ٢,٣٤
متوسطة	٢,٣٤ - أقل من ٣,٦٧
مرتفعة	٣,٦٨ - ٥

٤. محددات الدراسة الميدانية.

تحدد هذه الدراسة بالمحددات التالية:

- المحدد المكاني: يتحدد جمهورها بالمجتمع الأردني.
- المحدد الزماني: انحصرت المدة الزمنية لهذه الدراسة في جانبها الميداني (استطلاع آراء النخب) خلال شهر ذي القعدة من العام الهجري ١٤٣٩ هـ الموافق لشهر آب ٢٠١٨ م؛ وهي مدة توزيع الاستبانة وتلقي إجابات النخب المستهدفة حولها.
- محدد النُخب: تنحصر النخب في النخب الدينية في الأردن، من حملة الشهادات الشرعية (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه)، وممن يعملون في

المجال الديني؛ إذ هم الأقدر على تقديم رؤية دقيقة حول مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي.
٥. المعالجة الإحصائية:

بعد تلقي الباحث الردود الإلكترونية على استبانة الدراسة، وقبول (١٧٥) استبانته صالحة للتليل، قام الباحث بمراجعة الاستمارات وترتيبها، وإدخال البيانات في الحاسب الآلي من خلال برنامج (Spss) الخاص بالمعالجات الإحصائية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، وتم الاستعانة بالمعالجات الإحصائية التالية:

١. معامل (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة.
٢. استخراج التكرارات والنسب المئوية.
٣. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة على أسئلة الدراسة.
٤. استخدام (ANOVA) الخاص بتحليل التباين الخماسي لمعرفة الفروق الإحصائية الدالة بين المجموعات وداخلها.

المطلب الثاني

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

يختص هذا المطلب بعرض وتحليل البيانات التي استخرجها الباحث من أداة الدراسة الميدانية، وهي على نوعين:

أ- البيانات المتعلقة بسمات النخب الدينية (عينة الدراسة)، وهي: المستوى العلمي، مجال العمل.

ب- البيانات المتعلقة بآراء النخب الدينية حول الرؤى المقترحة لترشيد استخدام الإعلام الجديد، إضافة إلى مقترحاتهم الأخرى التي يرونها.

:

:

() :

- ما آراء النخب الدينية نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد في مجمل مضامينه ؟
وستتم الإجابة على هذا السؤال من خلال بيانات الجداول التالية الخاصة بكل محور من محاور الدراسة الرئيسية.

الجدول رقم (٤)

آراء النخب الدينية نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد في مجمل مضامينه

الترتيب	الأبعاد / المجالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
٤	المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب	٤,٥٤	٠,٦٦٥	مرتفعة
١	المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة (التفسيرات الشاذة، الفتاوى، الضالة، الأحاديث المكذوبة)	٤,٦٤	٠,٥٥٥	مرتفعة
٢	المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية (الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية المخادعة ..)	٤,٦٣	٠,٥٥١٨	مرتفعة
٣	المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة)	٤,٦٣	٠,٥٥٩	مرتفعة
	الكلّي	٤,٦١	٠,٥٨٥	مرتفعة

يظهر من الجدول (٤) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن آرائهم حول مقترحات ترشيد مضامين الإعلام الجديد تراوحت بين (٤,٥٤ - ٤,٦٤) بدرجة تقييم مرتفعة لجميع مجالات الدراسة، وجاء في المرتبة الأولى "المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة (التفسيرات الشاذة، الفتاوى الضالة، الأحاديث المكذوبة)" بمتوسط حسابي (٤,٦٤)، وفي المرتبة الثانية جاء " المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية (الإلحاد والكفر،الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية المخادعة ..)" بمتوسط حسابي (٤,٦٣)، وجاء في المرتبة الثالثة " المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة " بمتوسط حسابي (٣,٦٣)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت " المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب

والعنف" بمتوسط حسابي (٣,٥٤). وبلغ المتوسط الحسابي الكلي لمقترحات ترشيد مضامين الإعلام الجديد (٤,٦١) بدرجة تقييم مرتفعة.

ويعزو الباحث ارتفاع المتوسطات الحسابية لهذه المضامين إلى أن أفراد العينة الذين استهدفتم الدراسة جميعهم من النخب المتخصصة في هذا الجانب، وكون المقترحات التي تضمنتها الفقرات ركزت على حلول عملية ممكنة، وبُنيت في ضوء خبرات تراكمية واسترشاد بآراء نخب وكفاءات متخصصة في جوانب مختلفة مما له صلة في مقترحات الدراسة، فقد اطلع الباحث على أدبيات متنوعة في موضوع الدراسة وفي مجالات مختلفة، كما استفاد الباحث من آراء المحكمين لأداة الدراسة الذين أثروها وجعلوها أكثر عمقا وشمولية؛ حيث أرسل الباحث أداته إلى نخب متخصصة في مجالات متعددة؛ دينية، وسياسية، وتربوية، واجتماعية، وقانونية، وأمنية، وغيرها. (يُنظر: ملحق (١) قائمة بأسماء المحكمين من شتى التخصصات)

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة الدراسة على فقرات كلّ بعد من أبعاد ومحاوَر مضامين الإعلام الجديد بشكل خاص، كما يوضحه جدول (٥).

جدول (٥):

آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف

الرتبة	رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
٦	١	إعداد برامج ومواد إعلامية توعوية في الوسائل الإعلامية للتحذير من هذه المضامين	٤,٦٠	٠,٦١٤	مرتفعة
٥	٢	إعداد منصات خاصة في الإعلام الجديد يشرف عليها فريق مدرب وموهل لمواجهة هذه المضامين	٤,٦٠	٠,٦٥١	مرتفعة
٢	٣	إنشاء موقع إلكتروني رسمي يشرف عليها جهاز مسؤول وموثوق يُعنى بكشف الشائعات المرجفة والتحذير منها	٤,٦٢	٠,٦١١	مرتفعة
٤	٤	تفعيل دور الخطاب المسجدي في التحذير ومواجهة هذه المضامين	٤,٦١	٠,٦٠٤	مرتفعة
١٠	٥	تعزيز دور التربية الإعلامية في المدارس للتحذير ومواجهة هذه المضامين	٤,٥٠	٠,٦٩٣	مرتفعة
٧	٦	تعزيز دور التربية الإعلامية في الجامعات والمعاهد العلمية للتحذير ومواجهة هذه المضامين	٤,٥٤	٠,٦٣١	مرتفعة

الرتبة	رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
٣	٧	توجيه الأسر لأخذ دورها في تحسين أفرادها وتحذيرهم لمواجهة هذه المضامين	٤,٦١	٠,٦٠٤	مرتفعة
١	٨	تفعيل دور النخب الفكرية (علماء الدين، الإعلام، التربية، السياسة، وغيرهم) لتوعية أفراد المجتمع من هذه المضامين	٤,٦٢	٠,٦٠١	مرتفعة
١٢	٩	تفعيل دور مؤسسات الدولة الرقابية والقانونية للتصدي لهذه المضامين	٤,٣٣	٠,٨٤٧	مرتفعة
١١	١٠	تفعيل دور منظمات المجتمع المدني (الأندية الاجتماعية، والثقافية، والرياضية، وغيرها) لتحسين أفراد المجتمع من هذه المضامين	٤,٤٢	٠,٦٩٧	مرتفعة
٨	١١	بناء خطة استراتيجية وطنية بالتنسيق بين المؤسسات المعنية لمواجهة هذه المضامين الميثوقة في الإعلام الجديد	٤,٥٤	٠,٦٨٣	مرتفعة
٩	١٢	إنشاء مراكز وطنية متخصصة بالحوار والإقناع لمحاورة وإقناع الفئات التي تتبنى الأفكار المنحرفة وتروج لها	٤,٥٠	٠,٧٤٩	مرتفعة
		الكلّي	٤,٥٤	٠,٦٦	مرتفعة

يتضح من الجدول (٥) أن آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف من وجهة نظر عينة الدراسة جاءت بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط للدرجات الكلية في هذا المحور ٤,٥٤ بانحراف معياري ٠,٦٦ أما بشأن العبارات الفرعية في هذا المحور فيلاحظ أنه:

جاءت الفقرتان رقم (٨) والفقرة رقم (٣) كلتاهما في الترتيب الأول من حيث درجة التحقق، وبدرجة مرتفعة؛ حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حولهما ٤,٦٢ وبانحراف معياري قدره ٠,٦٠. وتقتصر الفقرة رقم (٨) "تفعيل دور النخب الفكرية (علماء الدين، الإعلام، التربية، السياسة، وغيرهم) لتوعية أفراد المجتمع من هذه المضامين". وتقتصر الفقرة رقم (٣) "إنشاء موقع

إلكتروني رسمي يشرف عليه جهاز مسؤول وموثوق يُعنى بكشف الشائعات المرجفة والتحذير منها".

وجاءت الفقرة المتضمنة مقترح "تفعيل دور مؤسسات الدولة الرقابية والقانونية للتصدي لهذه المضامين" في الترتيب الأخير من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٣٣، وبانحراف معياري قدره ٠,٨٤.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن الآثار السلبية التي خلفتها العمليات الإرهابية سواء على الصعيد الأمني أو على الصعيد الفكري أو حتى الدولي وما جلبته من سمعة سيئة للإسلام وما تسببت به من مشاكل للمسلمين في عدد من دول العالم، جعل الحاجة ماسة لمثل هذه المقترحات، فجاءت درجة الموافقة عليها بصورة عالية جداً.

ويفسر الباحث مجيء مقترح "تفعيل دور النخب الفكرية.." في المرتبة الأولى إلى أن الفئة المستجيبة هم من النخب، وهم الأقدر على استشعار قيمة النخب في توجيه الشباب والنشء نحو الاستخدام الأمثل للإعلام الجديد والتعامل مع مضامينه، وكون النخب في أي مجتمع هم الأقدر على التعامل مع مثل هذه المستجدات والأكفأ في معالجة مفرزاتها وعواقبها والأكثر قبولاً وإقناعاً لفئات المجتمع وأفراده. كما يفسر الباحث مجيء مقترح: "إنشاء موقع إلكتروني رسمي يشرف عليه جهاز مسؤول.." في المرتبة الأولى أيضاً إلى أن الكشف عن الشائعات ومتابعة مستجداتها يحتاج إلى متابعة وتنسيق دقيق، وتحديث مستمر وكفاءات متخصصة ونفقات مخصصة، وهذا يقع ضمن اختصاص ومسؤولية الجهات الرسمية؛ لقدرتها على التنظيم والمتابعة والمواخظة، وأما الأفراد فجهودهم غالباً تكون مشتتة ويعوزها التنظيم والمتابعة. وهذه النتائج جاءت متوافقة مع ما خلصت إليه دراسة عمر قرملة^{٩٥} من نتائج وتوصيات أكدت في نتائجها على أهمية تفعيل التواصل بين كبار علماء المساجد وشبابها والالتقاء بهم والسماع منهم ومحاورتهم، وتفعيل دور العلماء والمفكرين المسلمين للمشاركة في الندوات والمؤتمرات والمنتديات الفكرية والثقافية لمناقشة موضوعات الإرهاب والتطرف وما أشبهها، والإسهام في إثرائها في حوارات هادئة ومرتنة وبيان وجهة النظر الإسلامية ودحض الشبه بالحجة والبرهان، وتفعيل رقابة الدولة على وسائل الإعلام.

ويعزو الباحث مجيء مقترح "تفعيل دور مؤسسات الدولة الرقابية والقانونية للتصدي لهذه المضامين" في الترتيب الأخير؛ لكونها الأقل جدوى في ترتيب المقترحات؛ إذ أن كثيراً من الدول العظمى قد وقعت فيها أحداث إرهابية، واستهدف أفرادها واختطفت أفكارهم ولم تتمكن مؤسساتهم الرقابية على الرغم من قوتها ودقتها من كشف ذلك، وذلك لأن إمكانات الإعلام الجديد وديمومة تطورها وتجدها يحول دون إحكام السيطرة على مثل هذه الأفكار. يضاف إلى ذلك أن محاربة الفكر المتطرف لا يجدي فيه إلا التوجه إلى الفكر والإقناع، وأما الجهاز الرقابي فقد يحد من لكنه لا يجففه ولا يمنع، بل قد يزيد من تعنت أصحابه وسعيهم المستمر للبحث عن بدائل أخرى.

جدول (٦):

آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (التفسيرات الشاذة، الفتاوى الضالة، الأحاديث المكذوبة)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	١	تفعيل دور الخطاب المسجدي في التحصين والتحذير من المضامين الدينية المنحرفة	٤,٦٩	٠,٥٤٣	مرتفعة
٢	٢	تفعيل دور الإعلام الإسلامي لتقديم رسالة الإسلام الحق؛ من خلال زيادة مساحة البرامج الدينية واختيار أوقات البث المناسبة في وسائل الإعلام الجماهيرية	٤,٦٨	٠,٥٣٤	مرتفعة
٥	٣	تجديد عرض الخطاب الإسلامي المقدم عبر وسائل الإعلام بأساليب واستراتيجيات حديثة	٤,٦٤	٠,٥٣٦	مرتفعة
٣	٤	إعداد وتأهيل دعاة وإعلاميين مختصين في تقديم الخطاب الديني وفق استراتيجيات اتصال إقناعي مدروس	٤,٦٨	٠,٥٤٥	مرتفعة
٦	٥	حثّ الدعاة والإعلاميين الإسلاميين الأكفاء الثقات لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في تقديم خطاب ديني يتفق مع رسالة الإسلام الحقّة	٤,٦٣	٠,٥٤٩	مرتفعة
٧	٦	إنشاء مواقع ومنصات عبر وسائل الإعلام الجديد يشرف عليها نخب متخصصة تُعنى بالتحذير من المضامين الدينية المنحرفة	٤,٦٣	٠,٥١٧	مرتفعة
٤	٧	تفعيل دور المؤسسات العلمية والتربوية (جامعات، مدارس، مراكز ثقافية، ..)	٤,٦٧	٠,٥٠٥	مرتفعة

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
		لتحصين والتحذير من هذه المضامين المنتشرة			
٩	٨	إنشاء أقسام وجهات في المؤسسات ذات الشأن الديني (الأوقاف، الإفتاء، ..) معنية بالرصد والمتابعة والتقييم والتصدي لهذه المضامين المنتشرة	٤,٥٦	٠,٦٥٧	مرتفعة
٨	٩	إنشاء مركز بحثي متخصص يُعنى برصد ومسح ما هو شائع من مضامين الانحرافات الدينية ومتابعة ما يستجد منها وموافاة الجهات المعنية بها	٤,٦٠	٠,٦٠٦	مرتفعة
		المجموع	٤,٦٤	٠,٥٥٥	مرتفعة

يتضح من الجدول (٦) أن آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (التفسيرات الشاذة، الفتاوى الضالة، الأحاديث المكذوبة) جاءت متحفقة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغ المتوسط للدرجات الكلية في هذا المحور ٤,٦٤ بانحراف معياري ٠,٥٥ أما بشأن العبارات الفرعية في هذا المحور فيلاحظ أنه:

جاءت الفقرة (١) والمتضمنة مقترح "تفعيل دور الخطاب المسجدي في التحصين والتحذير من المضامين الدينية المنحرفة" في الترتيب الأول من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٦٩ وبانحراف معياري قدره ٠,٥٤. وجاءت الفقرة (٨) المتضمنة مقترح: "إنشاء أقسام وجهات في المؤسسات ذات الشأن الديني؛ كالأوقاف، الإفتاء، .. معنية بالرصد والمتابعة والتقييم والتصدي لهذه المضامين المنتشرة" في الترتيب الأخير من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٣٣، وبانحراف معياري قدره ٠,٥١.

ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة المضامين وأنها مضامين دينية متخصصة والخطاب المسجدي هو الأقدر على تقديم هذه المعالجات كونه المؤسسة الدينية الرئيسية المؤهلة لتقديم خطاب متخصص حول هذه المضامين، إضافة إلى أن الخطاب المسجدي أكثر قبولا وتأثيرا في القضايا الدينية نظرا لقداسة المكان وأن المتلقي يقبل على البيئة المسجدية بنفسه؛ حيث يأتي المسلمون لأداء فريضة الصلاة؛ الجمعة والجماعات. وبهذا يتبين أن دور المسجد والخطاب الديني المقدم

فيه على درجة كبيرة من الأهمية، من حيث الثقة التي يوليها الناس له كمؤسسة دينية بامتياز، وكذلك لوجود أوقات اجتماع متعددة يتمكن فيها القائم على الخطاب من تقديم المعالجات المناسبة للموضوعات المختلفة للمسلمين، التي تسهم في رفع درجة الوعي عندهم وتزيد من درجة مناعتهم ضد التطرف والغلو أو الكراهية تجاه الآخر.

وتلتقي هذه النتيجة مع ما انتهى إليه الوداعي^{٩٦} من نتائج وتوصيات دعا في واحدة منها إلى العناية بالخطاب الديني من خلال حسن الاختيار للقائمين على المؤسسات التي تلي مهمة الخطاب الديني، بحيث لا يقدم هذا الخطاب إلا من توافرت فيهم الكفاءة والضوابط المنهجية، بالإضافة إلى تضمين الخطاب الديني مضامين تعزيز الثوابت الدينية والوطنية لدى الشباب وفئات المجتمع، والحرص على التوازن والتناغم في الطرح الإعلامي والديني.

وأما مجيء مقترح: "إنشاء أقسام وجهات في المؤسسات ذات الشأن الديني؛ كالأوقاف، الإفتاء، .. معنية بالرصد والمتابعة والتقييم والتصدي لهذه المضامين المنتشرة" في الترتيب الأخير لعدم قناعة النخب بجدوى هذه الأقسام وبالذور الذي ستضطلع به، غداً أن مثل هذه المضامين يحتاج إلى معالجة ميدانية لا إدارية ولا رقابية، والخطاب المسجدي أو الإعلامي الذي يوعي الناس بمثل هذه المضامين ويقدم لهم خطاباً مقنعاً في الرد عليها هو الأكثر جدوى والأففع في التصدي لها.

جدول (٧):

آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية الخادعة ..)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	١	توجيه الأسرة لأخذ دوها التربوي والتوعوي والرقابي لأفرادها حول هذه المضامين	٤,٧٣	٤٦٦	مرتفعة
٣	٢	توجيه الأسرة إلى ضرورة الوعي بطبيعة المنصات والمجموعات (Groups) التي يشارك فيها أفرادها	٤,٦٤	٥٢٦	مرتفعة
٦	٣	إعداد حملات إعلامية مدروسة ومكثفة تتصدى للكشف عن مخاطر ومحتوى هذه مضامين	٤,٦١	٥٥٤	مرتفعة
٤	٤	تفعيل دور المسجد في تقديم خطاب توعوي لأولياء الأمور لتعريفهم بألية التعامل مع أبنائهم تحسبنا وعلاجا ضد هذه المضامين	٤,٦٢	٥٩١	مرتفعة
٨	٥	العناية بتقديم خطاب مسجدي توعوي إقناعي موجه للنشء لتوعيتهم وتحصينهم في وجه هذه المضامين	٤,٥٩	٥٨٨	مرتفعة
٧	٦	تفعيل دور المؤسسات العلمية والتربوية لتتولى تحصين النشء ضد هذه المضامين	٤,٥٩	٥٥٨	مرتفعة
٢	٧	إطلاق حملات إعلامية مدروسة للتحذير من خطر الألعاب الإلكترونية الخادعة وإدماؤها، مثل لعبة الحوت الأزرق، ومريم وغيرها	٤,٦٥	٥٨٤	مرتفعة
٥	٨	التأكيد على ضرورة التنسيق بين المؤسسات ذات الصلة لإبراز حقيقة الإسلام ومزاياه العظيمة والتصدي لمضامين التشكيك والتشويه للإسلام والمسلمين	٤,٦١	٥٤٤	مرتفعة
		المجموع	٤,٦٣	٥٥١	مرتفعة

يتضح من الجدول (٧) أن آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية الخادعة ..) جاءت متحقق بدرجة

مرتفعة؛ حيث بلغ المتوسط للدرجات الكلية في هذا المحور ٤,٦٣ بانحراف معياري ٠,٥٥ أما بشأن العبارات الفرعية في هذا المحور فيلاحظ أنه:

جاءت الفقرة (١) المتضمنة مقترح "توجيه الأسرة لأخذ دوها التربوي والتوعوي والرقابي لأفرادها حول هذه المضامين" في الترتيب الأول من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذا المقترح ٤,٧٣ وبانحراف معياري قدره ٠,٦٤. وجاءت الفقرة (٥) المتضمنة مقترح "العناية بتقديم خطاب مسجدي توعوي إقاعي موجه للنشء لتوعيتهم وتحسينهم في وجه هذه المضامين" في الترتيب الأخير من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٥٩، وبانحراف معياري قدره ٠,٥٥.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن مثل هذه المضامين تضطلع الأسرة بدور أساس في تحسين أبنائها من الوقوع فيها؛ لأن الأسرة هي مأوى أفرادها وتوفر المكان المناسب للتواصل معهم، وأما تراجع مقترح الخطاب المسجدي مع أهميته وعلاقته المباشرة في كثير من المضامين المنحرفة فكريا وعقديا ومظاهر الإلحاد والكفر وعبدة الشيطان .. إلا أن الخطاب المسجدي للتصدي لمثل هذه المضامين يتراجع عن دور الأسرة والإعلام؛ لأن الأفراد الذين ينتمون إلى هذه الانتماءات ويحملون هذه الأفكار المنحرفة لا يصلهم الخطاب المسجدي؛ لأنهم يفرون أصل الدين وما يتعلق به من خطاب أو مواطن عبادة، وبالتالي فإن وجهة نظر النخب مسوغة في ذلك وجاءت عن وعي ومؤشر على دقة تعاملهم مع أداة الدراسة ومضامينها المقترحة، إذ لو كان العكس لكان المتوقع مجيء الخطاب المسجدي في مرتبة متقدمة كون المستجيبين من النخب الدينية والعاملين في الحقل الديني من دعاة وأئمة وخطباء ووعاظ وغيرهم.

جدول (٨):

آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	١	تعميق الإيمان لدى مستخدمي وسائل الإعلام الجديد من خلال تعزيز الرقابة الذاتية والحياء والخوف من الله تعالى للوقاية من هذه المضامين	٤,٧٤	٤,٣٥	مرتفعة
٣	٢	التأكيد على دور الأسرة في تحسين وتوجيه أفرادها وتحذيرهم من هذه المضامين	٤,٧٣	٤,٤١	مرتفعة
٦	٣	تكثيف البرامج الإعلامية التوعوية وزيادة مساحتها في وسائل الإعلام المختلفة للتوعية والتحذير من هذه المضامين	٤,٦٨	٥,٥٧	مرتفعة

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
٨	٤	إطلاق حملات إعلامية منظمة للتوعية من هذه المضامين	٤,٦٤	٥٥٨	مرتفعة
٧	٥	تفعيل دور المسجد في تقديم خطاب ديني توعوي إقناعي يبين الأحكام الشرعية لهذه المضامين والعواقب الدنيوية والأخروية	٤,٦٤	٥٤٦	مرتفعة
١٢	٦	توجيه المؤسسات المعنية بالتنشئة والتربية (الأسرية والتربوية وغيرها) لبناء خطة مدروسة تعزز بناء شخصية النشء المستخدم لوسائل الإعلام الجديد	٤,٥٨	٥٨٩	مرتفعة
١٠	٧	توجيه وسائل الإعلام المختلفة لتقديم أنموذجيات صالحة تكون قدوات للنشء تحمهم من التقليد الأعمى للقدوات المزيفة	٤,٦١	٥٣٢	مرتفعة
١٦	٨	توجيه القائمين على وسائل الإعلام المختلفة لإيلاء القلب الدرامي عناية خاصة ومدروسة للتصدي لهذه المضامين	٤,٥٠	٧٠١	مرتفعة
٢	٩	العناية بالمناهج الدراسية في المدارس والجامعات وتضمينها القيم والمبادئ والقدوات التي تبني النشء بناء سليماً ومحصناً وواعياً ضد هذه المضامين	٤,٧٤	٤٩٩	مرتفعة
١٧	١٠	توجيه الأسر لتزويد أفرادها بالضروري من الثقافة الجنسية وضوابطها وبما يتناسب مع أعمارهم في ضوء القيم الإسلامية والمبادئ الأخلاقية	٤,٤٦	٧٨٦	مرتفعة
١١	١١	إطلاق منصات في وسائل الإعلام الجديد تتولى أدوار التوعية والتحذير لمستخدميها من مزالق المواقع ذات المضامين اللاأخلاقية والانحرافات السلوكية	٤,٦٠	٥٢٥	مرتفعة
٩	١٢	تكثيف الرسائل التوجيهية والتحصينية للنشء من قبل المؤسسات المعنية (الدينية، التربوية، الإعلامية) لتحذيرهم من رفقاء السوء في المجتمع الحقيقي والافتراضي	٤,٦٣	٥٣٩	مرتفعة
١٣	١٣	تأكيد دور المؤسسات الرقابية المعنية بوسائل الإعلام ووسائطه لرصد ومتابعة المواقع التي تنشر هذه المضامين والملاحقة القانونية للقائمين عليها ومروجيها	٤,٥٨	٦٠٨	مرتفعة
٤	١٤	تبني خطة مدروسة من قبل المؤسسات الرقابية الإعلامية لحجب المواقع اللاأخلاقية	٤,٧٠	٥١٧	مرتفعة

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١٤	١٥	توجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد لإنشاء مجاميع إلكترونية بديلة تُعنى بتكثيف نشر المضامين البديلة والأمانة لمواجهة هذه المضامين	٤,٥٨	٠,٥٦٩	مرتفعة
٥	١٦	إعداد وتأهيل فريق خاص من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد لمواجهة الإللكترونية من خلال العمل على تعطيل المواقع اللاأخلاقية وتهكيرها	٤,٦٨	٠,٥٥٥	مرتفعة
١٥	١٧	توسيع دور مراكز الإصلاح الأسري لتشمل التوعية بالمضامين اللاأخلاقية والانحرافات السلوكية وجعلها ضمن أولوياتها	٤,٥٧	٠,٥٥١	مرتفعة
		المجموع	٤,٦٣	٠,٥٥٩	مرتفعة

يتضح من الجدول (٨) أن آراء النخب الدينية نحو المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقدوات المزيفة) جاءت متحققة بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغ المتوسط للدرجات الكلية في هذا المحور ٤,٦٣ بانحراف معياري ٠,٥٥. أما بشأن العبارات الفرعية في هذا المحور فيلاحظ أنه: جاءت الفقرة (١) المتضمنة مقترح "تعميق الإيمان لدى مستخدمي وسائل الإعلام الجديد من خلال تعزيز الرقابة الذاتية والحياء والخوف من الله تعالى للوقاية من هذه المضامين" في الترتيب الأول من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٧٤ وبانحراف معياري قدره ٠,٤٣. بينما جاءت الفقرة (١٠) المتضمنة مقترح "توجيه الأسر لتزويد أفرادها بالضروري من الثقافة الجنسية وضوابطها وبما يتناسب مع أعمارهم في ضوء القيم الإسلامية والمبادئ الأخلاقية" في الترتيب الأخير من حيث درجة التحقق، وتحققت بدرجة مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط الوزني لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ٤,٤٦، وبانحراف معياري قدره ٠,٧٠.

ويفسر الباحث ذلك إلى طبيعة المضامين التي تضمنها هذا المحور؛ فهي مضامين تتجه إلى الخصوصية في تلقيها والتعامل معها من قبل الأفراد، إذ أن مثل هذه المضامين التي تحمل رسائل إيحائية أو تصريحية وهذه هي الأكثر يتلقاها الفرد ويتابعها بمفرده وفي عزلة خاصة لا يطلع عليه أحد غالباً، فهي مضامين لا أخلاقية تحوي صوراً أو قصصاً أو مقاطع جنسية، أو تغري بإقامة علاقات غير شرعية، أو تعاطي ممنوعات ومحظورات وغير ذلك. ومثل هذا التلقي يحتاج لمعالجة خاصة تركز على بناء الذات وتنمية وازع الرقيب الداخلي، وتقوية صلة الفرد بربه سبحانه وتعميق استشعاره بمراقبته سبحانه والحياء منه وإجلاله والخوف منه وخشيته في السر والعلن. وهذا ما يتفق مع نتائج دراسة عمر قرملة ٩٧ والتي أكدت في نتائجها

على أهمية مساعدة الأسرة للأبناء في ظل التوجيه الإسلامي على تكوين الوازع الديني أو الضمير الحيّ ليكون موجهاً ورفيقاً، وهذا يتطلب من الآباء مجالسة أبنائهم ومحاورتهم وتربيتهم على يقظة الضمير ورقابته الداخلية.

وأما عن تأخر مقترح "توجيه الأسر لتزويد أفرادها بالضروري من الثقافة الجنسية .." ومجبتها في الترتيب الأخير، فيفسر الباحث ذلك إلى أنّ تزايد النشء بالثقافة الجنسية وضوابطها يعوزه حكمة عالية متوجة بخبرة علمية وحياتية، وهذا لعله ما دعا النخب إلى عدم رؤية مثل هذا المقترح؛ كون كثير من الأسر غير مؤهلة لتقديم مثل هذه الثقافة الجنسية الدقيقة، وأنها تحتاج إلى خبراء مختصين في هذا المجال، أو أسر واعية وعيا كافيا يؤهلهم أن يحصنوا الأفراد لا أن يفتحوا عليهم باباً ربما لا يحسنون التعامل معه ولا تقديمه بالصورة والقدر المطلوبين.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الثاني من أسئلة الدراسة الميدانية (دراسة النخب الدينية):

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء النخب نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد؟

استخدم الباحث اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المجموعات المستقلة (*Independent Sample T-Test*) وتتضح الإجابة على هذا السؤال من خلال بيانات الجداول التالية الخاصة بكل محور من محاور الدراسة الرئيسية، وهي: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء النخب نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد بناء على متغير الجنس (ذكر، أنثى)؟

جدول (٩)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)

المجال	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
المجال الأول	ذكر	١٠٦	٥٤,٧٠	٥,٨١٤	٠,٤١٧	٠,٦٧٧
	أنثى	٦٩	٥٤,٣١	٦,٣٢٥		
المجال الثاني	ذكر	١٠٦	٤١,٦٣	٣,٦٤٩	-٠,٨٢٧	٠,٤٠٩
	أنثى	٦٩	٤٢,٠٨	٣,٤٠٣		
المجال الثالث	ذكر	١٠٦	٣٦,٨٦	٣,٥٦١	-٠,٩٩٥	٠,٣٢١
	أنثى	٦٩	٣٧,٣٩	٣,١٣٠		
المجال الرابع	ذكر	١٠٦	٧٨,١٥	٧,٢٨١	-١,٤٢٣	٠,١٥٦
	أنثى	٦٩	٧٩,٦٥	٦,٠٣٣		
الدرجة الكلية	ذكر	١٠٦	٢١١,٣٥	١٨,٤٧٩	-٠,٧٧٤	٠,٤٤٠
	أنثى	٦٩	٢١٣,٤٤	١٥,٧٦١		

يتضح من الجدول (٩) أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = ٠,٥$)، على الدرجة الكلية والأبعاد الفرعية وفقاً لمتغير الجنس. ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن طبيعة الدراسة تتجه إلى أخذ رأي النخب حول مقترحات

ترشيد استخدام الإعلام الجديد والتعامل مع المضامين المنحرفة التي تنتشر خلالها، وهذه النخب تتلاقى في مستواها العلمي وفي طبيعة الوظيفة ومجال العمل والخبرات في هذا المجال، فيكون تأثير متغير الجنس في هذه الحالة لا أثر له أمام هذا التوافق في المستوى العلمي والخبرة الميدانية. فجاءت إجابات كلا الجنسين من النخب متوافقة جداً وليس فيها فروق ذات دلالة إحصائية؛ لأن الآثار السلبية والمضامين المنحرفة التي تنتشر خلال وسائل الإعلام الجديد غدت اليوم بائنة للعيان لا فرق في ملاحظتها أو تقديرها بين ذكر أو أنثى.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء النخب نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد بناء على متغير المستوى العلمي؟

لمعرفة دلالة الفروق وفقاً لمتغير المؤهل العلمي قام الباحث بعمل اختبار تحليل التباين الأحادي وكما هو مبين في الجدول (١٠) :

جدول (١٠)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير المؤهل العلمي

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة الإحصائية
المجال الأول	داخل المجموعات	١٥٣,٦٠١	٢	٧٦,٨٠١	٢,١٥٧	٠,١١٩
	خارج المجموعات	٦١٢٣,٦٣٣	١٧٢	٣٥,٦٠٣		
	الكلية	٦٢٧٧,٢٣٤	١٧٤			
المجال الثاني	داخل المجموعات	٤٧,٩٦٧	٢	٢٣,٩٨٣	١,٩٢٢	٠,١٥٠
	خارج المجموعات	٢١٤٦,٨١٠	١٧٢	١٢,٤٨١		
	الكلية	٢١٩٤,٧٧٧	١٧٤			
المجال الثالث	داخل المجموعات	٢٩,٠٦٨	٢	١٤,٥٣٤	١,٢٦٢	٠,٢٨٦
	خارج المجموعات	١٩٨٠,٩٦٦	١٧٢	١١,٥١٧		
	الكلية	٢٠١٠,٠٣٤	١٧٤			
المجال الرابع	داخل المجموعات	١١٩,٢٩١	٢	٥٩,٦٤٦	١,٢٧٩	٠,٢٨١
	خارج المجموعات	٨٠١٨,١٣٧	١٧٢	٤٦,٦١٧		
	الكلية	٨١٣٧,٤٢٩	١٧٤			
الدرجة الكلية	داخل المجموعات	١١٨٦,٢٤٢	٢	٥٩٣,١٢١	١,٩٧١	٠,١٤٢
	خارج المجموعات	٥١٧٤٥,٩٠٧	١٧٢	٣٠٠,٨٤٨		
	الكلية	٥٢٩٣٢,١٤٩	١٧٤			

يتضح من الجدول (١٠) أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=٠.٠٥$)، على لدرجة الكمية والأبعاد الفرعية وفقاً لمتغير المؤهل العلمي. يبين الجدول رقم (١٠) أن قيمة مستوى الدلالة بلغت (٠,١٤٢) وهي أكبر من (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير المؤهل العلمي.

ويعلل الباحث عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير المؤهل العلمي لأن أفراد عينة الدراسة جميعهم من النخب العلمية المتخصصة ذات الكفاءة العلمية

والخبرات الميدانية، سيما أنه تم اختيار أفراد الدراسة بشكل قصدي (عينة قصدية متاحة)، كذلك فإن الآثار السلبية للمادة للإعلام الجديد أصبحت ظاهرة للعيان مما أسهم في تأكيد الحاجة لوجود عملية ترشيد تشرف عليها جهات علمية ومؤسسات رسمية تعمل على ضبطها وترشيدها بغية تقليل الآثار السلبية لها، وكذلك المساهمة في الاستفادة منها في المجالات المناسبة.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء النخب نحو مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد بناء على متغير مجال العمل؟

لمعرفة دلالة الفروق وفاق لمتغير مجال العمل قام الباحث باستخدام تحليل التباين الثنائي كما يتضح في الجدول (١١):

جدول (١١)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير مجال العمل

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة الإحصائية
المجال الأول	داخل المجموعات	١٢٦,٥١٨	٤	٣١,٦٢٩	.٨٧٤	.٤٨١
	خارج المجموعات	٦١٥٠,٧١٧	١٧٠	٣٦,١٨١		
	الكلية	٦٢٧٧,٢٣٤	١٧٤			
المجال الثاني	داخل المجموعات	٢٧,٠٣٢	٤	٦,٧٥٨	.٥٣٠	.٧١٤
	خارج المجموعات	٢١٦٧,٧٤٥	١٧٠	١٢,٧٥١		
	الكلية	٢١٩٤,٧٧٧	١٧٤			
المجال الثالث	داخل المجموعات	٦٠,٧٣٨	٤	١٥,١٨٥	١,٣٢٤	.٢٦٣
	خارج المجموعات	١٩٤٩,٢٩٦	١٧٠	١١,٤٦٦		
	الكلية	٢٠١٠,٠٣٤	١٧٤			
المجال الرابع	داخل المجموعات	٢٣٥,٦٧٠	٤	٥٨,٩١٧	١,٢٦٨	.٢٨٥
	خارج المجموعات	٧٩٠١,٧٥٩	١٧٠	٤٦,٤٨١		
	الكلية	٨١٣٧,٤٢٩	١٧٤			
الدرجة الكلية	داخل المجموعات	١٣٧٥,٥٦٧	٤	٣٤٣,٨٩٢	١,١٣٤	.٣٤٢
	خارج المجموعات	٥١٥٥٦,٥٨١	١٧٠	٣٠٣,٢٧٤		
	الكلية	٥٢٩٣٢,١٤٩	١٧٤			

يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($\alpha = 0.05$)، على لدرجة الكية والأبعاد الفرعية وفقاً لمتغير مجال العمل

يبين الجدول رقم (١٠) أن قيمة مستوى الدلالة بلغت (٠,٣٤٢) وهي أكبر من

(٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير مجال

العمل .

ويعلل الباحث عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير مجال العمل

والوظيفة الدينية؛ لأن المقترحات المقدمة جميعها في الفقرات من ضمن اهتماماتهم

ومجال عملهم في المجال الديني، والعمل الدعوي القائم على التذكير والتنبيه يحتم

على النخب أن تتعرض لجملة هذه النتائج من الاستخدام غير المنضبط لوسائل

الإعلام الجديد مما يسهم في زيادة معرفتهم بنوعية المشاكل وحجمها بل وإمكانية توصيفها بصورة مناسبة من حيث المجالات التي تؤثر فيها في المجتمع، مما يساعد في زيادة القدرة على تقديم المقترحات للحلول المناسبة التي تتلاءم وطبيعة هذه المشاكل، وتقديم صور مُثلى لكيفية توظيف هذا التطبيق بالصورة التي تخدم الجمهور وتساهم في تنميته مواهبه وتأكيد هويته.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الثالث من أسئلة الدراسة الميدانية (دراسة النخب الدينية):

ما أهم آراء النخب الدينية التي اقترحتها النخب لترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي؟

وستتم الإجابة على هذا السؤال من خلال رصد أهم ما قدمه النخب من مقترحات وآراء إضافية إثرائية في إجاباتهم المفتوحة على أسئلة الاستبانة من خلال حصر هذه المقترحات وبيان تكرارها. وبيانات الجدول التالية ترصد أهم هذه المقترحات (جدول (١١):

جدول (١١)

آراء النخب الدينية ومقترحاتهم لترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي

الرقم	المقترحات الإضافية من النخب الدينية	تكرارها
١	الحرص على إيجاد قنوات والعناية بإعدادهم وتقديمهم للمجتمع بحيث يكونون قنوات مقبولة ومأمونة لدى النشء ..	٦
٢	العمل على إعداد طاقات شبابية إعلامية وتأهيلهم ليكونوا قادرين على مواجهة الفكر والسلوك المنحرف والرد عليه بالحجة والبرهان.	٣
٣	بناء الطالب الجامعي من خلال طرح مساقات إجبارية، ودورات متخصصة لبنائه وتحسينه وتأهيله للتصدي لهذه المضامين.	٣
٤	تفعيل القوانين والتعليمات بخصوص الخروج عن دين الدولة ومعتقداتها وقيمها وثوابتها، ومعاقبة المخالفين من ناشري الأفكار المضللة ومروجي المخدرات أو المواقع الإباحية أو بيوت الفاحشة.	٣
٥	عقد دورات خاصة للمعلمين تكون متخصصة في كيفية توعية الجيل بألية التعامل مع هذه المضامين؛ لما للمعلمين من التأثير الكبير في طلابهم.	٢
٦	تفعيل المناشط الدعوية وتنظيم النشاطات الشبابية كالمخيمات الدعوية والفعاليات الدينية والمسابقات والمسرحيات والبرامج الترفيهية الهادفة تجذب الشباب وتساهم في توجيههم وتوعيتهم.	٢
٧	العمل على مد جسور الثقة والتقارب والتلاقي بين العلماء والمفكرين الإسلاميين وبين شباب المسلمين، وتفعيل الحوار لتقريب وجهات النظر وإيجاد حلول للشبهات والشبهات التي قد يتعرض لها الشباب	٢
٨	استضافه علماء أكفاء في المنابر الإعلامية، والتنوع في الوجوه الدعوية التي تظهر على منصات الإعلام، وإشراك المختصين الأكفاء في ميادين العلوم الأخرى في ذلك وعدم الإقتصار على الشرعيين.	٢

٢	إنشاء قنوات إسلامية تُعنى بتوضيح صورة الإسلام الحقيقية والوقوف في وجه حملات التشويه المقصودة للإسلام والمسلمين.	٩
٢	تفعيل دور الإعلام الإسلامي في أشكاله المختلفة ومضامينه المتنوعة والارتقاء به ليكون إعلاماً منافساً للإعلام الآخر من أمثال هوليوود وغيره، ونشر مضامين لتحسن صورة الإسلام والدافع عنه.	١٠
١	تشجيع المسلمين على الوقف على مشروع الإعلام الإسلامي.	١١
١	العناية بتأهيل المقبلين على الزواج؛ بهدف بناء أسر متماسكة؛ إذ أنّ التفكك الأسري هو من أعظم الأسباب لانحراف الأفراد في أفكارهم وسلوكياتهم ..	١٢
١	العناية بمراكز الإصلاح والتأهيل؛ كونها الأقدر على التعامل مع الفئات المنحرفة وإعادة تأهيلهم ..	١٣
١	مقاطعة مدروسة من قبل الأسرة المسلمة والنخب الدينية للإنترنت تهدف إلى حجب جميع المواقع الإباحية التي تهدم النشء.	١٤
١	تجفيف منابع الشرِّ ومحاربة أسباب الفتنة ودوافع الانحراف؛ كالتبرج والاختلاط ورفقة السوء ..	١٥
١	العناية بالمضامين والرسائل التي تُقدّم خلال وسائل الإعلام الرسمي، والحرص على خلوها من المضامين الخادشة للحياء أو المخالفة للضوابط الشرعية.	١٦
١	القضاء على الفقر والبطالة والإحباط عند جيل الشباب شعورهم بالظلم والإحباط وعدم السماع لمشاكلهم ووجهات نظرهم وحاجاتهم ومتطلباتها ومشاركتهم بتحمل المسؤولية.	١٧
١	تفعيل دور المرجعية الدينية في الفتوى؛ بحيث يتصدر للفتوى الأكفاء الثقات الأكثر إقناعاً وتأثيراً ..	١٨
١	خطر الشباب خاصّة طلاب المدارس والجامعات في المناشط الهدافة والبناءة بالاشتراك مع الأجهزة الأمنية ووزارة الإعلام وفعاليات الدولة المتنوعة.	١٩
١	التأكيد على أهمية التواصل الأسري بين الوالدين وأفراد الأسرة، وضرورة عدم انشغال الوالدين بأجهزتهم الذكية أثناء وجودهم في البيت لفتح مجال التواصل مع أبنائهم، وإيجاد البدائل النافعة لأبنائهم كاللعب بالتراب، والألعاب اليدوية التركيبية للأطفال بدلاً من الالكترونية.	٢٠

تبين من الجدول السابق أنّ أكثر المقترحات التي أضافها المبحوثون من النخب كانت تركز على "الحرص على إيجاد قذوات والعناية بإعدادهم وتقديمهم للمجتمع بحيث يكونون قذوات مقبولة ومأمونة لدى النشء .."، وهذا المقترح له وجاهته وأهميته؛ إذ أنّ القدوة في حياة الأفراد والجماعات هو البوصلة التي يقتدون بها ويسيروا على هديه ومنهجها، وكان الأنبياء عليهم السلام هم قذوات أممهم، ومن بعدهم العلماء والحكماء والنخب العلمية والمجتمعية الثقات، وفي هذه الأيام باتت الأجيال والناشئة يعيشون مرحلة غير مسبوقه من فقدان القذوات الثقات التي يمكن للناشئة أن يتمثلوا منهجها ويسيروا عليه، وفي غياب القذوات الثقات قدّم الإعلام الجديد شخصيات وسوقها بأساليب الإبهار والإشهار المعروفة إعلامياً وغدت قذوات للنشء؛ وهذه القذوات قذوات مزيفة، وهمية، مجهولة، اكتسب منها النشء قيماً سلبية وأفكار موبوءة وسلوكات خاطئة.

ومن المقترحات التي تدعم فكرة إبراز القدوات الصالحة، إبراز العلماء الأكفاء في المجتمع، وتقديمهم في المحافل والمناشط الحياتية، واستضافتهم في المنابر الإعلامية، والتنوع في الوجوه الدعوية التي تظهر على منصات الإعلام، وإشراك المختصين الأكفاء في ميادين العلوم الأخرى في ذلك وعدم الاقتصار على الشرعيين. ومما يعزز إظهار القدوات للجيل والنشء العمل على مدّ جسور الثقة والتقارب والتلاقي بين العلماء والمفكرين الإسلاميين وبين شباب المسلمين، وتفعيل الحوار لتقريب وجهات النظر وإيجاد حلول للشهوات والشبهات التي قد يتعرض لها الشباب ومنى المقترحات المهمة والتي جاءت في المرتبة الثانية إعداد كوادر قادرة على مواجهة هذا المد الجارف من خلال تزويدهم بالمعارف وإمدادهم بالمعلومات والمهارات اللازمة التي تؤهلهم للقيام بواجبهم في هذا المضمار، سواء أكانت هذه الكوادر من متخصصي الشريعة تحديداً أو من التخصصات الأخرى، أو ممن يعملون في الحقل الدعوي أو من غيره من الحقول العملية الأخرى وذلك لوجود الحاجة الماسة لتعدد المعارف والمجالات التي تعطي قيمة مضافة للشخصية التي يتم إعدادها.

ويأتي معها في المرتبة نفسها مقترح تفعيل القوانين الرادعة للخارجين على مبادئ الدين الإسلامي، وأن تتم التعامل مع المسألة بإطار قانوني بعيداً عن الغوغائية والتسرع التي قد تفضي إلى الفساد أو النتائج غير المحسوبة العواقب، وهذا المقترح يُعد من التدابير العلاجية لمن وقع في مثل هذه المضامين، وتدابير تحصينية وقائية للأفراد الذين لم تظلم مثل هذه المضامين.

وجاء من المقترحات ذات الأهمية مقترح تفعيل دور الإعلام الإسلامي في أشكاله المختلفة ومضامينه المتنوعة والارتقاء به ليكون إعلاماً منافساً للإعلام الآخر من أمثال هوليوود وغيره، ونشر مضامين لتحسن صورة الإسلام والدفاع عنه. وهذه النتائج جاءت متوافقة مع ما خلصت إليه دراسة عمر قرملة ٩٨ من نتائج وتوصيات أوصت بإنشاء قنوات فضائية إعلامية إسلامية موجهة لإبراز الصورة الصحيحة للإسلام، وأنه دين يدعو للسلام ونبذ العنف والإرهاب بكل أشكاله وصوره. والمقترحات السابقة جميعها قيمة وذات أهمية وجدوى عملية الترشيد والتوجيه المقصودة، ومن المقترحات التي ينبغي أن يسلط الضوء عليها وأن تؤخذ بعين الاهتمام أما مقترح عقد دورات خاصة للمعلمين في مجال التوعية والتدريب على أساليب المواجهة والعلاج وغيرها؛ لأنهم هم الذين يلون مهمة التربية والتنشئة والتعليم والتوجيه، والمؤسسات التربوية والتعليمية هي من المحاضن الرئيسية والفاعلة في المجتمع، وإيلاء هذا المقترح أهمية معول عليه في تأهيل شريحة واسعة من النخب التربوية سيجني ثمراتها الفرد والمجتمع.

وإضافة هذه المقترحات القيمة من النخب المسؤولة (المبحوثة) مؤشر على مصداقية التفاعل مع أداة الدراسة، كما تنم عن عمق في الوعي والمعرفة والتجربة من قبلهم، وتدل أيضاً على حرص واضح من النخب المبحوثة على إثراء الموضوع وتقديم الرؤى التي ترتقي بهدف الدراسة.

النتائج:

- خلصت الدراسة إلى جملة نتائج، من أهمها:
١. حازت مقترحات ترشيد استخدام الإعلام الجديد على تقدير عالي جداً من قبل عينة الدراسة من النخب الدينية في المجتمع الأردني، والتي تم استطلاعها حيث بلغت متوسطاً حسابياً مقداره (٦،٤ / ٥)، مما يشير إلى أن الاقتراحات المقدمة كانت مقبولة بنسبة عالية وأنها فاعلة والحاجة إليها ماسة.
 ٢. لم تظهر أية فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة لا على مستوى متغير الجنس، أو مجال العمل أو المؤهل العلمي، وهذا يعطي دلالة إيجابية بأن أصحاب جميع هذه المتغيرات باتوا يؤمنون بنفس المستوى بضرورة تقديم معالجات عملية وحلول جذرية للمشاكل التي طرأت بسبب استخدام تطبيقات الإعلام الجديد.
 ٣. التركيز على دور المسجد في التوعية الفكرية والدينية وكذلك في معالجة مظاهر الغلو والتطرف في كافة النواحي سواء أكانت فكرية أو عقدية مما انتشر عبر وسائل الإعلام الجديد.
 ٤. تبين وجود تقدير عالي لمقترح تنمية الرقابة الذاتية عند الإنسان، وتعزيز دورها في ضبط أشكال التعامل مع تطبيقات الإعلام الجديد.

التوصيات:

- الرؤى والمقترحات التي وردت في الدراسة وبنيت عليها محاورها لترشيد التعامل مع الإعلام الجديد ومضامينه الخاطئة تمثل بجملتها توصيات مهمة للدراسة يوصي الباحث بالأخذ بها وتبنيها من قبل الأفراد والأسر والمؤسسات ذات العلاقة، وفيما يلي إبرز لأهم التوصيات التي خلصت إليها الدراسة:
١. تفعيل دور الخطاب المسجدي بصورة أكثر واقعية وحضارية، تسهم في التوعية والعلاج على حد سواء، وتساعد في ردم الفجوة بين الناشئة ورموز الخطاب الديني.
 ٢. إبراز نماذج من القدوات الدينية والمجتمعية التي تسهم في التفاف الناس حولها والتأسي بها.
 ٣. تنظيم الورش التثقيفية والتوعوية التي تعنى بتوجه أفراد المجتمع نحو ترشيد استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، ببيان وسائل الإفادة منها، وكذلك محاذير التهاون في التعامل معها بأفراد أو عدم مسئولية.

٤. تفعل دور النخب الدينية سواء العاملين في قطاع الأوقاف أو الإفتاء، أو حتى وزارة التربية والتعليم أو الجامعات، ومساعدتهم على تقديم مقترحات ومشاريع عملية تسهم في معالجة التشوهات الناجمة عن الفوضى في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد.
٥. تفعيل دور المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية من خلال سن قوانين رادعة وكذلك تقديم برامج عملية توعوية بطريقة مؤسسية ممنهجة ذات طابع علمي مخطط ومقنن ومدرّس، تقيم نتائجه في نهاية كل مرحلة من المراحل.
٦. إجراء مزيد من الدراسات التي تعنى بترشيد استخدام الإعلام الجديد من وجهة نظر نخب متخصصة أخرى كالإعلاميين والتربويين والسياسيين والقانونيين وغيرهم.

١. الملاحق

() ()

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الكريم ..

أختي الكريمة ..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد؛

فقد بات الإعلام الجديد اليوم بوسائله وتطبيقاته المتنوعة له انتشار واسع وتزايد مطرد في أعداد مستخدميه وتأثير ملموس فيهم.

واستشعاراً بدور هذه الوسائل وتأثيرها، وحرصاً على ترشيد استخدام هذه الوسائل وتوجيه مستخدميها التوجيه الآمن والأسلم والأمثل؛ جاءت هذه الدراسة التي تقدّم بين يديكم جملة من الرؤى والمقترحات للخروج بخطة مقترحة لترشيد استخدام الإعلام الجديد في ضوء تجاربكم الرشيدة وإجاباتكم السديدة.

وكون الدراسة تقدم هذه المقترحات في ضوء التصور الإسلامي فهي تستهدف النخب الدينية المختصة؛ إذ هم الأقدر على تصور هذه المقترحات والحكم عليها وبيان درجة أهميتها.

علماً أنّ أداة الدراسة تتمثل باستبانة محكمة تتكون من أربعة محاور رئيسة يندرج تحت كلّ محور منها عدة فقرات خماسية الاختيار.

فأمل منكم التكرم بملء الاستبانة الإلكترونية اسهاماً منكم في انجاح هذه الدراسة والخروج برؤية رشيدة تسهم في ترشيد استخدام وسائل الإعلام الجديد وتوجيه مستخدميه نحو الاستخدام الآمن والأمثل.

شاكراً لكم حسن تعاونكم وجزاكم الله خيراً

الباحث

أولاً: السمات الديمغرافية للنخب:

الخيار	المتغيرات الخاصة بالسمات الديمغرافية	
	ذكر	الجنس
	أنثى	
	بكالوريوس	المؤهل العلمي
	ماجستير	
	دكتوراه	
	أكاديمي في كليات الشريعة	مجال العمل
	الأوقاف والشؤون الدينية	
	الإفتاء والقضاء الشرعي / الإصلاح الأسري	
	مجال الإعلام الإسلامي	
	مدرس شريعة في المؤسسات التربوية والتعليمية	

المجال الأول:

آراء النخب الدينية في المقترحات الخاصة بمضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف يتضمن هذا المجال جملة من الرؤى والمقترحات لتوجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد ووسائطه للحذر والتحصن ضد مضامين الغلو والتطرف والإرهاب والعنف، والشائعات المرجفة والمزعزعة للأمن وما شابهها مما ينتشر عبر وسائل الإعلام الجديد ووسائطه المختلفة.

رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	إعداد برامج ومواد إعلامية توعوية في الوسائل الإعلامية للتحذير من مضامين خطاب الكراهية والدعوة إلى الغلو والتطرف والإرهاب والعنف					
٢	إعداد منصات خاصة في الإعلام الجديد يشرف عليها فريق مدرب ومؤهل لمواجهة هذه المضامين					
٣	إنشاء موقع إلكتروني رسمي يشرف عليها جهاز مسؤول وموثوق يُعنى بكشف الشائعات المرجفة والتحذير منها					
٤	تفعيل دور الخطاب المسجدي في التحذير ومواجهة هذه المضامين					
٥	تعزيز دور التربية الإعلامية في المدارس للتحذير ومواجهة هذه المضامين					
٦	تعزيز دور التربية الإعلامية في الجامعات والمعاهد العلمية للتحذير و مواجهة هذه المضامين					
٧	توجيه الأسر لأخذ دورها في تحصين أفرادها وتحذيرهم امواجهة هذه المضامين					
٨	تفعيل دور النخب الفكرية (علماء الدين، الإعلام، التربية، السياسة، وغيرهم) لتوعية أفراد المجتمع من هذه المضامين					
٩	تفعيل دور مؤسسات الدولة الرقابية والقانونية للتصدي لهذه المضامين					
١٠	تفعيل دور منظمات المجتمع المدني (الأندية الاجتماعية، والثقافية، والرياضية، وغيرها) لتحصين أفراد المجتمع من هذه المضامين					

					إنشاء مراكز وطنية متخصصة بالحوار والإقناع لمحاورة وإقناع الفئات التي تتبنى الأفكار المنحرفة وتروج لها	١٢
مقترحات أخرى (أمل كتابتها هنا)						
.....						
.....						

المجال الثاني:

آراء النخب الدينية في المقترحات الخاصة بالمضامين الدينية المنحرفة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد مثل: (التفسيرات الشاذة، الفتاوى الضالة، الأحاديث المكذوبة) يتضمن هذا المجال مقترحات لتوجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد ووسائطه للحد والتحصن ضد المضامين الدينية المنحرفة؛ كالتفسيرات الشاذة للنصوص الدينية التي لا تستقيم مع الفهم الصحيح للقرآن والسنة الصحيحة، والفتاوى الضالة التي لا تستند إلى تأصيل شرعي ولا مستند علمي، والروايات والأحاديث المكذوبة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد ووسائطه المختلفة.

رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	تفعيل دور الخطاب المسجدي في التحصين والتحذير من المضامين الدينية المنحرفة					
٢	تفعيل دور الإعلام الإسلامي لتقديم رسالة الإسلام الحق؛ من خلال زيادة مساحة البرامج الدينية واختيار أوقات البث المناسبة في وسائل الإعلام الجماهيرية					
٣	تجديد عرض الخطاب الإسلامي المقدم عبر وسائل الإعلام بأساليب واستراتيجيات حديثة					
٤	إعداد وتأهيل دعاة وإعلاميين مختصين في تقديم الخطاب الديني وفق استراتيجيات اتصال إقناعي مدروس					
٥	حثّ الدعاة والإعلاميين الإسلاميين الأكفاء الثقات لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في تقديم خطاب ديني يتفق مع رسالة الإسلام الحقّة					
٦	إنشاء مواقع ومنصات عبر وسائل الإعلام الجديد يشرف عليها نخب متخصصة تُعنى بالتحذير من المضامين الدينية المنحرفة					
٧	تفعيل دور المؤسسات العلمية والتربوية (جامعات، مدارس، مراكز ثقافية، ..) لتحصين والتحذير من هذه المضامين المنتشرة					
٨	إنشاء أقسام وجهات في المؤسسات ذات الشأن الديني (الأوقاف، الإفتاء، ..) معنية بالرصد والمتابعة والتقييم والتصدي لهذه المضامين المنتشرة					
٩	إنشاء مركز بحثي متخصص يُعنى برصد ومسح ما هو شائع من مضامين الانحرافات الدينية ومتابعة ما يستجد منها وموافاة الجهات المعنية بها					
مقترحات أخرى (أمل كتابتها هنا)						
.....						
.....						

المجال الثالث:

آراء النخب الدينية في المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الفكرية والعقدية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (الإلحاد والكفر، الشعوذة، عبدة الشيطان، الألعاب الإلكترونية الخادعة ..) يتضمن هذا المجال مقترحات لتوجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد ووسائطه للحذر والتحصن ضد المضامين المحتوية على الانحرافات الفكرية والعقدية؛ كالمضامين التي تدعو إلى الإلحاد والكفر، وتروج للشعوذة بأنواعها: الواقعية والفضائية والإلكترونية، والألعاب ذات الحيل والخداع التي تستجر الأطفال والنشء والمراهقين، عبدة الشيطان، والجنس الثالث، وما يماثلها مما هو منتشر عبر وسائل الإعلام الجديد ووسائطه

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					١ توجيه الأسرة لأخذ دوها التربوي والتوعوي والرقابي لأفرادها حول هذه المضامين
					٢ توجيه الأسرة إلى ضرورة الوعي بطبيعة المنصات والمجموعات (Groups) التي يشارك فيها أفرادها
					٣ إعداد حملات إعلامية مدروسة ومكثفة تنصدي للكشف عن مخاطر ومحتوى هذه مضامين
					٤ تفعيل دور المسجد في تقديم خطاب توعوي لأولياء الأمور لتعريفهم بألية التعامل مع أبنائهم تحسينا وعلاجا ضد هذه المضامين
					٥ العناية بتقديم خطاب مسجدي توعوي إقناعي موجه للنشء لتوعيتهم وتحصينهم في وجه هذه المضامين
					٦ تفعيل دور المؤسسات العلمية والتربوية لتتولى تحصين النشء ضد هذه المضامين
					٧ إطلاق حملات إعلامية مدروسة للتحذير من خطر الألعاب الإلكترونية الخادعة وإدماها، مثل لعبة الحوت الأزرق، ومريم وغيرها
					٨ التأكيد على ضرورة التنسيق بين المؤسسات ذات الصلة لإبراز حقيقة الإسلام ومزاياه العظيمة والتصدي لمضامين التشكيك والتشويه للإسلام والمسلمين
مقترحات أخرى (أمل كتابتها هنا)					
.....					
.....					

المجال الرابع:

آراء النخب الدينية في المقترحات الخاصة بمضامين الانحرافات الأخلاقية والسلوكية المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد (متابعة المواقع الإباحية، العلاقات غير الشرعية بين الجنسين، المخدرات، التقليد الأعمى للقنوات المزيفة) يتضمن هذا المجال مقترحات لتوجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد ووسائطه للحد والتحصن ضد المضامين اللاأخلاقية كالأفلام والصور والقصص الإباحية والجنسية، والمضامين المحفزة للانحرافات السلوكية؛ كالعلاقات غير الشرعية بين الجنسين، والمثلية، والشذوذ، وزنا المحارم، والترويج للمخدرات بأنواعها التقليدية والرقمية، وتلميع القنوات المزيفة والإغراء بتقليدهم وما شابهها مما هو منشور عبر وسائل الإعلام الجديد ووسائطه

رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	تعميق الإيمان لدى مستخدمي وسائل الإعلام الجديد من خلال تعزيز الرقابة الذاتية والحياء والخوف من الله تعالى للوقاية من هذه المضامين					
٢	التأكيد على دور الأسرة في تحصين وتوجيه أفرادها وتحذيرهم من هذه المضامين					
٣	تكثيف البرامج الإعلامية التوعوية وزيادة مساحتها في وسائل الإعلام المختلفة للتوعية والتحذير من هذه المضامين					
٤	إطلاق حملات إعلامية منظمة للتوعية من هذه المضامين					
٥	تفعيل دور المسجد في تقديم خطاب ديني توعوي إقناعي يبين الأحكام الشرعية لهذه المضامين والعواقب الدنيوية والأخروية					
٦	توجيه المؤسسات المعنية بالتنشئة والتربية (الأسرية والتربوية وغيرها) لبناء خطة مدروسة تعزز بناء شخصية النشء المستخدم لوسائل الإعلام الجديد					
٧	توجيه وسائل الإعلام المختلفة لتقديم أنموذجيات صالحة تكون قدوات للنشء تحمهم من التقليد الأعمى للقنوات المزيفة					
٨	توجيه القائمين على وسائل الإعلام المختلفة لإيلاء القلب الدرامي عناية خاصة ومدروسة للتصدي لهذه المضامين					
٩	العناية بالمناهج الدراسية في المدارس والجامعات وتضمينها القيم والمبادئ والقنوات التي تبني النشء بناء سليماً ومحصناً وواعياً ضد هذه المضامين					
١٠	توجيه الأسر لتزويد أفرادها بالضرورة من الثقافة الجنسية وضوابطها وبما يتناسب مع أعمارهم في ضوء القيم الإسلامية والمبادئ الأخلاقية					
١١	إطلاق منصات في وسائل الإعلام الجديد تتولى أدوار التوعية والتحذير لمستخدميها من مزالق المواقع ذات المضامين اللاأخلاقية والانحرافات السلوكية					

				تكثيف الرسائل التوجيهية والتحصينية للنشء من قبل المؤسسات المعنية (الدينية، التربوية، الإعلامية) لتحذيرهم من رفقاء السوء في المجتمع الحقيقي والافتراضي	١٢
				تأكيد دور المؤسسات الرقابية المعنية بوسائل الإعلام ووسائطه لرصد ومتابعة المواقع التي تنشر هذه المضامين والملاحقة القانونية للقائمين عليها ومروجيها	١٣
				تبني خطة مدروسة من قبل المؤسسات الرقابية الإعلامية لحجب المواقع اللاأخلاقية	١٤
				توجيه مستخدمي وسائل الإعلام الجديد لإنشاء مجاميع إلكترونية بديلة تُعنى بتكثيف نشر المضامين البديلة والأمانة لمواجهة هذه المضامين	١٥
				إعداد وتأهيل فريق خاص من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد للمواجهة الإلكترونية من خلال العمل على تعطيل المواقع اللاأخلاقية وتهكيرها	١٦
				توسيع دور مراكز الإصلاح الأسري لتشمل التوعية بالمضامين اللاأخلاقية والانحرافات السلوكية وجعلها ضمن أولوياتها	١٧
مقترحات أخرى (أمل كتابتها هنا)					
.....					
.....					
				مجموع الفقرات الكلي	٤٦

شاكرا لكم حسن تعاونكم وجزاكم الله خيرا

ملحق رقم (٢) أسماء السادة المحكمين لأداة الدراسة (الاستبانة)
القائمة مرتبة حسب الرتبة العلمية ثم الحرف الأول للاسم

الرقم	اسم المحكم	التخصص / جهة العمل
١.	أ.د. العربي بوعمامة	أستاذ الإعلام والاتصال في جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر
٢.	أ.د. خالد لفته الزبيدي	أستاذ القانون في جامعة اليرموك - الأردن
٣.	أ.د. عبد الرزاق الدليمي	أستاذ الدعاية والإعلام في جامعة البترا - الأردن
٤.	أ.د. عبد الله محمد الرفاعي	أستاذ الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،- الرياض
٥.	أ.د. عبد الله الخطايبية	أستاذ التربية في جامعة اليرموك - الأردن
٦.	أ.د. عدنان مصطفى خطاطبة	أستاذ الدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك - الأردن
٧.	أ.د. علاء الدين حسين رحال	أستاذ الفقه وأصوله في جامعة اليرموك - الأردن
٨.	أ.د. علي عقلة نجادات	أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك - الأردن
٩.	أ.د. عماد علي جابر	أستاذ الإعلام في جامعة حلوان - مصر
١٠.	أ.د. عوض إبراهيم عوض	أستاذ الإعلام في جامعة الملك خالد - أبها - السعودية
١١.	أ.د. غازي إسماعيل ربابعة	أستاذ العلوم السياسية والعلاقات الدولية - الجامعة الأردنية
١٢.	أ.د. مروان إبراهيم القيسي	أستاذ الدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك - الأردن
١٣.	د. القاضي محمود البشائرة	القاضي الشرعي ومدير دائرة الإصلاح الأسري في إربد
١٤.	د. يحيى مبارك خطاطبة	أستاذ علم النفس المشارك في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،- الرياض

والحمد لله أولاً وآخراً

وصلّى الله وسلّم على نبينا محمد وآله وأصحابه.

الهوامش :

١ Look: Sidney Krause & Dennis Davis, The Effects of Mass Communication on Political Behavior, Pennsylvania State University Press, University Park, PN, ١٩٧٦. P ٢١٣

٢ Frederick Williams, The New Communications, California, ١٩٨٤, p ٢٨١

٣ صيني، سعيد إسماعيل، أثر الإعلام في الحوار بين الحضارات والثقافات، دراسة منشورة في موقع الإسلام اليوم،

<http://www.islamtoday.net/bohooth/artshow-٨٦-١٥٣٣٦٦.htm>

٤ سمير حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦، ص ١٣١
٥ ربحي عليان، البحث العلمي، أسسه، مناهجه، أساليبه، إجراءاته، بيت الأفكار الدولية للنشر، ص ٤٧

٦ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه، أدواته، أساليبه، دار الفكر، ص ١٩١
٧ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦، ص ٢٠٦.

٨ الاستبانة الإلكترونية أو الاستقصاء البريدي: هو الذي يتم إرسال صحائفه إلى العينة المختارة من المبحوثين إلكترونياً من خلال الوسائط الحديثة كالبريد الإلكتروني أو الموقع الشخصي أو غيرها؛ لكي يقوموا بملئه واستيفاء الاستجابات المطلوبة، وعادة إرساله إلى الباحث. انظر: سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦، ص ٢٠٩.

٩ قيراط، محمد، الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة، بحث محكم منشور في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد التاسع، م ٢٠١٧.

١٠ بشير، جيدور حاج، أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراة في جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، م ٢٠١٧.

١١ البطش، عائشة خالد، تقييم النخبة السياسية والإعلامية للخطاب الإعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة، دراسة ميدانية، أطروحة ماجستير في الصحافة في كلية الآداب في الجامعة الإسلامية في غزة، م ٢٠١٦.

١٢ سazan والدبيسي، سazan سامان عبد الحميد، وعبد الكريم علي الدبيسي، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، كلية الإعلام، جامعة البترا، الأردن، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد الثاني عشر، خريف ٢٠١٦، ص ٢١ - ٣٨

١٣ الرميح، يوسف بن أحمد، الإرهاب والإعلام الجديد .. " الإرهاب الرقمي"، دراسة منشورة في موقع الجزيرة (٢٠١٥م)،

<http://www.aljahirah.com/>

٢٠١٥/٢٠١٥٠٣٠٧/ar١.htm

١٤ الدببسي، عبد الكريم علي، وزهير الطاهات، دور شبكات التّواصل الاجتماعيّ في تشكيل الرّأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنيّة، دراسات العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة، المجلد ٤٠، العدد ١، ٢٠١٣ م.

١٥ أسعد، سلام خطاب، الإعلام وصناعة الرّأي العام؛ دراسة وصفية لأساليب ومساك صناعة الرّأي العام، رسالة ماجستير في الآداب، مجلة آداب الفراهيدي، العدد (١٧)، ٢٠١٣ م.

١٦ عجيزة، مروة شبل، تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال الإلكترونيّة الحديثة في تشكيل اتجاهات الرّأي العام نحو الثورة المصريّة، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد الثامن.

١٧ زوده، مبارك، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرّأي العام: الثورة التونسيّة أنموذجاً، رسالة ماجستير في قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة - ٢٠١١ م.

١٨ Jorge Matthes, Mass media and public opinion: Manipulating or enlightening, University of Vinna, Article, ٩th Dialogue on Science – October ١٣ – ١٥, ٢٠١٠ in Engelberg, Switzerland

١٩ ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت، الطبعة الأولى، ج ٣، ص ١٧٥

٢٠ عمر، أحمد مختار، معجم اللغة العربيّة المعاصرة، عالم الكتب، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م، ج، ص ٨٩٥

٢١ انظر: القيسي، كامل صكر، ترشيد الاستهلاك في الإسلام، دائرة الشؤون الإسلاميّة والعمل الخيري بدبي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨ م، ص ١٨، مصطفى، هويدا، الإعلان في الأنظمة الإعلاميّة المعاصرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٧ م، ص ٢٢٦،

٢٢ منصور، خيري، ترشيد الإعلام وترشيقة، مقال منشور في زاوية رأي ودراسات، في صحيفة الخليج، ١٠ / ٣ / ٢٠١٦ م،

<http://www.alkhaleej.ae/portal>

٢٣ سيأتي بيان لمفهوم الإعلام الجديد في المبحث الثاني من هذه الدراسة (المبحث الثاني: الإعلام الجديد؛ مفهومه ومسمياته ..)

٢٤ عبد الحميد، محسن، المذهبية الإسلاميّة والتغيير الحضاري، تحديد المصطلح، الكتاب السادس من سلسلة كتاب الأمة، مؤسسة الرسالة.

٢٥ الشيمي، محمد نبيل، النخبة في العالم العربي دراسة وصفية نقدية، دراسة منشورة في موقع الحوار المتمدن، ٢٠١٠ م، وقد ذكر في دراسته تفصيلاً واسعاً حول مفهوم النخب وتاريخ وتطور نشأة المصطلح.

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=٢٢٧٨٠٥>

٢٦ الرفاعي، عبد الله بن محمد، علاقة النخبة الأكاديميّة النسائيّة السعوديّة بوسائل الإعلام، الرياض، ١٤٣٢ هـ، ٢٠١١ م، ص ٨

^{٢٧} الدليمي، عبد الرزاق، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، الأردن، الطبعة العربية، ٢٠١٥م، ص ١٩٨، وأبو أصعب، خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة ٤، ٢٠٠٤م، ص ٩٩ بتصرف

^{٢٨} ثابت، سعيد بن علي، الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، الرياض، الطبعة الأولى، ١٩٩١، ص ١٣١ بتصرف

^{٢٩} انظر: المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الإسلامي، موقع الآلوكة الإلكتروني، بتصرف

http://www.alukah.net/publications_competitions/٠/٥٤٨٩٩/#ixzz٥PQAidP٧c

^{٣٠} Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly, New Media: A Critical Introduction, edition, Pg. ١٩, Routledge Taylor and Francis group, (London, Routledge and New York, ٢٠٠٩.

^{٣١} Definition: New Media. Computing Dictionary, [http://encyclopedia.thefreedictionary.com/ New media](http://encyclopedia.thefreedictionary.com/New+media), July, ٢٠١٨.

^{٣٢} الغامدي، قينان عبد الله، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ص: ٦، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٢م.

^{٣٣} آل سعود: نايف بن ثنيان بن محمد، مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية في الحصول على المعلومات، ص: ١٠، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٤، ٢٠١٥م.

^{٣٤} شقرة: علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ص: ٥٣، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، ٢٠١٤م.

^{٣٥} الشميمري: فهد بن عبد الرحمن، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، الطبعة الأولى، ٢٠١٠م. ص ١٨٢

^{٣٦} يُنظر في ذلك: الحمامي، الصادق، الإعلام الجديد؛ مقارنة تواصلية، بحث منشور في مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الرابع، ٢٠١٦م، ص ٣، وصادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ورقة مقدمة إلى أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، المنامة، البحرين، ٢٠٠٩م. والموسوي، موسى جواد وآخرون، الإعلام الجديد؛ تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الكتاب الأول الصادر عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في جامعة بغداد، طبعة ٢٠١١م، ص ١٩.

^{٣٧} انظر أمين، رضا عبد الواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت، من أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين ٧-٩ ابريل ٢٠٠٩م، ص ٥١٢-٥٢٠. وانظر: شيخاني، سميرة، الإعلام الجديد

في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٦ العدد الأول والثاني ٢٠١٠، ص ٤٤٣. بتصرف.

٣٨ أمين، رضا عبد الواحد، مسميات الإعلام الجديد؛ استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت، ص ٥١٧ - ٥٢٠ بتصرف

٣٩ صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص ٣

٤٠ أولجا جوديس بيدي وآخرون، فهم الإعلام البديل، ، ترجمة علاء أحمد إصلاح، ص ٣٦- ص ٤٧ بتصرف.

٤١ الجبوري، سحر خليفة، الإعلام البديل .. الواقع والآفاق، دراسة نظرية في تماذج وأشكال الإعلام البديل، كلية الإعلام ، الجامعة العراقية، الباحث الإعلامي، العدد ١٥، ص ٤٨

٤٢ صادق، عباس، مظاهر تعدد تسميات الإعلام الجديد، الإعلام الجديد Jadeed Media، ص ٣، على الرابط:

<http://www.jadeedmedia.com>

٤٣ الرحباني، عبير، الإعلام الرقمي- الإلكتروني، عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١١، ص ٣٩

٤٤ الشرافي، رامي حسين، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر- غزة، ٢٠١٢ م، ص: ٢٧ .

٤٥ صادق، عباس، الإعلام الجديد؛ دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص ٣، والسلامي، حيدر، الإعلام الرقمي ما هو؟، مقال منشور في موقع نون، بتصرف <http://www.non14.net/٧٥٧٥٨>

^{٤٦} Lenhart. Amanda, Madden Mary: Teens, Privacy and Online Social Networks, Unpublished report, the new internet and American life project, U.S.A, ٢٠٠٧ , Date of availability: ٢٢ September ٢٠١٤, on time: ١٧:٠٠, available on:

<http://www.pewinternet.org/~media/files/reports/٢٠٠٧/pip-Teens-Privacy-SNS-report-Final-pdf>

^{٤٧} عبد الرشيد، عزيز أحمد، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، جامعة الإمام، كلية اللغة العربية، الرياض، ٢٠١٥م، ص ٢

٤٨ القرني، علي بن شويل، الإعلام الجديد، من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، الرياض، ١٤٣٢هـ، ص ٥٨

٤٩ يمكن الاستفادة بتوسع من كتاب القرني، علي بن شويل، الإعلام الجديد، في الاطلاع على أشكال الإعلام الجديد ومزايا كل منها. وشقرة:علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ص: ٥٥ - ٥٧، البياتي: ياسين خليل، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ص: ٤٣٥ - ٤٣٨، دار البلدية ناشرون وموزعون، الأردن، ٢٠١٤

م،

٥٠ حسن: أشرف جلال، أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع- المنتديات - المدونات) على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي. دراسة تشخيصية مقارنة في ضوء مدخل الإعلام البديل، المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية، منتدى نشر الأبحاث والدراسات، على الرابط:
<http://hishamsz.ahlamountada.com/t٤٣٢>

٥١ بضياف، سوهيلة ، المدونات الإلكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والشباعات، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة، ٢٠٠٩ م ، ص: ١٤، المطيري: سلطان خلف، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، الرياض، ٢٠١٥م. ص: ٥٧ - ٥٨ ،
٥٢ حفصة، بن غوثي، استخدام الشباب الجزائري للهواتف الذكية، دراسة ميدانية على عينة من شباب دائرة المقارين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦م، ص: ٣٢ - ٣٥
٥٣ صادق، عباس، الإعلام الجديد؛ دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مرجع سابق، ص ٨

٥٤ شيخاني، سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦، العدد الأول والثاني ٢٠١٠م، ص: ٤٤٣ .
٥٥ النقاط (٢ - ٤) الدليمي، عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠١١م، ص ٥٥ - ٥٧
٥٦ أبو أصبع: صالح خليل، الإعلام الإلكتروني، خصائص واتجاهات لإعلام جديد، جامعة فيلادلفيا، عمان، ٢٠١٥م، ص: ٦-٧

٥٧ شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ص: ٥٥ - ٥٧ .
٥٨ أبو أصبع، الإعلام الإلكتروني، خصائص واتجاهات الإعلام جديد، ص: ٦-٧ ، قيراط، محمد، الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة، مجلة الحكمة، جامعة قطر، ٢٠١٧م، ص ٢٠-٢١، الشميمري، فهد بن عبد الرحمن، التربية الإعلامية، الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٣١هـ، ص ١٨٦

٥٩ الحضيف، محمد، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، الرياض، ١٩٩٨م، ص ١١، و بن هومي، شكري، أدوات حماية الفكر من سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وسبل الإفاده من إيجابياتها عبر إدارة المعرفة، مؤتمر ضوابط استخدام التواصل الاجتماعي في الإسلام، الجزء الثاني، ص ١٦١ .

٦٠ قيراط، محمد، الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة، مجلة الحكمة، جامعة قطر، ٢٠١٧م، ص ٢٤-٢٥ .
٦١ ياسين، محمد، الشائعات شوكة في ظهر الإعلام الجديد، تحقيق صحفي لصحيفة الخليج :الثلاثاء، ٢٥/١٠/٢٠١١، بتصرف.

انظر الرابط :- <http://jadeedmedia.com/٢٠١٢-٠٤-٢٢-١٥-٤٩-٥٤/٥٨>
<http://jadeedmedia.com/٢٠١٢-٠٤-٢٧-٠٩-٠٧-٠٥.html>

^{٦٢} من خبراء الإعلام السابقين الذين ذهبوا إلى قوة تأثير وسائل الإعلام الزابيث نيرمان؛ حيث دعت إلى العودة إلى القول بقوة تأثير وسائل الإعلام، وأنها لها تأثيرات قوية على الرأي العام، ودعت إلى ضرورة إجراء مزيد من البحوث حول تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري.

Noelle-Neumann, N. ١٩٧٣. Return to the Concept of Powerful Mass Media. Quotes in communication theories, origins. Methods & Uses. By W. Severin & J. W. Tankard. N. Y. Hasting house. p. ٢٥٧

ويمكن الاستزادة بالرجوع إلى: Thomas Gackowski, What Power Resides in the Mass Media? Typology of Media's Power - a Proposal, Politické vedy (Political Sciences), Vol. ١٧ (٢٠١٤), No. ٤, pp. ١٠٩-١٤١.

^{٦٣} Levinson Paul, New Media, ١ Edition, Allyn & Bacon, USA, ٢٠٠٩, p :٥

^{٦٤} المواقع الاجتماعية.. "العصا السحرية" لتحريك الرأي العام العالمي، على الرابط:
<http://www.lebanon.ms/vb/showthread.php?١٣٦١٣-%C٧%E١%E٣%E٦%C٧%DE%DA->

^{٦٥} توجهات الإنترنت في عام ٢٠١٨ ، إحصاءات وحقائق في الولايات المتحدة وحول العالم، على موقع VpnMontor
<https://ar.vpnmentor.com/blog/>

^{٦٦} تقرير عن الرقمية للعام ٢٠١٨م، موقع We are social
<https://wearesocial-net.s٣.amazonaws.com/uk>

^{٦٧} We are social website, Internet growth accelerates.
<https://wearesocial.com/uk/blog/٢٠١٨/٠٧/internet-growth>

^{٦٨} توجهات الإنترنت في عام ٢٠١٨ ، إحصاءات وحقائق في الولايات المتحدة وحول العالم، على موقع VpnMontor
<https://ar.vpnmentor.com/blog/>

^{٦٩} Digital marketing community website, ٦٥% of the Total Population in the Middle East Are Using the Internet, ٢٠١٨ | Hoot suite & We Are Social,
Link:<https://digitalmarketingcommunity.com/indicators/active-social-media-users-active-social-media-users-via-mobile/>

^{٧٠} موقع Expand cart ، إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي ٢٠١٨ م،
<https://www.expandcart.com/ar/٢١٣٨٣->

٧١ **Internet world states website, Internet usage in the Middle East,Link: , <https://internetworldstats.com/stats.htm>**

٧٢ القوة السياسية لوسائل الإعلام الاجتماعي، صحيفة الغد، بتصرف
<http://www.alghad.com/?news=553884>

٧٣ من مقال بعنوان: الإعلام .. السلطة المتجددة ، للدكتور محمد البشر، منشور في
صحيفة الجزيرة على الرابط :

<http://www.al-jazirah.com.sa/2010/jaz/nov/11/ar6.htm>

١٧٤الأحمد: أنس، مقال الإعلام الحديث والقوة السياسية ويكيليكس نموذجًا، موقع هدي
الإسلام، على الرابط:

<http://www.hadielislam.com/arabic/index.php?pg=articles%2Farticle&id=31619>

٧٥ اسدا : مختصر اسم الميدان.

٧٦ انظر الخبر بعنوان: فيسبوك يغلق: الانتفاضة الفلسطينية الثالثة،

<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2011/3/22>

٧٧ انظر أصل الخبر فيسبوك يغلق صفحة ضد إسرائيل

٧٨ من مقال: كيف تحول الإنترنت إلى إعلام بديل ينطق باسم الثورات؟ منى كريم، جريدة
الرأي، العدد ١١٥٥٩ تاريخ ٢٣/٢/٢٠١١ م.

٧٩ مقال: هل سيرحل الطغاة ويبقى الفيس بوك؟، بشار إبراهيم ، الموقع الإلكتروني
لشبكة الجزيرة الوثائقية ، الخميس ٢٤ مارس ٢٠١١، على الرابط

<http://doc.aljazeera.net/cinema/2011/03/2011324121539459235.html>

٨٠ أفدت في هذا المبحث من التأصيل العلمي الذي ذكره الباحثون حول عوامل وشروط
تأثير وسائل الإعلام، وجعلت ما قعدوه وذكره محاور وركائز طبقتها على فاعلية وسائل
الإعلام الجديد وقوة تأثيرها. ومن أهم الكتب التي أصلت لعوامل التأثير: كتاب الاتصال
والإعلام، د. خليل أبو أصبع، ص ٢٢٦ - ٢٣٩، وكتاب نظريات التأثير الإعلامي، د.
محمد البشر، ص ٣١-٣٣.

٨١ مقتبس بتصرف من: كتاب الاتصال والإعلام، د. خليل أبو أصبع، ص ٢٢٦ - ٢٣٩،
وكتاب نظريات التأثير الإعلامي، د. البشر، ص ٣١-٣٣

٨٢ مقتبس بتصرف من: كتاب الاتصال والإعلام، د. خليل أبو أصبع، ص ٢٢٦ ، ٢٢٨ .

٨٣ من مقال : جيش فيسبوك هزم ابن علي ،

<http://malakalwfa.forumw.biz/t16128-topic>

٨٤ مقتبس بتصرف من: كتاب الاتصال والإعلام، د. خليل أبو أصبع، ص ٢٢٦ - ٢٣٩،
وكتاب نظريات التأثير الإعلامي، د. البشر، ص ٣١-٣٣.

٨٥ خاصيتا الانسماعية والاستمالة مقتبسة من: كتاب الاتصال والإعلام، د. خليل أبو
أصبع، ص ٢٢٨ ، ٢٢٩.

٨٦ نظريات التأثير الإعلامي، د.محمد البشر، غيناء للنشر، الرياض، ص ٣٢

٨٧ هل نجح التونسيون في التغيير بسبب «تويتر»؟، د. عمار بكار، مقال على موقع
صحيفة الاقتصادية،

http://www.aleqt.com/2011/01/24/article_495352.html

- ^{٨٨} سمير حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦م، ص ١٣١
- ^{٨٩} ربحي عليان، البحث العلمي، أسسه.. مناهجه...، مرجع سابق، ص ٤٧
- ^{٩٠} ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه، أدواته، أساليبه، مرجع سابق، ص ١٩١
- ^{٩١} الحيزان، محمد، البحوث الإعلامية؛ أسسها وأساليبها، ومجالاتها، ص ٨٩، وعبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص ١٠٥.
- ^{٩٢} غريب سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٦. ص ٢٢٨.
- ^{٩٣} سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦م، ص ٢٠٦.
- ^{٩٤} الاستبانة الالكترونية أو الاستقصاء البريدي: هو الذي يتم إرسال صحائفه إلى العينة المختارة من المبحوثين إلكترونياً من خلال الوسائط الحديثة كالبريد الإلكتروني أو الموقع الشخصي أو غيرها؛ لكي يقوموا بملئه واستيفاء الاستجابات المطلوبة، وعادة إرساله إلى الباحث. انظر: سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢٠٠٦م، ص ٢٠٩.
- ^{٩٥} قرملة، عمر بن حزام بن ناصر بن عمر، دور مؤسسات المجتمع المدني في الوقاية من الإرهاب، رسالة ماجستير مقدمة في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٤٢٨هـ، ص ٢٥٧، ٢٥٨
- ^{٩٦} الوادعي، سعيد بن مسفر، الدور الفكري للمؤسسات الدينية في مواجهة الغلو والتطرف، برنامج تدريبي لمواجهة ظواهر الغلو والتطرف المؤدية للإرهاب، الرياض، ٢٦ - ٢٨ / ٤ / ١٤٣٣هـ.
- ^{٩٧} قرملة، عمر، مرجع سابق، ص ٢٥٩.
- ^{٩٨} قرملة، عمر، مرجع سابق، ص ٢٥٧.

الملاحق:

- . ملحق أداة الدراسة (الاستبانة)
- . ملحق رقم (٢) أسماء السادة المحكمين لأداة الدراسة (الاستبانة)