



سوسيولوجيا الإعلام الجديد وقوة تأثيره على المجتمع

رينا بنت سعد الرحيلي
محاضرة في قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية
جامعة الملك عبدالعزيز بجدة / السعودية

المقدمة:

يتناول علم الاجتماع الموضوعات والقضايا التي تبحث في الانسان. فقد عُرف بأنه "علم دراسة الإنسان والمجتمع دراسة علمية تعتمد على المنهج العلمي" (عبد المعطي، 1981، ص: 15). ومن فروع هذا العلم، ينبثق علم الاجتماع الإعلامي وهو يسلط الضوء على العملية الإعلامية كعملية اجتماعية حيوية، وتؤدي وظائف مهمة في المجتمع منها تربوية وتوجيهية في شتى المجالات وتنعكس بدورها على المجتمع ككل.

وهذه الورقة محاولة علمية للتعرف على أهم القضايا المرتبطة بسوسيولوجيا الإعلام الجديد والتي يطرحها ويناقشها علم الاجتماع، بالتركيز على قضايا إجتماعية تتم من خلال عملية التفاعل الاجتماعي المتبادل الذي يميز هذا الاعلام، وأهمية تأثيره على عملية التنشئة الاجتماعية داخل الاسر، و القدرة على الحرية في الطرح من قبل المستخدمين لهذا الإعلام الجديد، في ظل غياب السلطة الضابطة لها، والتأثير على الرأي العام، بل وتشكيله، وتكوين الاتجاهات السياسية في المجتمعات وصولاً الى طرح مفهوم الهوية العالمية من خلال بوتقة القيم الاجتماعية التي تأثرت بالتغيير الاجتماعي الذي يعتبر نتيجة حتمية للتطور التكنولوجي الهائل، الذي أوجد لنا هذا الإعلام المؤثر في حياتنا الاجتماعية. ومن خلال عدة محاور، سيتم الطرح العلمي لهذا الموضوع عن طريق التحليل الاجتماعي الذي يعتمد على تحليل الوحدات الكبرى والوحدات الصغرى والتفاعلات الاجتماعية.

أولاً: سوسيولوجيا الإعلام الجديد:

تُعتبر وسائل الإعلام نظاماً أو نسقاً اجتماعياً له دوره ووظائفه، وله قدرة على التأثير والتأثر بباقي النظم الاجتماعية المحيطة بالفرد، وقد كان لتطور وسائل الاتصال الحديثة، والتغير الذي حدث في طريقة إرسال الرسالة واستقبالها وطرق التأثير على الجمهور، أثر كبير على الأنساق الاجتماعية المكوّنة للبناء الاجتماعي ككل. وركز علم الاجتماع على دراسة مداخل نظرية عديدة توضح العلاقة بين عناصر الاتصال ودرجة تأثيرها وكيف تعمل في الإطار الاجتماعي، ومدى قدرة التقنيات الحديثة في الاتصال، إلى الاقتراب من خصائص الاتصال الشخصي، ثم قدرة وسائل الإعلام على إحداث التغيير في المجتمع ببت أفكار

حديثه، والتأثير في العلاقات الاجتماعية، والقيم وتشكيلات هويات الأفراد، ودور قادة الرأي والمؤثرين في مواقع التواصل كوسيط بين الرسالة الإعلامية والمجتمع المتلقي. ولا ننسى أهمية الدور الوظيفي لوسائل الإعلام الحديثة، وكيف تتعدّد هذه الوظائف، وتتنوّع بتنوع وسائل الإعلام، وتتطور بتطورها وتتغير بتغير الجمهور، وتطوّر الثقافي العلمي، وتتعدّد اتجاهاته ومتطلباته وتتطور المجتمعات نفسها. (أبو الحسن، 2007، ص:9).

ولقد عرف الإعلام الجديد أو ما يسمى بالإعلام الرقمي الذي يعتمد على التفاعلات المبنية على خطين في الاتصال والتواصل، ويعتمد على الانترنت كوسيلة أساسية في نقل المعلومات في جميع مجالاتها (cote, 2020). وعرفته عادة سيد (2017) بأنها تلك الوسائل الحديثة التي ظهرت بظهور الثورة المعلوماتية التي كان من أهم إفرازاتها ما صار يعرف في الأوساط الأكاديمية بـ Web2.0 أو تطبيقات الجيل الثاني للإنترنت، والتي تميزت بسمة أساسية وهي التفاعلية، التي حوّلت المستقبل العادي في حالة وسائل الاعلام التقليدية (صحفة، إذاعة، تليفزيون) إلى منتج لإعلامه الخاص، من خلال مجموعة من التطبيقات والخدمات التي توفرها الشبكة كالمدونات والمنتديات وموقع مشاركة الفيديو وشبكات التواصل متمثلة في فيسبوك وتويتر ولينكد إن (السيد، 2017، ص: 393).

وقد أصبح هذا الإعلام جزءاً من حياتنا اليومية، بحيث يقوم ببث المعلومات وتكرارها وتحديثها باستمرار، وبالتالي، لا مفر من المعلومات التي يقدمها لنا، فلم يعد بوسع الفرد التفكير، أو البحث عن المعلومة من دون وسائل الإعلام التي لا تؤثر على حياة الفرد فحسب، بل على المجتمع بأكمله (قلاعة، 2017). وانتقلت المجتمعات الآن من عصر الاختلاف والندرة إلى عصر التوافر الرقمي. ويمثل الانترنت المصدر الاساسي لوسائل الاتصال الجديدة في عالمنا اليوم، والذي لم تشهد المجتمعات مثيل لها من قبل، لا على مستوى تطبيقاتها ولا الاستخدام المكثف لها ولا تأثيراتها وانعكاساتها.

فحسب التقرير الصادر عن مؤسسة "هوتسويت" الكندية عن العالم الرقمي للعام 2019، وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل نحو 1362 مليون شخص أي بنسبة 53% من عدد سكان الدول العربية؛ وأشار التقرير أن الدول العربية تزيد عن الدول المتقدمة في مدّة استخدام الانترنت بأكثر من ساعة ونصف يومياً، وذلك بالنسبة للفئة العمرية من (16-64) عاماً، وأنّ متوسط مدة تصفح المستخدمين في السعودية كان 4 ساعات و14 دقيقة (العيوسي، 2020). هذا العدد الكبير لمستخدمي صفحات الانترنت، أو مواقع التواصل وتفاعلهم مع الآخر المختلف يجعل الأمر غاية في الأهمية من ناحية الدراسة والتحليل ومعرفة عوامل التحكم بالظاهرة وتوجّهها بالشكل المطلوب لصالح استقرار وتنمية المجتمع وتقدمه.

إن التفاعل المكثف والمستمر الذي يميز هذه الوسائل الحديثة للإعلام من خلال التواصل الاجتماعي عن طريق الميزة التفاعلية في فترة زمنية بسيطة، وفي مجالات متنوعة ومثيرة وشيقة في الوقت نفسه، تعطي الأفراد المشاركين قوة وسيطرة لطرح الخبر والمعلومة أو التفاعل معها، وإبداء الرأي. هذه الخاصية التي يُطلق عليها علم الاجتماع "السمة التفاعلية" بحيث يكون المشتركون مؤثرين ومتأثرين من خلال هذا التفاعل المتبادل بين الأفراد بدون أيّ حدود للزمان أو المكان (بولعويادات، 2016، ص: 47).

ومن هنا يبرز تأثير وسائل التواصل الاجتماعية الجديدة في التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة، فقد أدّت إلى تعزيز العزلة بين أفرادها وضعفت قيم التواصل الاسري، فاستبدل الأبناء الانترنت بأبائهم كمصدرٍ

للمعلومات، والتصبقوا بالتفاعل والحوار مع الآخر المختلف حتى وصل الفرد لمرحلة الشعور بالغربة داخل الأسرة الواحدة. فضلاً عن استخدام بعض البرامج والمواقع التي أتاحت للفرد تقمّص شخصية وهمية تتيح له التفاعل مع مجتمع وأصدقاء وهميين. ويرجع السبب في انتشار هذه الظاهرة الى فقدان التفاعل والانسجام مع المجتمع الفعلي الذي يحيط به، ولذلك أصبح اللجوء الى هذا المجتمع الافتراضي عوضاً عن التفاعل الاجتماعي الطبيعي مع الأهل والأقارب، وقضاء الساعات الطويلة في استكشاف مواقع الانترنت المتعددة، مما يعني تغيراً في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد، وذلك يؤدي إلى الاستخدام المفرط للقيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية (إبراهيم، 2019، ص: 91).

وقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً على إيجاد منصة إعلامية أكثر حرية مما كانت تقدمه وسائل الإعلام في السابق، ومعها ضعف ضبط المجتمع، بحيث أصبح الأفراد في المجتمعات لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم بحرية و بدون قيود قمعية تمنع حرية التعبير، وكان لهذه الحرية ضريبة على المجتمع، بحيث أصبحت المجتمعات تواجه تيارات فكرية مختلفة ومن الممكن أن تكون متصارعة، وتقوم على نشر الشائعات و الأخبار الكاذبة التي تُفتعل بغرض التخريب، وقولبة المواضيع لحساباتٍ تخريبية (Alsadrah,2021;Ali,2011).

هذا الإعلام أصبح بلا حدود وطنية للدول ولهذا يصفها البعض "إعلام العولمة"، وإنما يطرح حدوداً افتراضية غير مرئية، وهذا ما جعله أكثر فاعلية في سلوك الأفراد، وفي تكوين اتجاهاتهم وتعديلها، بل تغييرها في بعض الأحيان، وتشكيل أفكاره جديدة تولد مع هذا التواصل المنفتح. كما يتّصف هذا الإعلام العالمي بخاصية مجانية، فيكفي الاشتراك في الموقع، وبالتالي تأسيس مجموعة أو عدة مجموعات تتبنّى مبادئ أو أفكار بعينها (العيسوي، 2020).

وبالرغم من حداثة هذا الإعلام، إلا أنّ موضوع التنشئة السياسية أصبح من أهم المؤثرات في تكوين اتجاهات الأفراد خلال مراحل حياتهم، بجانب الوسائل والطرق التقليدية كالمدرسة والأسرة والرفاق ودور العبادة. وهذا التأثير يختلف ويتفاوت على حسب إدراك الفرد ووعيه ومستواه الثقافي ومقدرته على التعاطي معه الذي يفتح له آفاق مختلفة لتكوين اتجاهاتٍ سياسية جديدة عوضاً عن المحيط المحدود له كما في السابق. وهذا ما أطلق عليه "التنشئة السياسية الذاتية غير الرسمية وغير موجّهة من أيّ جهة رسمية أو غير رسمية، فالفرد أصبح حراً في اختيار المواضيع المطروحة وأيضاً له كامل الحرية في المشاركة برأيه والتعليق والانتقاد للقضايا محل النقاش" (الوحشي، 2015، ص: 284). ويجد عدد من المفكرين في مجال علم الاجتماع السياسي بأنّ وسائل التواصل الاجتماعي لها الأثر الملحوظ على التنشئة السياسية داخل المجتمعات، وخاصة على فئة الشباب الأكثر تداولاً لها، ويصف البعض هذا التأثير بالإيجابي، لما له من رفع مستوى الوعي بالحقوق ومصادقية الخبر أو المعلومة من أكثر من مصدر يطرحه هذا الفضاء الجديد، وأنه يزيد من قيمة الانتماء والولاء لمجتمعاتهم وأوطانهم. ممّا يسهم في زيادة المشاركة الفعالة في تنمية الأوطان وبنائها، والدفاع عنها (العيسوي، 2020).

ولو أمعنا النظر في القدرة على التأثير في الرأي العام وما تُسهم به وسائل التواصل الاجتماعي والبرامج الحديثة في التغيير الإيجابي في بعض أوجه الحياة الاجتماعية وتعديل الاتجاهات والسلوكيات من خلال التفاعل مع بعض القضايا ذات الصبغة الإنسانية القيمة الجديدة في مناطق مختلفة من العالم، وتساعد الأفراد

المستخدمين له في فهم كثير من الأفكار والقضايا التي تشكّل رأيهم العام والدولي، ولكن في المقابل لابدّ من التنويه لفخ التضليل الإعلامي المحتمل وذلك بسبب الحرية في الطرح الذي من الممكن أن يوظّف في تحقيق أهدافٍ معادية لدول أو لمجتمعات معينة، وخاصة أثناء الانتخابات أو التصويت على قضايا مصيرية ترتبط بمستقبل هذه الدولة (العيسوي، 2020).

لقد أصبحت حركات التغيير الاجتماعي سريعة، وتأخذ قفزات كبيرة في حياتنا الاجتماعية وأصبح العامل الأساسي الذي نعزو له هذا التغيير السريع يعود للتقدم التقني، فتزايد اعتماد المؤسسات والمنظمات الاجتماعية على هذه التقنيات في معلوماتها واستثماراتها واستخدام نظم معلوماتية حديثة. وفي هذا الصدد، نجد أنّ الإعلام الحديث يحقّز ويطوّر حركة التغيير في المجتمعات، وأنه من الحقائق الواضحة في واقعنا الاجتماعي والفكري والحضاري سعت هذه التغيرات إلى إبراز فكر أكثر تعايشي وانسجام، وتزايدت الدعوات التي تنادي بالتعايش الحضاري وفق انفتاح عوالم مختلفة، أكثر من الصدام الحضاري لهذه الثقافات، وهذا بدوره يتيح المجال لمفكرين وباحثين علم الاجتماع في طرح قضايا التغير الاجتماعي من مناظير فكرية مختلفة عن السابق، والسعي لرصدها وتحليلها والخروج بتنظيرات وتشريعات تكفل لهذه المجتمعات واقع معاش أكثر تكيفاً، في ظل هذا الفضاء الإعلامي واسع الأفاق (عبيد، 2020). هذا النوع من الإعلام سلاحٌ مزدوج، فمن الممكن توجيهه بدورٍ إيجابي لسيادة فكر أكثر توافقاً، واتفاقاً للإيمان بمذهب التعايش والتكيف مع الآخر، والسعي لبناء عالمٍ يسوده الحرية والسلام والعدالة، ومن الممكن توجيهه بشكلٍ سلبي وأكثر خطورة، وفتك بالمجتمعات لما لديه من قدرة تغييرية في الفكر والتأثير على الافراد والمجتمعات. (الديب، 2019، 529).

ثانياً: قوة تأثير الاعلام الجديد على المجتمع:

يشكّل هذا الإعلام دوراً هاماً في نقل الثقافة ونقل المعلومات في شتى مناحي الحياة المختلفة: من العلوم والاقتصاد والسياسة والترفيه والقيم، وصولاً الى المحيط الذي يستزيد منه الفرد، وينهل المعارف والمعلومات التي تجعل له آفاق أوسع في مداركه من السابق. ومع هذا التحول، أصبح متاحاً له هذا الكم الهائل من التعددية الثقافية، والتي لها أثر بالغ في بناء نسيج ثقافي جديد لهذه المجتمعات بفضاءٍ عام.

فوجود سمة التفاعلية المميزة للإعلام الحديث، يجعل لعملية التواصل قوة فاعلة في عملية التغيير والتأثير والتأثر بأفراد مختلفين، ومن ثقافاتٍ مختلفة على الصعيد الفكري والقيمي والسلوكي. ووجود فكرة اللاتزامنية تتيح للفرد حرية في معرفة المعلومات، في أيّ وقت يناسب الفرد، وليس مشروطاً بوقتٍ محدّد أو زمنٍ معين. وإمكانية الحركية أو التحرك معه يجعله سهل الاستخدام، ومتاح في أي مكان فهو متاح في الأجهزة اللوحية، وموجود في أجهزة الهاتف النقال، حيث يكون من السهل التعاطي، والتعامل معها بشكلٍ سريع ومتوفر. ولها أيضاً خاصية الانتشار السريع الفوري للمعلومة في نفس الثانية التي ينشر فيها المستخدم الخبر، وتصل لجميع مستوى وطبقات المجتمع، وهو ما يعزّز فكرة الكونية لدى هذا الإعلام الجديد، فبيئة هذا الإعلام عالمية ودولية. ولا ننسى وجود وسائط اتصال متعددة له، تجمع جميع النواحي الاتصالية سواء الصورة، أو الخبر، أو الصوت، أو كلها مجتمعة معاً في الفيديو سواء المباشر، أو التسجيل، مما يسمح بكثافة معلوماتية ضخمة تجمع في طياتها ثقافات

متنوعة ومعاني ورموز عديدة، ما يجعل لها قدرة تأثيرية جبارة في تغيير قنوات وسلوكيات الافراد داخل المجتمعات (باتنة، 2014، ص: 215-216). فنحن في زمن الحداثة السائلة كما عرفها "باومان" أي أصبحت الصورة والرموز والمعاني تصبّ في كل الاتجاهات (كتيبة، 2018، ص: 99).

أما القيم التي تتشكّل وتتكون من خلال ثقافة المجتمعات، فعند حدوث تغيرات في المجتمعات على مستوى الثقافة فإنه من الطبيعي أن تصل هذه التغيرات لنسق القيم الاجتماعية، ويبرز على مستوى سلوك الافراد؛ فتعدّ القيم من أهم الركائز التي تبني عليها المجتمعات أجيالها، وهي تتعلّق بالأخلاقيات والمبادئ الضابطة لسلوكيات الأفراد داخل مجتمعاتهم. وتعبّر القيم عن التفضيلات الإنسانية والتصورات لما هو مرغوب على مستوى أكثر عمومية (السيف، 2003، ص: 102). وإنّ من مكوّنات القيم هو المكون المعرفي، والوجداني، والسلوكي؛ فإنّ المكون المعرفي يتيح للفرد حرية الانتقاء للقيمة، ومن الممكن أن يتأثر الفرد بأيّ قيمة من القيم الموجودة في هذا البحر الكبير من التواصل، من خلال التعرّف على قيم جديدة في ثقافات مختلفة، وتبنيها لقناعة بها. أمّا المكوّن الوجداني يكمن الشعور بالسعادة والاعتزاز بقيمة معينة والرغبة في إعلانها على الملأ. وأخيراً، المكوّن السلوكي الذي يتمثّل في الممارسة لهذه القيمة التي يتبناها الفرد، ويمارسها كلما سنحت له الفرصة بذلك (الديب، 2019، ص: 543).

وخلصت دراسة فهمي (2016) بأنّ الإعلام الحديث أصبح أداةً ووسيلةً أساسيةً للتأثير الإيجابي على المنظومة القيمية للشباب، وأنّ هذا التأثير لم يقتصر فقط على الإمداد بالمعلومات عن القضايا المختلفة، أو التأثير في الاتجاهات والسلوك نحو بعض القضايا المثارة على الساحة، وإنما وصل الأمر ليصبح رافداً مؤثراً على المنظومة القيمية للشباب، والتي من المفترض ثباتها على نحو كبير. وجاءت التأثيرات القيمية على المنظومة القيمية للشباب بالدرجة الأولى، منصبةً على التأثيرات القيمية الاجتماعية، وهو ما يتناسب بالفعل مع كونه وسيلة للتواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى. لذلك، فإنّ التغيير في القيم أصبح أمراً ملموساً عند الأفراد، ليس فقط من خلال تغيير المواقف والاتجاهات، وإنما شمل التغيّر في الرغبات والطموحات وبعض أنماط السلوك، نتيجة لانخراطه في هذا العالم الافتراضي الذي يتعامل فيه ويتفاعل مع الآخرين ويكتسب منهم ما يوجهه نحو تحقيق رغباته من خلال بعض القيم الجديدة التي يتبناها (الديب، 2019، ص: 542).

أمّا الهوية التي نصل فيها للوجهة التغييرية في معالجة هذا التأثير من قبل الاعلام الحديث على المجتمع التي نعتبرها على رأس الهرم في قضية التغير الاجتماعي. فتعتبر الهوية متجددة متفاعلة مع الزمكانية جدلية بين الأنا والآخر، وتشمل العديد من الشعوب والإيديولوجيات والثقافات والقوميات، فهي تجمع بذلك العديد من المقاربات الفكرية، ويتّضح لنا من هذا المفهوم السيكو - اجتماعي، بأنّ الهوية تولد من خلال تفاعل الأفراد مع بيئاتهم عن طريق انتمائهم لجماعات اجتماعية، وهي تمكّن الأفراد من التعرّف على ذواتهم وتعرف مجتمعاتهم عليهم. فهي الوسط بين هوية ذاتية تتحدّد بذاتها، ومتعددة كونها تحدد من المجتمع، فلا يمكننا فهم وتفسير الهوية إلا بالرجوع إلى الخلفية السسيوتاريخية، فالتراكمات التاريخية والسيروية من العناصر الأساسية للهوية، وتكون من ضمن العلاقات مع جماعات بجماعات أخرى مختلفة عنها في المكان والزمان ومن مجتمع لآخر، وهذا من شأنه أن يعيد إنتاجها؛ وبالتالي يفسر لنا زوال بعض المعايير والعادات، على الرغم من أنها كانت مقدسة وتم التخلي عنها والبعض منها لا زالت قائمة في وعي الأفراد (كتيبة، 2018).

ويساهم هذا الفضاء والشبكات المفتوحة على الآخر ومواقع التفاعل الاجتماعي بكونها حلقة وصل مؤثرة بين الفاعلين الاجتماعيين من مختلف الثقافات، فالوسائط والمضامين التي تجاوزت الزمكانية تضم الأحداث والأفكار التي يغوص الفرد بها للتعرف على الآخر، وبناء ثقافة الحوار المفتوحة على مصراعيها، من خلال إيجاد بيئة خصبة لبروز هذا المزج بينها في محاولة إدماج بعض من هذه المعارف التي تعيد صياغة بعض القيم لديه، وتسهم في تشكّل هويتهم. وفي هذا الصدد يرى المحيظ "أنّ الهوية الحديثة هي وعي بالذات، تحدده قوى العقل المجرد والمبدع والأشكال الحديثة لتصور الحرية والكرامة والحقوق، وفي مثل التحقيق الذاتي ومتطلبات العناية والعدالة الكونية" (كتيبة، 2018، ص: 101).

إنّ وجود الإعلام الجديد كظاهرة اجتماعية وحقيقة لا يمكن التشكيك بقوته وتأثيره، وقد أصبح جزءاً من حياتنا اليومية، وحقق مستويات عالية من الوعي والديمقراطية والمشاركة في نقل الاخبار والمعلومات وإشراك المتابعين بالأحداث وبالعالم الخارجي، وتزويد الأفراد بالمعلومات التي قد تزيد من فهمهم وخبراتهم في التعامل والتعاطي مع مختلف الأجناس والأعراق والثقافات المختلفة، وهذا ما يصنع التحولات الجذرية في قناعاتهم وآرائهم ورفع وعيهم ببعض الأنماط التي من الممكن التخلي عنها لأنها أصبحت لا تتسم بصفة التكيف العصري مع متطلبات الواقع المعاش فيحدث هنا التغير وتعديل السلوك والتبني للهوية المشتركة الجديدة للعالم اليوم الذي لا يمكن تجاهل تأثيره على الأفراد والمجتمعات بشكل واضح. وبهذا، يصبح الإعلام الحديث هو المصدر الذي خلق هذه الهوية الجديدة أو ما تسمى اليوم بالهوية العالمية في ظل التقنية المتصاعدة في مختلف أقطار العالم عن طريق الحوار، وإبداء الرأي وطرح الأفكار، وتبادلها التي ترفع من شعور الافراد بأهميتهم، وبالتالي تعزز لديهم قيم الهوية المشتركة (كتيبة، 2018، ص: 103-104).

كثير من الباحثين يتخوف من طرح قضية كقضية الهوية العالمية، وذلك لأن مفهوم الهوية بحد ذاته يحتوي على أفكار ذات دلالات سياسية واجتماعية تمسّ عمق المجتمع. فالخوف من فقدان الهوية لهذه المجتمعات جعلهم ينظرون أو يفسّرون الموضوع من منطلق الحرب عليهم وانسلاخهم من هوياتهم وربطهم للهوية الوطنية بموضوع الاستعمار والاستبعاد لمجتمعاتهم (نعيجية، 2016، ص: 112). هذا التحليل أعطى الموضوع منحى آخر عن ربطه بعصرنا الحالي فالوضع الراهن مختلف تماماً عن هذه التأويلات الفكرية فنحن اليوم في صدد مواكبة ثورة التكنولوجيا التي تشكّل حدث مهم ومحرك لجميع المجتمعات التي لا مفر ولا غنى عنها، لو أردنا مواكبة هذا العالم المتطور والمتحرك بشكل سريع. وما طرحته الدكتور هيلة في مؤتمر إثراء من خلال برنامج الاتزان الرقمي (إثراء، 2021) "أنّ تبني الهوية العالمية في الوقت الحالي يتم بطريقة عشوائية وفردية من قبل الشباب لذلك يجب تبني سياسات مجتمعية توجه هذا التغيير بما يتوافق ويوائم الهوية الوطنية".

ما نراه اليوم من تواصل حضاري واستدماج للمعاملات على الصعيد الاقتصادي والسياسي للدولة من خلال مؤسساتها وأنظمتها، والأفراد من خلال الوعي السلوكي عن طريق عملية التفاعل، لإيجاد نقاط مشتركة تجمع الافراد من خلال معايير اجتماعية عامة مشتركة هو بحد ذاته تحقيق لهذا الاندماج بين الهويات مع حفاظ المجتمعات على خصوصيتها الثقافية من خلال إبراز هويتهم وتعزيزها في الجوانب الايجابية وليس تهميشها، بل على العكس فهي ما تميز الشعوب وتعطي إثراء ثقافي وخصوصية للهوية الوطنية الخاصة بها. ولو طرحنا رؤية المملكة العربية السعودية على سبيل المثال لا الحصر، نجد أن ما تم طرحه من برامج اقتصادية وثقافية مشتركة مع شركات عالمية للتنمية وللحديث تعتمد على

الفضاء الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير سواء للإعلان أو التسويق أو التطوير وذلك عن طريق استخدام وسائل الإعلام الحديثة الأكثر تأثيراً على تغيير منظومة القيم والثقافة لدى أفراد المجتمع السعودي، لكونهم مستخدمين بشكل فاعل لهذه التقنيات. من خلال تجهيز إطار فكري قيمي جديد لدى أفراد المجتمع ومحاولة تبني الأفكار التي تساهم هذا الاندماج بشكل يسهل لهذه التعاملات والتبادلات الفكرية والسلوكية بين الهوية الوطنية والهوية العالمية للتفاعل والتعاطي بانسيابية وسهولة، ويسهم أكثر في تطوير الأفراد. وبالتالي، تطوير مجتمعنا داخل الكوكبة العالمية الحديثة، وهو ما يجعلنا نخوض في هذا التطور والتواصل في إعلام جديد وعالم متطور على أرض صلبة لنا جذور بها، ولا نخشى الانسلاخ من الهوية الوطنية منفتحة عن طريق أفراد قابلين ومتقبلين للتغير الذي يجوب العالم من خلال الإعلام الرقمي الذي لا مناص منه، بل لابد من جعله أداة لتطويرنا ودفعنا للأمام.

ولو نظرنا اليوم ما يحدث في دولة الامارات لوجدنا خير دليل لما قدمناه من طرح، فوجود حدث عالمي مثل معرض إكسبو دبي 2020، وما اتخذته دبي شعاراً لهذا المعرض وهو " تواصل العقول وصنع المستقبل" لاستوعبنا حقيقة ما يحدث من حولنا بوجود نقاط تشاركية بين الأفراد بالرغم من اختلاف الهويات المكونة لهم من أقطاب العالم، ولم تنس الإمارات أهمية وتأثير المفكرين، والمبدعين، والمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم الفعال والحقيقي في نقل الصورة لهذا الحدث؛ فالعالم اليوم يسعى الى إيجاد مستقبل أكثر إشراقاً من ذي قبل. فلدى الأفراد وثقافتهم نقاط مرجعية في هوياتهم يشتركوا بها مع أفراد العالم، فالهدف هو رفع هذه القيم والهويات العالمية المشتركة، والمحاولة في التقليل من التنافر والتباعد العرقي والفكري الذي يؤدي الى النزاع والتفرقة، من الممكن أن تكون النظرة هذه أكثر تفاعلاً من الواقع المعاش لبعض المفكرين، ولكنها محاولة جادة وواقعية في بناء مستقبل حقيقي للأجيال القادمة التي ستعيش في هذا العالم التكنولوجي والمتطور.

الخاتمة:

إن الوعي بالتغيير مطلب، إذا أردنا لهذا التغيير أن يكون إيجابياً في مجتمعاتنا. وحتى تنعم مجتمعاتنا بالسلم، والتكيف، والتعايش، والتطوير. فيلزم المجتمعات والشعوب استدراك الأمر بشكل واع وواقعي ليكون سبباً في تحسين مستوى الحياة وجودته، إذا ما استخدم بالشكل الإيجابي لها. فكان لابد علينا من تناول سوسيولوجيا الإعلام الجديد بنوع من التحليل الاجتماعي لفهم مدى عمق الظاهرة وتمفصلاتها التي يطرحها ويناقشها علم الاجتماع، عبر نظرياته ودراساته بشكل علمي منظم، وذلك من خلال ربط الإعلام الذي يشكل نسقاً من أنساق البناء الاجتماعي وهذا النسق يؤدي وظيفة داخل البناء وعلاقته بالأنساق الأخرى، وأيضاً اعتباره وسيلة تنقل لنا التغير على جميع الأصعدة من خلال تغيير الثقافة المشكلة للمجتمعات التي يطرحها هذا الفضاء والمجال الإلكتروني العام لخلق مساحة عامة تعمل كحيز اجتماعي يسهل إمكانية طرح أفكار بديلة للقيم وتبنيها. وبالتالي، تعديلات سلوكية من خلالها، والتي تسهم بشكل فعال في خلق هوية عالمية جديدة تحتضن بداخلها الهويات الوطنية التي تسمح بتنوعها وتعددتها وتوافق على التعايش الاجتماعي المشترك؛ وهذا يُبنى من خلال إيجاد مساحة للتقبل والتكيف بين الأفراد في ظل هذا التنوع والتعددية الثقافية القابلة للتعايش كونهم يحملون صفات وقيم إنسانية مشتركة، ونرجو أن يكون ما تم تقديمه نافع وممتع.

المراجع:

- إثراء. (2021)، سبتمبر 18. مؤتمر إطلاق برنامج إثراء سنك [ملف فيديو]. يوتيوب <https://www.youtube.com/watch?v=-BeWQNIQ8E8>
- بولعويديات، حورية (2016). مقارنة فكرية لثنائية الانترنت والهوية. الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد 12. ص. ص 42- 62.
- الديب، هبة أحمد (2019). تأثير الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي – دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة. مجلة المسار التربوي والعلوم الاجتماعية. المجلد 6. ص. ص 526- 554.
- حميدة، نواصيرية (2019) أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام على شباب مدينة – برج بوعريج. جامعة ريان عاشور – الجلفة – مجلة آفاق للعلوم. مجلد 4. العدد 15. ص: 86- 103.
- السيف، محمد إبراهيم، (2003) المدخل إلى دراسة المجتمع السعودي، ط 2، الرياض: دار الخريجي للنشر والتوزيع.
- فهمي، نجلاء (2016) دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب – دراسة تطبيقية على الشباب المصري. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. المجلد 4. العدد 8. ص: 173- 229.
- أبو الحسن، منال (2007). اساسيات علم الاجتماع الإعلامي. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- إبراهيم، هبة إبراهيم جودة (2019). التأثيرات السلبية للإعلام الجديد وعلاقتها بضعف التفاعل الواقعي بين افراد الأسرة. القاهرة: الدورية المصرية. العدد 18. ص. ص 85- 109.
- بولعويديات، حورية (2016). مقارنة فكرية لثنائية الانترنت والهوية. الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد 12. ص. ص 42- 62.
- الديب، هبة أحمد (2019). تأثير الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي – دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة. مجلة المسار التربوي والعلوم الاجتماعية. المجلد 6. ص. ص 526- 554.
- سيد، غادة ممدوح (2017). الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات. جامعة القاهرة: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. العدد 9. الصفحات: 389- 421.
- عبيد، حسن (2020) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الحركات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام. <https://vistointernational.org/ar> . متاح على الرابط التالي <https://vistointernational.org/ar/مقالات/تأثير-وسائل-التواصل-الاجتماعي-على-الح>
- العيسوي، أشرف (2020). وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. <https://trendsresearch.org/ar> . متاح على الرابط التالي <https://trendsresearch.org/ar/insight/وسائل-التواصل-الاجتماعي-تأثيرات-متنامية>
- قلاعة، كريمة (2017). وسائل الإعلام ودورها في بناء الحقائق الاجتماعية: "انعكاس للواقع ان بناء وهم". جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة: مجلة العلوم الإنسانية. العدد 47. ص. ص 61- 72.

- الوحيشي، علي مصباح محمد (2015). دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية، دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية. ليبيا: جامعة الزوية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 16. ص. ص 275-294.

- Ali, A. H. (2011). The Power of Social Media in Developing Nations: New Tools for Closing the Global Digital Divide and Beyond. *Harvard Human Rights Journal*, 24.
- Alsadrah, S. A. (2021). Social media use for public health promotion in the Gulf Cooperation Council. *Saudi Medical Journal*, 42(1), 9-20. doi:10.15537/smj.2021.1.25470