



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

كلية علوم الإتصال

قسم الإذاعة (راديو وتلفاز)

بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال بعنوان:

الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات

دراسة وصفية تحليلية على عينة من الخبراء والمختصين في الإعلام

من مايو 2014م - مايو 2017م

المشرف الرئيس:

إعداد الطالبة:

دكتور بروفيسور / بدر الدين أحمد إبراهيم

معزة مصطفى أحمد فضل السيد

المشرف المعاون:

دكتور / عبدالمولى موسى محمد موسى

1438هـ - 2017م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الآية الكريمة

قال تعالى:

بسم الله الرحمن الرحيم

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ نَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ
شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ
إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

صدق الله العظيم

سورة الحجرات، الآية (13)

الاهداء

إلى القلب الذي سكب حنانه في قلبي وتفوح من ثرى قدميه عبق الجنة .. رباني
صغيراً واعتنى بي كبيراً وعلمني الصبر والمثابرة وحب العلم

أبي،، رحمه الله

إلى من كانت طاعتها ورعايتها عند الله عباده

أمي حفظك الله

إلى روح الشهيد

شقيقي/ فائز مصطفى

إلى أولئك الذين تقاسموا معي حنان الأم والأب

أخوتي

إلى أولئك الذين تعلمت منهم العلم والمعرفة واقتديت بمحسانهم

أساتذتي الأجلاء

إلى من نبحت عنهم طيلة الزمان لنحظى بالنادر منهم

أسرتي وأصدقائي المخلصين

إلى إبني

عزام عبد الباقي

ربي القدر حكمتك والوجود ملكك والقلوب خزائن محبتك، أرحم والدي كما
ربياني صغيرةً وأنر ليالي الحياة لمن علموني وأجعلني بارةً بوطني محبةً
لعشيرتي نافعةً لعبادك ناصرةً للضعيف المظلوم على القوي الظالم وجمل
أخلاقي بالصدق وهب لي شمائل الوفاء.

أهدي هذا الجهد إلى هؤلاء

الشكر والتقدير

الحمد لله أولاً وأخيراً، والحمد لله الظاهر والباطن، والحمد لله على نعمائه وكريم عطائه، والحمد لله على ديني ونفسي، والحمد لله على كل شيء أعطانيه ربي، والحمد لله على الذي لم يعطيني إياه، فالخير باختيار الله مقرون.

عظيم الامتنان وجزيل الشكر والعرفان لله رب العالمين الذي خلقتني وأعطاني الفكر والصبر وقوة التحمل التي مكنتني من العمل في هذه الدراسة طوال فترة الإعداد إلى أن خرجت بالصورة التي هي عليها الآن.

إن كان لأحد من بعد الله أن أشكر على ما قدم من عون صادق ومثابرة في سبيل هذه الدراسة أساتذتي الأجلاء البروفيسور دكتور بدر الدين أحمد إبراهيم أستاذ الإعلام بجامعة أفريقيا العالمية المشرف الرئيسي على الدراسة والدكتور عبد المولى موسى محمد موسيالمشرف المعاون أستاذ الإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا فقد كانا بحق نعم الآباء الأوفياء رعاية الباحث نصحاء وإرشاداً وتوجيهاً وصبراً على أخطائي المتكررة فقد كانا يقابلان كل ذلك بصبر وهدوء معهود بهم، فلم دين علي أعجز عن قضائه وأسأل الله لهم ولأسرهم الكريمة الصحة والعافية.

كما أن الباحثة مدينتي للأستاذ/ محمد أبنعوف أستاذ العلوم السياسية بجامعة النيلين. ثم الشكر أجزله لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ممثلة في كلية علوم الاتصال التي أتاحت لي فرصة الدراسة فيها وأجازت موضوع الدراسة، وأشكر لجنة التحكيم ولجنة السمنارات وخبراء الإعلام وجميع اللذين أجريت معهم مقابلات بشبكة الجزيرة بالدوحة.

استعنت أثناء إعداد هذه الدراسة بمكتبات جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، جامعة الخرطوم، جامعة أم درمان الإسلامية، المكتبة المركزية، ومكتبة مركز الجزيرة للدراسات، وقد وجدت من أمنائها عوناً كبيراً، ويترتب على شكر عظيم إلى كل هؤلاء.

وأسمى آيات الشكر والثناء لدكتور صلاح الزين/ مدير مركز الجزيرة للدراسات والأستاذ/ محمد الطيب الصحفي بقناة الجزيرة والأستاذ مازن الفداوي رئيس قسم العلاقات العامة بمركز الجزيرة للدراسات، على جهودهم المقدرة معي، ويمتد شكري لكل العاملين في شبكة الجزيرة الإخبارية، على تعاونهم اللامحدود معي خلال تواجدي في شبكة الجزيرة بالدوحة.

وفي الختام أشكر الذين ساهموا في مساعدتي لإنجاح هذا البحث بأي شكل وفي أي وقت والذين لم يسمح المجال لذكر أسمائهم فذلك ليس تجاهلاً ولا تقليلاً من قيمة مساهمتهم فيها وفي النفس طيب ومحفوظ. كل هؤلاء لهم ديني عنقي لن أنساه ما حييت وسأبذل قصارى جهدي للوفاء به. وذلك عملاً بقوله عليه الصلاة والسلام (من لا يشكر الله لا يشكر الناس)

والحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله...

الباحثة

مستخلص البحث

عنوان البحث: الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات - دراسة وصفية تحليلية على عينة من الخبراء والمختصين في الإعلام.

اسم الباحثة: معزة مصطفى أحمد فضل السيد:

البريد الإلكتروني: MaazzahMustafa@gmail.com

هدفت الدراسة إلى التعرف على وسائل الإعلام الرقمي والرسائل المتوخاة منه والسلبيات الناتجة منه، وكذلك التعرف على مفهوم التعارف بين الحضارات ومرتكزاته والتحديات التي تحد منه. وبيان العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات، ومعرفة انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات. وتمثلت مشكلة البحث في معرفة انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات. وبعد تحديد المشكلة تم طرح عدة أسئلة أهمها: ما هو الإعلام الرقمي؟ ما هو التعارف بين الحضارات؟ وما هي مرتكزاته؟ وما هي التحديات التي تحد منه؟ وما هي العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات؟ وما هي انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟ وإلى أين يتجه مستقبل تأثير انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لمسح عينة من خبراء الإعلام الرقمي، واعتمد على استخدام بعض الأدوات البحثية مثل الاستقصاء والمقابلة والملاحظة. وتكون عينة البحث من الخبراء والمختصين في الإعلام في السودان وشبكة الجزيرة الإخبارية وبلغ عددها (90) مفردة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1. نظرية صراع الحضارات هي نظرية تم توظيفها سياسياً خصوصاً بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م.
2. شهد القرن الحادي والعشرين إحياء مفهوم حوار الحضارات، وتجديد العمل به في مجال العلاقات الدولية.

3. مواقع التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل الإتصالية استخداماً بين وسائل الإعلام الرقمي وفق بيانات الدراسة من الخبراء والمختصين في الإعلام.

4. إن وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات، فالتنوع الحضاري هو واقع عالمي، أما صراع الحضارات فهو ناتج إنساني وذلك وفق التحليل الذي أجري في هذه الدراسة.

أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها:

1. لابد من تركيز الجهود البحثية في تخصص الإعلام على دراسة انعكاسات الإعلام الرقمي وآثارها وأدواره على مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية.

2. لابد لوسائل الإعلام العربية والإسلامية أن تعتمد على الإعلام الرقمي وتنشئ مواقع صحفية تفاعلية على الانترنت وتنشئ صفحات متخصصة لها على وسائل التواصل الاجتماعي.

3. على وسائل الإعلام الإسلامية التركيز بصورة كبيرة على تعريف الآخر بالثقافة والحضارة الإسلامية كما هي، وعرض الثقافات الأخرى بكل حياد، تاركة الحكم عليها للمتلقي.

4. لابد أن ينال مفهوم التعارف بين الحضارات الاهتمام الكافي، لكون أن هذا المفهوم هو مفهوم قابل للتحقيق أكثر من مفهوم الحوار بين الحضارات.

5. الدراسة ستقوم بالسعي ومعالجة (مشكلة التعارف بين الحضارات) وتحاول وضع إستراتيجية لتحويل فكرة هذا البحث الى قناة رقمية تهدف لخدمة أهداف التعارف بين الحضارات.

Abstract

Digital Media and its Impacts on Introduction of Civilizations

– It a Descriptive, Analyzed Studythat Containing.

Media Experts', Specialists' Opinions.

Student Maazzah Mustafa Ahmed Fadhal Al Seed

Email:MaazzahMustafa@gmail.com

The objectives of this research is to the make people aware by the aims of digital media,

Its messages and negative consequences. Further, to know the concept of introduction among civilizations, its pillars and challenges on the way. Besides illustration of connection between the digital media and introduction of civilizations with better clarification of its impacts of digital media in this respect, to determine the problem and finds answers for several questions such as:

What is the exact definition of Digital media? Its pillars? Future challenges? And the progress of the future consequences of digital media, then determine the real problem

Study has tackled these issues on the basis of the descriptive, analyzed method of experts' opinions of digital media, through research's tools such as: the investigative, interviews and remarks. Then the formation of the research specimen composed form (90 words) that taken from media experts in Sudan and from those who working in Al Jazeera Channel.

The studies at last have reached to the following outcomes:

- The theory of civilization struggling is a theory that has been exploited politically, particularly after the September 11th events.

- The concept of civilization dialogue have come back to life during the 12th century and started to be functioned in international relations.
- The social media platforms are the most used ones among others means of digital media according to media experts personal opinions being taken. 4. Availability of diversified cultural aspects does not necessarily a reason for civilization struggle. Multicultural diversity is considered as reality existence, while culture struggling is a human outcome.

Study Recommendations:

- The concerned authorities ought to concentrate on researching efforts particularly in media field, to shed more lights on the negative consequences of digital media, to be aware of affects and roles in all walks of live including the political, economic, cultural and social aspects.
- Means of Arabic and Islamic media should rely on digital media and should establish journalistic interactive websites that annexed by specialized pages on Internet and entire social media platforms.
- Means of Islamic media should exert tremendous efforts to introduce Islamic civilization and culture and to the other parts who don't aware by these aspects, by conducting profound discussion and demonstration of the other cultures neutrally to give a space for receivers to express their own opinions.
- The concept of civilization introduction should be given a great deal of opportunity to the realization of doing dialogue concept.
- The study will address the problem of acquaintance among civilizations by developing a strategy to transform the idea of research into a digital Chanel aimed at achieving future acquaintace among civilizations.

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية الكريمة
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	مستخلص البحث
و	Abstract
ح	فهرس الموضوعات
ي	فهرس الجداول
ل	فهرس المصطلحات
الفصل الأول: الإطار المنهجي ويشمل: المقدمة المنهجية والدراسات السابقة	
1	المقدمة
3	مشكلة البحث
3	أهمية البحث
4	أهداف البحث
5	تساؤلات البحث
6	منهج البحث
6	مجتمع البحث
6	أدوات جمع المعلومات
7	مصطلحات البحث
9	النظريات الموجهة للبحث
9	الدراسات السابقة
14	تقسيم البحث

الفصل الثاني: الإعلام الرقمي	
16	تمهيد
18	المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرقمي
54	المبحث الثاني: أنواع الإعلام الرقمي
98	المبحث الثالث: وسائل الإعلام الرقمي
الفصل الثالث: صدام الحضارات والتعارف بينها	
129	المبحث الأول: مفهوم الحضارة
191	المبحث الثاني: صدام الحضارات والحوار بينها
234	المبحث الثالث: التعارف بين الحضارات
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
259	ولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
268	ثانياً: عرض وتحليل وتفسير البيانات
الخاتمة	
335	النتائج
340	التوصيات
345	المصادر والمراجع
الملاحق	
368	ملحق رقم (1): قائمة بأسماء المحكمين
369	ملحق رقم (2): الاستبانة بصورتها الأولية
378	ملحق رقم (3) الاستبانة بصورتها النهائية
386	ملحق رقم (4): المقابلات

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1/4	نتائج معادلة ألفا كرونباخ للكشف عن الثبات على محاور الدراسة	266
2/4	التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بأفراد العينة	268
3/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات قسم التعرض لوسائل الإعلام الرقمي	272
4/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات قسم الرسائل المتوخاة في الإعلام الرقمي	281
5/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات قسم ما يؤخذ على الإعلام الرقمي	284
6/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور التعارف بين الحضارات	291
7/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور مرتكزات التعارف بين الحضارات	299
8/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات	304
9/4	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات	312

320	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور تحديات التعارف بين الحضارات	10/4
324	التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار مربع كاي لفقرات محور مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات	11/4

فهرس المصطلحات

المصطلح	المعنى
Pixel	بالعربية البكسل أو العنصورة أو القطة وهو أصغر عنصر منفرد في مصفوفة صور قنطية أو في عتاد توليد صورة، وهي أصغر ما يمكن تمثيله والتحكم في خصائصه من مكونات الصورة على الشاشات بتقنياتها المختلفة
MHz	Hz هو وحدة قياس التردد لدى نظام الوحدات الدولي ويعرف بأنه دورة لكل ثانية. و MHz هو وحدة قياس التردد وهو كل مليون دورة لكل ثانية.
FCC	هو اختصار للجنة الاتصالات الأمريكية الفيدرالية.
T-DMB	Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting وهي التقنية المخصصة للبث التلفزيوني

الفصل الأول

الإطار المنهجي

ويشمل:

- المقدمة المنهجية
- الدراسات السابقة

المقدمة

شهد الإعلام الرقمي تحديات هامة استوعبتها الحضارة الإنسانية ووظفت وسائله لمواكبة تطور التكنولوجيا الحديثة في إحداث أنماط نوعية جديدة من المضامين، تجذب انتباه المتلقي. ويعتبر الإعلام الرقمي محركاً أساسياً للحضارة، ويعتبر النسق السريع الذي يميز التطورات والتحولات التكنولوجية. وما شهده هذا القطاع عنصراً فعالاً في تنشيط المبادلات الإنسانية والحضارية على اختلاف مستوياتها الاقتصادية والاجتماعية والعلمية تؤسس وتمهد لمستقبل جديد ومغاير للحضارة الإنسانية في إطار ما أصبح يصطلح على تسميته بالقرية الكونية Global village (قلوز، 2002م، ص18).

إن الإعلام الرقمي ووسائل الاتصالات أصبحت أداة لنشر الثقافة المعلوماتية، واتساع مجالات تطبيقاتها وظهور ملامح النشاطات الحديثة وانعكاس آثارها على حركة الواقع الإنساني انعكاساً هاماً وبارزاً أسهم في نشر الثقافة الرقمية بسرعة، مما جعل البعض يعتقدون أنهقام بتحويل الحضارات الإنسانية من قارات كبيرة متباعدة، إلى بلدة صغيرة يتعرف مواطنيها على بعضهم بمختلف الوسائل الحديثة بفترة زمنية قصيرة. أما البعض الآخر فيعتقد أن التغير حدث في سهولة تلقي المعلومة والتعرف على الآخرين، أما فاعلية التغير، مازالت قيد البحث، حيث يرى هذا الفريق أن العالم مازال يعتمد بصورة أساسية على ثقافته المحلية، وأن كثير من المجتمعات رغم حداثة الظاهرية مازالت مجتمعات تقليدية تتبع مناهج أسلافها.

إن ارتفاع مستوى الوعي بالإعلام الرقمي، ووفرة الكوادر البشرية العاملة والمؤهلة في مجاله، وتطويره للتطبيقات المعلوماتية عبر استخدامات الحواسيب وشبكات المعلومات والاتصالات ونشرها، يعتبر من أهم المؤشرات على تحول أشكال الإعلام الرقمي.

أما الحضارات وما لها من تواصل وتفاعل وحوار وصراع وصدام، فهو موضوع شغل الكثير من المهتمين والباحثين في مختلف المجالات، وهو موضوع قديم مستحدث، لا يلبث أن يسيطر الاهتمام عليه، عند كل تغييرات تحدث في العالم، أو في المستويات الإقليمية. فالإنسان هو نتاج حوار أو صراع، وأحوال العالم هي التي تحدث نتيجة لهذه الحوارات أو الصراع. وبما أن أهم التغييرات التي حدثت على المستوى العالمي في مجال الإعلام، هو سيطرة الإعلام الرقمي وهيمنته من بين وسائل الإعلام. فمنذ بداية العام 2016 أصبح الإعلام الرقمي هو الوسيلة الأكثر استخداماً بين شعوب العالم هذا الواقع، هو ما حفز الباحث لدراسة ما يمكن أن يحدثه الإعلام الرقمي من انعكاسات على التعارف بين الحضارات، وذلك لريادته بين وسائل الإعلام، ولما أحدثته من تغييرات في سهولة وسرعة وقلة تكلفة تناقل المعلومة، بالإضافة إلى تأثيراته في النموذج الإعلامي، حيث أصبح من السهولة واليسر لكل متفاعل ومتعامل مع الإعلام الرقمي أن يصبح مرسل للرسالة الإعلامية. لذا تهتم هذه الدراسة ببحث وتقصي ودراسة الانعكاسات الحالية والمتوقعة للإعلام الرقمي على طبيعة التواصل بين الحضارات، متخذة من مفهوم التعارف بين الحضارات أحد هذه الصور التي يفترض نظرياً أن يكون الإعلام الرقمي ساهم في تعزيزها. وسيؤكد هذا البحث أو ينفي هذه الفرضية الأساسية التي بنت عليها الباحثة فكرتها.

مشكلة البحث:

يشهد العالم اليوم تغييرات متسارعة أثرت على كافة جوانب الحياة، وتقود هذه التغييرات وسائل الإعلام والاتصال لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن الأجيال السابقة، بل يكاد يكون إنسان اليوم في مواجهة الآلة الإعلامية الضخمة، الإعلام الرقمي ووسائله المستخدمة في بث الرسالة الإعلامية، له انعكاساته في التقارب والتباعد بين الشعوب، يمكن إن يسهم بفاعلية - إذا استخدم بطريقه ايجابية- في مساعدة الشعوب من الاستفادة القصوى من الإمكانيات المتاحة على التعارف بين الحضارات. حيث أن مفهوم التعارف بين الحضارات هو المفهوم الذي حاولت المجتمعات الدولية تبنيه كمفهوم بديل لصدام الحضارات وصراعاها. لذا تتمثل مشكلة البحث في الحل الفكري الذي جاهد فيه الكثيرين في بحث السبل التي تساعد على حوار الحضارات والتعارف بينها لعظم الحاجة إليها لمستقبل البشرية. وبما أن الإعلام الرقمي أصبح هو الأكثر إستخداماً على وسائل الإعلام المختلفة، لذا يتبنى البحث سؤال رئيس يحاول الإجابة عليه والمتمثل في: ماهي انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟ هل انعكاسات إيجابية أم سلبية؟

أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث على النحو التالي:

- 1- تسليط الضوء على فاعلية الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات.
- 2- مواكبة الإعلام الرقمي لمتغيرات العصر الحضاري بشكل يسهل من التعارف الإنساني.

3- أهمية تطوير العنصر البشري العامل في وسائل الإعلام الرقمي وتزويده بالتدريب المستمر والتعليم وحصوله على مختلف أنواع المعرفة الرقمية إيماناً بأن العلم مازال السر الكامن وراء تقدم وتطور ونمو الأمم ونشوء حضاراتها الإنسانية.

4/ إعطاء صورة للمؤثرات الجديدة الناتجة من الإعلام الرقمي وما تحدثه من تغييرات على مستوى العلاقات الدولية.

5/ الخروج بنتائج تثري الجانب الفكري في كل من الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات.

6/ إبراز الجانب القيمي في الديانات السماوية الرامية إلى التعارف بين الحضارات.

أهداف البحث:

هدف البحث إلى تحقيق الآتي:

1. التعرف على وسائل الإعلام الرقمي.
2. التعرف على الرسائل المتوخاة من الإعلام الرقمي.
3. التعرف على السلبيات الناتجة من انتشار الإعلام الرقمي.
4. التعرف على مفهوم التعارف بين الحضارات.
5. معرفة مرتكزات التعارف بين الحضارات.
6. معرفة التحديات التي تحد من التعارف بين الحضارات.
7. بيان العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات.
8. معرفة انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات.

9. استقراء مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، بقراءة الفرص والمهددات.

10. محاولة بناء إستراتيجية لقناة إعلامية رقمية تكون نموذج تساعد المجتمعات الإنسانية في التحرك قدماً نحو التعارف بين الحضارات.

تساؤلات البحث:

يجيب البحث على تساؤل رئيسي مفاده: ما انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، وللإجابة على هذا السؤال تم اقتراح الأسئلة التالية:

- 1- ما الإعلام الرقمي؟
- 2- ما هي وسائل الإعلام الرقمي، والرسائل المتوخاة منه؟ وما يؤخذ عليه؟
- 3- ما التعارف بين الحضارات؟
- 4- ما مرتكزات التعارف بين الحضارات؟
- 5- ما تحديات التعارف بين الحضارات؟
- 6- ما العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات؟
- 7- ما انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟
- 8- ما مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟
- 9- ما مستقبل إنعكاسات التعارف بين الحضارات والإعلام الرقمي ومحتواه؟

منهج البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لمسح عينة من خبراء الإعلام الرقمي.

مجتمع البحث (الإطار المكاني والزمني):

تناول البحث العديد من مجتمع خبراء الإعلام والمختصين فيه في السودان وقطر، حيث اهتمت الباحثة بالمجتمع الداخلي بكل، من العاملين في مؤسسات الإعلام، والأساتذة الجامعيين، والعاملين في المراكز البحثية. كما شمل البحث مجتمع خبراء الإعلام والمختصين العاملين في شبكة الجزيرة الإخبارية.

أدوات جمع المعلومات:

الأدوات الثانوية: تعتمد هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات والبيانات وهي المراجع العلمية، والدراسات المختصة، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات ورسائل علمية ومقابلات.

الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على الأدوات الأولية التالية:

أ/ الاستبانة: وهي استخدمت كأداة رئيسية لاستقصاء الرأي الجمعي لعينة من الخبراء والمختصين في الإعلام.

ب/ المقابلة: حيث أجرت الباحثة مقابلات مع خبراء الإعلام والمختصين العاملين في شبكة الجزيرة الإخبارية.

مصطلحات البحث:

1/ الإعلام الرقمي:

لغة:

الإعلام في اللغة: علم وتفقّه أي تعلم وتفقّه وتعالّمه الجميع أي علموه ويقال استعلم لي خير فلان وأعلمته إياه، وقوله عز وجل: (وَمَا يَعْطَمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ قَدْنُ فَلَا تَكْفُرُ) (أبن منظور، ب.ت: 871).

والإعلام علمه كسمعة علماً وعرفة وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم جمعها علماء وعلام كجهال وعلمه العلم وتعليماً وعلماً وأعلمه إياه وتعلمه (أبادي، 2004: 155).

أما الرقمي لغةً، فمصدره رقم؛ فرقم رقماً ورقمه، كان به رقمة (المرجع السابق، 412). أما أصل كلمة رقمية فهي ترجمة للمصطلح الإنجليزي Digital.

إصطلاحاً:

الإعلام هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عند القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية (حسين، 2012: 22).

الإعلام الرقمي هو وسائل الإعلام التي تعتمد على الحساب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر، وتستلزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائل الإعلام التقليدية (كاتب، 2002م: 189).

إجرائياً:

حصرت الباحثة الإعلام الرقمي في الوسائل التي اعتمدت على الانترنت كوسيلة اتصال، وبالتالي فإن الإعلام الرقمي في هذا البحث هو الإعلام الذي يستخدم وسائل (القنوات الرقمية، الصحف الإلكترونية، المدونات، وسائل التواصل الاجتماعي، الإذاعات الرقمية، ومواقع القنوات الفضائية في الانترنت).

2/ التعارف بين الحضارات:

لغة:

التعارف: مصدر؛ تعارف القوم أي عرف بعضهم بعضاً، وهو من مادة (ع ر ف) التي تدل على السكون والطمأنينة: يقول ابن فارس: العين والراء والفاء أصلان صحيحان يدل أحدهما على تتابع الشيء متصلاً ببعضه ببعض، والآخر على السكون والطمأنينة. ومن هذا المعرفة والعرفان نقول: عرف فلان فلاناً عرفاناً ومعرفة وهذا أمر معروف وهذا يدل على ما قلناه من سكون إليه؛ لأن من أنكر شيئاً توحش منها ونبأ عنه (ابن فارس، 1997م، ج6، 146).

أما الحضارة في اللغة العربية من الفعل "حضر" على وزن قعد، يقال حضر الغائب حضوراً قدم من غيبته، وحضرت الصلاة فهي حاضرة، والأصل حضر وقت الصلاة، و"الحضر" بفتحيتين خلاف البدو، والنسبة إليه "حضري" أقام بالحضر، و"الحضارة" بفتح الحاء وكسرهما: سكون الحضر، والحضر والحضرة والحاضرة: خلاف البادية، وهي المدن والقرى والريف، سميت بذلك لأنها أهلها حضروا الأمصار ومساكن الديار التي يكون لهم بها قرار (ابن منظور، 1418هـ: مادة (حضر)).

إصطلاحاً:

التعارف هو أن يعرف الناس بعضهم بعضاً بحسب انتسابهم جميعاً إلى أب واحد وأم واحدة ثم بحسب الدين والشعوب والقبائل، بحيث يكون ذلك مدعاة للشفقة والألفة والوئام لا إلى التنافر والعصبية (شوقي، 2013، 22).

أما الحضارة: فهي كل ما ينشئه الإنسان في كل ما ستصل بمختلف جوانب نشاطه ونواحيه، عقلاً وخلقاً، مادة وروحاً، ودنياً وديناً (حسين، 1995: 24).

إجرائياً: هو تجاوز مرحلة الحوار والتحاور والتواصل والاتصال، أي أن تسعى كل جماعة ثقافية معرفة الآخر ومعرفة حضارته، واحترامها، أي تفهمها وعلمها والإحساس بأهميتها.

النظريات الموجهة للبحث:

1/ الغرس الثقافي.

2/ انتشار المبتكرات والمستحدثات.

الدراسات السابقة :

على الرغم من قلة البحوث والدراسات السابقة في مجال الإعلام الرقمي ، إلا أن الباحثة قد استعانت ببعض البحوث السابقة التي كانت بمثابة مساعد في اكتساب بصيرة ابعـد من مجرد استعراض للنتائج التي تتضمنها تلك البحوث والدراسات وأعانت على الفحص والتدقيق واكتشاف الطرق الصحيحة التي يجب أن يسلكها البحث .

الدراسة الاولى: بعنوان: تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني دراسة وصفية تحليلية لبرامج قناة الجزيرة (1997-1999م) دراسة مقدمة من بدر الدين احمد إبراهيم لنيل الدكتوراه في الإعلام من جامعة أمدرمان الإسلامية. أتبعـت الدراسة المنهج الوصفي وهدفت إلى تقديم رؤية منهجية

علمية تراعى أسس تحليل وتقويم أنظمة وبرامج الفضائيات العربية والوقوف على مدى استفادة الفضائيات العربية في توظيف تكنولوجيا البث الفضائي وانعكاس ذلك في برامجها التلفزيونية وبحث الأساليب المناسبة للخطاب العربي عبر الفضاء وبغرض الوصول إلى إعلام قوي ومواكب لتطورات التكنولوجيا الحديثة وقادر علي مواجهة وتخفيف آثار البث المباشر ودعم التواصل العربي عبر تبادل الخدمات والخبرات والتجارب الفنية والعلمية في مجالات التلفزيون للمكتبة العربية. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: هناك إمكانيات كبيرة صاحبت تطور تكنولوجيا الإنتاج التلفزيوني والبث الفضائي وشكلت محورا" في جذب المشاهدين للقنوات الفضائية، ويؤكد البحث بنسبة 63% بأن ازدياد انتشار القنوات الفضائية ضرورة فرضها الواقع ولم تكن وفق دراسات إستراتيجية، وقد خلصت الدراسة إلي أن تكنولوجيا البث الفضائي تتمثل في: تطور الأجهزة والتقانة 57%، تطور الأسلوب الخطابي وطرق العرض 40%، تطور مضمون الرسالة الإعلامية 24%. ويؤكد البحث بأن الخطاب المناسب للبث الفضائي هو الخطاب الشامل سياسي ، اجتماعي، ثقافي ، رياضي بحيث يكون متوازيا وأن اللغة المناسبة لذلك هي اللغة العربية الفصحى، كما أن نمط الحوار والتشابه الشكلي للبرامج والتخصصية في مجال معين يكسب جمهورا نوعيا متميزا ولا يؤثر عليه إذا تنوعت الموضوعات واختلفت زوايا التناول. وأكد البحث علي ضرورة تحديد منهج علمي ومعايير لتحليل وتقويم القنوات والبرامج وفقا للأسس العلمية للإنتاج أكد الخبراء والاختصاصيون على تفوق قناة الجزيرة في المضمون والشكل والمحتوى والأسلوب وتقانة الأداء الفني والفريق الفني والمشاركين. وأكد البحث أن قناة الجزيرة استطاعت أن تقدم خطابا" إعلاميا جذابا جسدت مشكلات العالم وقضايا المصيرية وفقا لأحدث تكنولوجيا الإنتاج والعرض ومهارة الفريق الفني والمشاركين .

الدراسة الثانية: بعنوان: إنتاج برامج المنوعات في التلفزيون دراسة تطبيقية على تلفزيون السودان (2001م) دراسة مقدمة من إحسان محمد احمد لنيل درجة الماجستير في الإعلام. اتبع المنهج الوصفي والمنهج التاريخي في الدراسة وهدفت إلى الارتقاء بمستوى برامج المنوعات بالتلفزيون السوداني من حيث الشكل والمضمون. كما هدفت إلى تقديم دراسة علمية في مجال الإنتاج التلفزيوني بشكل عام وإنتاج برامج المنوعات بشكل خاص مع مراعاة الاستفادة من النتائج المتوصل إليها. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج هي:

- 1- برامج المنوعات في التلفزيون السوداني بحاجة إلى زيادة في عددها
- 2- ضعف الإمكانيات المالية في التلفزيون أثر سلباً على تطوير برامج المنوعات
- 3- مضمون برامج التلفزيون السوداني بحاجة إلى معالجة قضايا اجتماعية
- 4- ركود بعض البرامج وعدم الحيوية يعود إلى قلة عدد المقدمين الأكفاء
- 5- عدد سنوات الخبرة بالنسبة للعاملين في التلفزيون تتناسب طردياً مع توفر فرص التدريب
- 6- الإخراج الفني لبرامج المنوعات في التلفزيون السوداني جيد وجاذب للمشاهدين

الدراسة الثالثة: بعنوان: دور الحاسوب في تطوير الإنتاج التلفزيوني دراسة وصفية تحليلية على تلفزيون السودان في الفترة (1996م-1999م) إعداد عفاف حسين حسن رسالة ماجستير من جامعة امدرمان الإسلامية كلية الإعلام. أتتبت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتتمثل أهميتها في الآتي:

- 1- تأتي أهمية البحث كونه يركز على تقنية حديثة تم استخدامها في مجال الإنتاج التلفزيوني بعد تقنيات كلاسيكية استخدمت لعشرات السنين

- 2- التعرف على الأساليب المختلفة المتبعة في تطوير الحاسوب للإنتاج التلفزيوني

3-تسليط الضوء علي طبيعة وسائل الإعلام من تقليدية ذات إتجاه واحد إلى وسائل جديدة تفاعلية وشبكات ذات خدمات متعددة

4-الحاسوب ركيزة أساسية لتقنية الإنتاج التلفزيوني

5-إثراء الإنتاج التلفزيوني بمزيد من التقنيات والبحوث والدراسات العلمية .

وأهم نتائج الدراسة وتوصياتها:

1-يعتبر الحاسوب من المرتكزات التي يعتمد عليها التلفزيون لتطوير إنتاجه.

2-الحاسوب والإنتاج التلفزيوني يسيران جنباً إلى جنب في عالم المعلومات.

3-قلة الكوادر المتخصصة في مجال الجرافيك .

4-هناك تطور للبرامج المنتجة في التلفزيون في ظل وجود الحاسوب ولكن هذا التطور لا يرقى إلى مستوى المنافسة العالمية

5-توظيف الحاسوب في الإنتاج التلفزيوني يعني امتلاك التكنولوجيا ، وله أهمية خاصة لاستقطاب الجماهير محليا وعالميا "

6-الحاسوب يحتاج إلى مزيد من التوظيف في تقانة وجودة الصورة في تلفزيون السودان

7-النظم الإدارية بالتلفزيون لا تواكب التطور السريع لتقنيات الحاسوب بالدرجة المطلوبة.

الدراسة الرابعة:بعنوان: تكنولوجيا الصورة وتأثيرها في البرنامج التلفزيوني :دراسة تطبيقية علي البرامج التعليمية بالتلفزيون السوداني ، إعداد بدر الدين أحمد إبراهيم ،رسالة ماجستير غير منشورة من جامعة أمدرمان الإسلامية، أتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى العديد من النتائج والتوصيات أهمها:

1- ندرة الكفاءة القديمة الخبرة في مجالات الإنتاج الفني يؤدي إلى انقطاع التواصل وعدم الاستفادة من الخبرات.

2- التركيز على قطاع الشباب في الوسط الإنتاجي يعني ضمان المستقبل إذا أحسن الاختيار والتوظيف والتدريب.

3- قلة الكفاءات الحاملة للدرجات العليا في مجال العمل التلفزيوني التخصصي.

4- عدم استفادة التلفزيون من التقنية الحديثة في إنتاج برامجه بالطريقة المثلى.

الدراسة الخامسة: بعنوان: دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية، بالتطبيق على استخدام التقنية الرقمية في التلفزيون السوداني ،رسالة دكتوراه من إعداد ياسر يوسف عوض الكريم من جامعة امدرمان الإسلامية 2007م. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهدفت إلى معرفة نوع التقنية المستخدمة في التلفزيون.

ومن أهم نتائجها وتوصياتها:

استخدام التقنية الرقمية في المجال التلفزيوني بالإضافة لتقنيات الاتصال الأخرى كالأقمار الصناعية والألياف الضوئية والحاسوب ساهم في زيادة فاعلية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ،ووفر ميزات جديدة كزيادة عنصر التفاعل مع الجمهور وظهور التخصص في القنوات التلفزيونية ،والانتشار الواسع للبحث وزيادة الإنتاج التلفزيوني للبرامج المختلفة كما قللت هذه التقنيات من الجهد والتكلفة والزمن المستهلك في انجاز الأعمال والمراحل المرتبطة بالإنتاج وزادة من جودتها.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

اهتمت الدراسة الحالية بالإعلام الرقمي الذي كان محور معظم الدراسات السابقة، وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، هو بيان انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، حيث تتميز هذه الدراسة بأنها أول دراسة من نوعها تبين انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات.

تقسيم البحث:

تم تقسيم البحث إلى أربعة فصول كالآتي:

الفصل الأول تناول الإطار العام والدراسات السابقة، ويشمل المقدمة، مشكلة البحث، أهميته، أهدافه، تساؤلاته، منهجه، مجتمعه، أدوات جمع المعلومات والدراسات السابقة. بينما اهتم الفصل الثاني بالإعلام الرقمي في ثلاثة مباحث، تطرق المبحث الأول لمفهوم الإعلام الرقمي، والمبحث الثاني لأنواع الإعلام الرقمي والمبحث الثالث لوسائل الإعلام الرقمي. أما الفصل الثاني فقد جاء بعنوان: الحضارات والتعارف بينها في ثلاثة مباحث: المبحث الأول تناول مفهوم الحضارة، والمبحث الثاني اهتم بصدام الحضارات والحوار بينها، والمبحث الثالث والأخير خصص للتعارف بين الحضارات. أما الفصل الرابع والذي اهتم بالجانب الميداني من الدراسة (الطريقة والإجراءات) فقد شمل الآتي: مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها، وأداة الدراسة وأسلوب تطبيق أداة الدراسة الميدانية النهائية والأساليب الإحصائية. ثم ختم الفصل بعرض نتائج الجانب الميداني للدراسة وشملت عرض نتائج ثماني محاور وهي: الإعلام الرقمي، التعارف بين الحضارات، مرتكزات التعارف بين الحضارات، العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات، انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، تحديات التعارف بين الحضارات، مستقبل انعكاس الإعلام الرقمي على

التعارف بين الحضارات، مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطور الإعلام الرقمي. ثم ختم البحث بأهم النتائج والتوصيات وقائمة المصادر والمراجع والملاحق.

الفصل الثاني

الإعلام الرقمي

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرقمي

المبحث الثاني: أنواع الإعلام الرقمي

المبحث الثالث: وسائل الإعلام الرقمي

الفصل الثاني

الإعلام الرقمي

تمهيد:

عرفت المجتمعات الإنسانية الإعلام وممارسته منذ أن كانت تعيش في قبائل بدائية تسكن الكهوف، فليس الإعلام وليد الساعة، فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه. فقد اخترع الإنسان الكتابة منذ آلاف السنين، فكانت بمثابة نقطة تحول في تاريخ البشرية، وبات ما قبل ذلك يعرف "بقبل التاريخ" وعرف العرب الإعلام قبل القرن العاشر الميلادي، وحتى منذ عصور ما قبل الإسلام وكانت وسائلهم في ذلك الخطابة والشعر الذين كانا ينتقلان مشافهة. وفي القرن العاشر بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة العالم الألماني (جوتنبرج) حيث كان المجتمع في تلك الفترة متهيئاً ومستعداً لتطويع ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار، وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعداً تماماً لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري. ففي هذا العصر يمكن أن يقال أن نظرية الاتصال أو التواصل توفرت معطيات وإمكاناتها ووسائلها، حيث توفرت المتركزات الأساسية لبداية انتشار وسائل الاتصال الجماهيري التي تتسم بالعمومية لتكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.

إن ميدان الإعلام بشكل عام وجد اهتمام كبير من حيث الدراسة والتحليل. ونتيجة لهذا الاهتمام بالوسائل الإعلامية على اعتبار أنها القنوات الأساسية لانتقال الأخبار والمعلومات والأفكار، فقد اكتسبت بحوثه المتعلقة بالاتصال الجمعي بناءً محدداً غالباً ما يعبر عنه بالصياغة المشهورة التي

صاغها "هارولد لازويل" (Harold Dwight Lasswell) وتقول: (من يقول ماذا لمن وبأي وسيلة وبأي تأثير؟) (عودة، 1996م: 13). وبهذا ندرك أهمية معرفة العناصر الثلاثة الرئيسية للبث الإعلامي المتمثلة بالمرسل، والرسالة والمستقبل.

يعرف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بأنها الوسائل التي بها تتم عملية الاتصال بال جماهير بحيث تتميز هذه الوسائل بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ومع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك لم تكن موجودة لدى الجمهور المستهدف ومن هذه الوسائل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت وغيرها كثير (أبو أصعب، 1999م: 27).

العالم الآن في معظم بقاعه، يعيش في عصر المعلومات والانفتاح على الآخر في كل مكان، ومع انتشار وسائل البث الإعلامية وتنوعها، بل وسهولة ورخص الحصول عليها، صار بالإمكان الوصول إلى أعداد أكبر من الناس، خاصة من خلال الانترنت والقنوات الفضائية. خصوصاً الانترنت التي شاع استخدامه بصورة واسعة منذ بداية التسعينات من القرن الماضي، وبلغ مثال لهذا الانفتاح ما قاله الأمريكي جون بيري بارلو في قوله "تخيل اكتشاف قارة شاسعة لدرجة أن أبعادها ربما تكون بلا نهاية، تخيل عالماً جديداً لديه من الموارد أكثر مما يمكننا استهلاكه، وفرص أكثر مما يمكننا استغلالها، ونوعية فريدة من العقارات التي تتسع وتزيد كلما تملكناها، وتخيل مكاناً لا توجد فيه آثاراً للمعتدين؛ مكاناً تسرق فيه البضائع مرات لا نهائية مع بقائها في حوزة مالكيها الأصلي، تخيل مكاناً

توجد فيه أعمالاً لم تسمع عنها أبداً، مكاناً يشعر فيه الأطفال بأنهم في بيوتهم، مكاناً ترتبط فيه الفيزياء بالفكر أكثر من ارتباطها بالأشياء" (سميث وو، 2009: ص18).

من خلال هذه التمهيد لموضوع الإعلام الرقمي الذي يعد أحد عناصر الإعلام الجديد وشقه الأول بجانب الإعلام التفاعلي، نحاول في هذا الفصل أن نبين ونوضح ماهية الإعلام الرقمي، وقد تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول مفهوم الإعلام الرقمي. والمبحث الثاني، أنواع الإعلام الرقمي، ويأتي المبحث الثالث والأخير للتعريف بوسائل الإعلام الرقمي.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرقمي:

إن ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، حيث أن هذه الثورة المعلوماتية أحدثت تغيرات كبرى في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها، ونشرها والتشارك في مضامينها. وقد أدى هذا التطور الكبير إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين، يمثل أقدمهما الإعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، وأحدثهما الإعلام الجديد الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الانترنت والهاتف الجوال، إلا أن الفصل بين هذين المجالين في حكم الواقع الإعلامي أصبح من الصعوبة بمكان، حيث يعتمد الإعلام التقليدي على الإعلام الجديدة بصورة أساسية، وأصبح يصعب تصنيف المؤسسات الإعلامية الحالية بأنها مؤسسات تقليدية (العيساني، 2013: 65). فبرؤية مباشرة لوسائل الإعلام المصنفة بأنها - تقليدية - نجدها قد تفاعلت مع التقنيات الحديثة، حيث أصبحت تعتمد في كافة عملياتها الإنتاجية للرسالة الإعلامية على الوسائل التكنولوجية، كما أنها استفادت بصورة كبيرة من وسائل التواصل الاجتماعي في بث رسائلها الإعلامية.

كما أن اهتمام الإنسان بتطوير وسائل الإعلام ليكشف عن غريزة فطرية لديه، فعلى مر القرون الماضية من التاريخ الإنساني، لم تتوقف محاولات الإنسان لتطوير الأدوات التي يستخدمها للتعبير عن آرائه وأفكاره وإعلام المحيطين به، فالمتابع لتطور الأدوات والوسائط التي استخدمها الإنسان في الإعلام والتواصل، يكتشف بوضوح قوة تلك الغريزة الفطرية التي مكنت الإنسان من تطوير أدواته الإعلامية بشكل لافت للنظر منذ أن نقش الإنسان الأول على جدران الكهوف مروراً باستخدام المصريين القدماء للغة الهيروغليفية المصورة واستخدام ورق البردي (العيساني، مرجع سابق، 65).

وحتى ذلك التاريخ كان النص والصورة الثابتة المحفورة والمرسومة، وكذلك كان الصوت البشري هي عناصر ومكونات المشهد الإعلامي والاتصالي في تلك الحقبة، وظلت كذلك ولم تتغير حتى بزوغ عصر الآلة والطباعة، ثم الكمبيوتر والهاتف والانترنت، وعند كل اكتشاف كان الإنسان على عهد جديد بإعلام جديد (العيساني، مرجع سابق، 66). وهذا ما يجعل الباحث يؤكد أن مفهوم الإعلام الجديد هو حقيقة تطورية تاريخية، إلا أن التسمية التي أطلقت على الإعلام الجديد الحالي، تعزى للتطورات التقنية والاتصالية الكبيرة التي حدثت في سنوات قليلة مقارنة بالتطور الذي حدث للوسائل السابقة التي احتاجت إلى عشرات ومئات وآلاف السنين، مما أدى إلى طفرة ونقلة نوعية كبيرة في كافة وسائل الحياة بصورة عامة، وطبيعة وعمل الإعلام بصورة خاصة، بما يمكن أن يسمى بـ"الثورة الإعلامية".

الإعلام في اللغة يشير إلى الأخبار ويقال أخبر فلاناً الخبر أي أخبر به، والإعلام هو التبليغ والإبلاغ بالمعلومات والأخبار، لذا فيمكن أن يصطلح للإعلام الرقمي بأنه هو الإعلام الذي يعتمد

على استخدام الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، ويتميز بارتباطه بشبكة الانترنت والحاسب الآلي والأجهزة النقالة، ودمج وسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الميزة الرقمية والتفاعلية (المحارب، 2011: 28).

وبرغم تعدد المصطلحات والتعريفات التي حاولت أن تصف ظاهرة استخدام الانترنت كوسيلة وأداة إعلامية، إلا أن هناك شبه اتفاق على تميز الإعلام الرقمي بخصائص حديثة ومختلفة تميزه عن الوسائل التقليدية المكتوبة والمقروءة والمرئية، وهو يختلف أيضاً في تحرره من قيود احتكار الجهات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة وحدها لنشر الأخبار والمعلومات، وهذا لا يعني أن الإعلام الرقمي يتطور بمعزل عن الإعلام في شكله التقليدي لكنه يمثل في نفس الوقت مرحلة تطور في مجال الإعلام عموماً.

لذا فإن تبني مصطلح الإعلام الرقمي في دراسات الإعلام ينبغي على اعتبار أنه مفهوم أعم وأشمل وأدق - ويرى فالباحث يرى أنه مفهوم متبنى أكاديمياً للتعبير عن التغيرات التي حدثت في طبيعة الإعلام في عصر التطورات التقنية وظهور الانترنت - وذلك فالمقصود به كل الوسائل الرقمية التي ظهرت أو سوف تظهر فهي جميعها تشترك في سمة واحدة أنها وسائل ترتبط بشبكة الانترنت، أي أنها تشمل كل أشكال الاتصال والإعلام التي تتم عبر الكمبيوتر وشبكة الانترنت، وبذلك يمكن تجنب الخلط المفاهيمي حول ظاهرة الاتصال والإعلام عبر الانترنت.

تعريف الإعلام الرقمي:

أولاً : إعلام رقمي أم إعلام جديد أم بديل:

أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وعكس هذا المصطلح في بداية التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. وبالتالي هو مصطلح يأخذ كل التطورات القديمة والجديدة في المجال الإعلامي في الحسبان (حسونه، 2009: 23).

يقف هذا المصطلح أمام رؤيتين، الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثاني هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي. وقد حصر (نيكولاس نيغروبونتي) مؤسس معمل الإعلام الجديد في (ماساتسوستس) الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية وهو ما أيده (فين كروسبي) بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصالين الشخصي والجماعي، ويتجاوز سلبياتهما.

إن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبيث الجديدة التقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.

وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، كل واحدة، على أرضية جديدة لهذا الإعلام. لذا تعددت التعريفات بتعدد مفهوم هذا الإعلام، وصعوبة حصره في مسمى يحويه ك مفهوم. فهو الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل

التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، لو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. وهو أيضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات. كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيرونية Cyber Media من تعبير الفضاء السيبروني Cyber Space الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام جيبسون في روايته التي أصدرها عام 1984 باسم Neuromancer.

كما يطلق على الإعلام الجديد أيضاً صفة إعلام المعلومات Info Media للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال - وهو ما أصبح يطلق عليه في مجال الإعلام بالتزاوج بين تكنولوجيا الإعلام ومتطلبات العصر، الذي يمثله الإعلام الجديد المتولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر. وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها (صادق، ب.ت: 13).

كذلك، يطلق عليه إعلام الوسائط التشغيلية Hypermedia لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة Hyperlinks وهنا نحن معنيون بمميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات Link لما ينشر لو يبق داخلها. كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام المستحدث، إعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو (صادق، مرجع سابق، 14).

نخلص من ذلك أن تعدد تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف المجالات، الذي أطلقوا عليها: "الإعلام الجديد"، "الإعلام البديل"، "الإعلام الاجتماعي"، "الإعلام التفاعلي"، وغيرها من التعبيرات والتي تعبر عن ظاهرة حديثة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال الرقمية (Davis, 1998: 9).

يرى الباحث أن ما أصبح يصطلح عليه بالوثائق الرقمية، التي أصبحت أكثر انتشاراً من الوثائق التقليدية، والتي أدت إلى تغيير العديد من المصطلحات من مسماها التقليدي إلى مسمى رقمي مثل الأرشفة الإلكترونية، والكتب الإلكترونية، والصحف الإلكترونية، وغيرها، هو دمج لكافة وسائل الإعلام التقليدية في صورة رقمية، وهو ما أدى إلى إيجاد مزيد من الغموض في تعريف الإعلام الرقمي، حيث أن التفاعل والتزاوج والاندماج بين كافة الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة أو الحديثة أصبح واقعاً، في كافة الأنشطة الإعلامية والتعليمية.

والواقع أن الكثير من هذه المصطلحات تثير خطأً مفاهيمياً، وخاصة مصطلح الإعلام الجديد الذي يصف ظاهرة حديثة تطورت كوسيلة إعلامية جديدة حتى هذه اللحظة، وخاصة إذا كنا نقصد به الوسائل الرقمية فقط، التي قد تصبح وسيلة تقليدية مع أول اكتشاف أو تطور جديد في عالم الكمبيوتر والانترنت في المستقبل، بل أن الكثير من المحللين يطلقون مصطلح الإعلام الجديد على كل التطورات التكنولوجية التي عرفه الإنسان بداية من اختراع التلغراف وصولاً إلى الكمبيوتر، لذلك يجب أن نعترف أن مصطلح الإعلام الجديد برغم أنه يشير إلى الخصائص الجديدة ووسائل الاتصال والتواصل الحديثة إلا أنه يثير خلطاً مفاهيمياً وذلك لعدة أسباب، أهمها (Davies, Oc.pit, 10):

(أ) لا يزال هذا النوع من الإعلام في مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل ولم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي لا تزال في مرحلة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي.

(ب) إذا ما أردنا وضع ثوابت لتعريف المفهوم بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد سوف تكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة.

لذا اعتمدت الدراسة الحالية على مفهوم الإعلام الرقمي بدلاً من مفهوم الإعلام الجديد لإمكانية تحديد مفهوم الإعلام الرقمي مقارنة بالإعلام الجديد، حيث أن الرقمية هو تغير في وسائل الاتصال والإعلام يمكن تحديد كنهه وكيفته.

ومن مراجعة التعريفات التي حددها العلماء لتحديد مصطلح الإعلام الجديد نتوصل إلى هذه الحقيقة، حيث أن الإعلام الجديد يعرف بأنه مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية والطباعة والتصوير الفوتوغرافي، وهو بذلك لا يقصد به الإعلام الرقمي الذي يعتمد فقط على وسيلة الانترنت، بينما يعود الباحثان غنتلمان وبينغري (Gitelma and Pingree) بتاريخ الإعلام الجديد إلى ظهور التلغراف في عام 1740م، ولا يختلف عنهما ريتشارد ديفيس (Richard Davis) الذي يرى أن الإعلام الجديد بدأ مع انتشار برامج الحوار التلفزيوني التي أحدثت طفرة كبيرة في الإعلام المرئي والتلفزيوني.

بينما نجد أن مصطلح الإعلام البديل هو مصطلح غير دقيق لأنه يحاول أن يبرز سمة الاستقلالية في الإعلام الرقمي عن أغراض التمويل الحكومي والتجاري ومعارضة الخطاب الإعلامي السائد، ولكن هذه الرؤية قد تصدق محلياً على المدونات والمنتديات، وهذا المعنى لا يستقيم بالنسبة للمواقع الإخبارية الإلكترونية والخدمات الإخبارية عبر النقال، لأنها ممولة من الحكومة أو من القطاع

الخاص، هو إذاً مصطلح مغالى فيه ويبعد عن الواقع لأن تطور الإعلام الرقمي عبر شبكة الانترنت لا يعني أنه أصبح بديلاً للإعلام التقليدي، لأن من مزايا دمج وسائل الإعلام التقليدي وتطوير المحتوى الإعلامي وعملية الاتصال (المحارب، مرجع سابق، 28).

يرى الباحث أن كل هذه مصطلح الإعلام البديل هو أحد صفات الإعلام الإلكتروني، أي أن العمليات الإلكترونية أصبحت بديلاً للعمليات اليدوية في المجال الإعلامي، فالإعلام الإلكتروني هو عملية لتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة.

نخلص من كل ذلك بأنه، على الرغم من الاختلاف حول مصطلح الإعلام الرقمي يتفق جل المحللين على أننا بصدد ظاهرة إعلامية حديثة نسبياً تشمل كل أشكال التفاعل عبر الانترنت تسمح بنشر المحتوى المقدم من المستخدمين (النص والصوت والفيديو والصورة والملفات) عبر مواقع الانترنت بمختلف أنواعها بما فيها التفاعلية.

وفيما يلي سيحاول الباحث عرض مختلف التعريفات المنهجية التي وضعها الباحثون والمهتمون والمكتوب بمصطلح الإعلام الرقمي، ومحاولة تمييز أبعادها وبيان اختلافاتها، والخروج بتعريف يراه يتناسب وموضوع الدراسة.

ثانياً: التعريف الاصطلاحي للإعلام الرقمي:

إن أبسط تمايز للإعلام الرقمي هو قراءته كمقابل للإعلام التقليدي حيث هناك نظامان في العالم هما النظام المتشابه والنظام الخطي. والنشاط المتشابه هو ذلك النظام الذي نعرفه مثل أنظمة التلفاز القديمة وأنظمة الطباعة القديمة كلها تسم أنظمة متشابهة. أما النظام الخطي هو الأقرب إلى

النظام الرقمي. والإعلام الرقمي بهذا المفهوم هو نقل الصوت والصورة والحرف رقمياً أو إلكترونياً بدلاً من الطباعة بالحبر أو الصورة بما يسمى بالنظام المتشابه التقليدي. والنظام الرقمي هو النظام الذي بدأ يشق طريقه في العالم، ليصبح المعيار في تطور وسائل وأدوات الإعلام والاتصالات الحالية. وهو نتاج لتجربة الإنسان الطويلة مع العمل الإعلامي وحصوله على تجربة ضخمة مكنته من نقل الحقيقة (الخريجي، 2009: 7). حيث بدأ الإنسان في التركيز أكثر على الحصول على المعلومة من خلال الانترنت، بسبب التغييرات التي حدثت في المجتمع وارتباط كثير بالشبكة العنكبوتية، الأمر الذي فتح آفاقاً كبيرة لانتشار الأخبار سواء محلية أو عالمية عبر المواقع الإلكترونية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا التصنيف هو تصنيف مقبول مبدئياً حيث يفرق بين النظم التقليدية والنظم الرقمية، ولكنه لا يستوفي كافة جوانبه. لذا يمكن القول أنه أبسط تفريق يمكن الاعتماد عليه مفاهيمياً.

يعرف الإعلام الرقمي بأنه هو "استخدام تقنية الانترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالانترنت بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي".

تعرفه سميرة شيخاني بأنه "بأنه إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات، وظاهرة الاتصالات، وهو الإعلام الذي يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليم وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصة وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليم لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة (شيخاني، 2010: 8).

ركزت شيخاني على التعريف بالإعلام الرقمي وفقاً للظواهر التي أدت إلى بروزه المتمثلة في

تفجر المعلومات عن طريق تطور وسائل الاتصالات، كما بينت دور العمليات التقنية المتمثلة في الأجهزة الحاسوبية وأجهزة الاتصالات في صناع هذه الظاهرة، وبذلك نجد أن تعريفها اتسم ببعد تقني محض، أغفل الجوانب الإعلامية والإنسانية بصورة واضحة.

كما يعرف بأنه "وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر، وتستلزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية (كاتب، 2002: 189).

ونلاحظ أن هذا التعريف أضاف بعدين جديدين للإعلام الرقمي ويتمثل في أن التفاعلية هي الصفة التي تبين الفرق البين بين الإعلام الجديد (الرقمي) والإعلام التقليدي، وكذلك حدد هذا التعريف أن وسائط الإعلام التقليدية تعتبر جزء من منظومة الإعلام الرقمي.

وهناك تعريف آخر يعتمد على يؤكد صفة التفاعلية وتميزه عن الإعلام التقليدي، مع إضافة أقسامه حيث يعرف المجمع الإعلام الرقمي على أنه "هو كل أنواع الإعلام الذي يقدم في شكل تفاعلي. ويتميز عن الإعلام التقليدي بحالتين، هما الكيفية التي يتم بها بث المادة الإعلامي، والكيفية التي يتم بها الوصول إليها، وينقسم إلى أربعة أقسام بحسب ما يقوم عليه؛ القسم الأول يقوم على شبكة الانترنت، والثاني على الحاسب الآلي، والثالث على الأجهزة النقلة، والرابع على وسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الرقمية والتفاعلية إليها" (كاتب: مرجع سابق، 187-188).

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" (High Tech Dictionary, Internet). وبحسب ليستر: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين

الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصور الفوتوغرافي والصوت والفيديو" (Lester Dictioary, Internet).

ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما (Computing Dictionary, Internet):

1/ إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنفالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت ولفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

2/ المفهوم يشير أيضاً إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

ويعرف قاموس الانترنت الموجز تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى "أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الانترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضاً لوصف نظم إعلامية تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، السينما" (New Media Condensed, Internet)

ويحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويبوديا فإن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: "العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. والتعبير

مرتبط أيضاً بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الرقمي نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغير المستمر الذي تتصف بها. التعبير يشير أيضاً إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض. وبينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى كثيرين، ومثال على ذلك التلفزيون والراديو أما في حالة الإعلام الجديد الرقمي وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالانترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الانترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال.

ويعرف جونز الإعلام الجديد بأنه "هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة.

ويتميز الإعلام الرقمي الجديد عن الإعلام التماثلي القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه (Jones, 2002: 98).

وتضع كلية شريديان التكنولوجية تعريفاً عملياً للإعلام الجديد بأنه "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. وهناك حالتين تميزا الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض، فضلاً عن استخداما الكمبيوتر كآلية رئيسية له

في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميزه وهي أهم سماته. على
كذلك، يمكن تقسيم الإعلام الرقمي إلى الأقسام الأربعة التالية:

أ. الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير
مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.

ب. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو
أيضاً ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة
ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

ج. نوع على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل
التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

د. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع أما شبيكاً أو بوسائل الحفظ
المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو
والكتب الإلكترونية وغيرها.

مما سبق تناوله من تعريفات للإعلام الرقمي يبدو من الصعوبة بمكان وضع تعريف شامل
عن الإعلام الرقمي، حيث أن هنالك تداخل كبير بينه وبين الإعلام الجديد رغم بيان الاختلاف بينهما
فيما سبق، وكذلك لأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل
والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما
يبدو اليوم جديداً أو قمة الرقمية فهي بالتأكيد سوف يكون قديماً عما قريب، وأدنى أنواع الرقمية
كوسائل للاتصال، وهذا ما يصعب وضع تعريف محدد للإعلام الرقمي.

ولكن جميع هذه التعريفات التي قام الباحث بإيرادها تتفق على أن الإعلام الرقمي هو إعلام متنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص وهما تأتيان كنتيجة لميزة التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الواحد والعشري، فالانترنت وهي واحدة من أدواته جعلت في مقدور أي اسنان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد.

لذا يحاول الباحث أن يعرف الإعلام الرقمي بأنه: هو الإعلام الذي سيطر على العالم في القرن الحادي والعشرين، ويعتمد على الكمبيوتر والانترنت في المقام الأول، وهو ما أصبحت لا تخلو منه أي مؤسسة إعلامية أو شخص إعلامي، بما يجعل معظم أفراد العالم إعلاميين لمساهمتهم في التفاعل الإخباري والإبلاغي المستمر.

خصائص الإعلام الرقمي:

نظراً لتطور المستحدثات الرقمية وإمكاناتها فإن نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من هذه الفروقات والتباينات، وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتسم بها كل أشكال الاتصال الرقمي ومستوياته. فلم تعد المرونة التي تميز الاتصال المواجهي قاصرة فقط على هذا النمط من الاتصال، ولم يعد الانتشار الذي يميز الاتصال الجماهيري قاصراً عليه وحده أيضاً، وإنما أصبحت حزمة الخصائص التي تميز النظم الرقمية واستخداماتها، تميز كل أشكال الاتصال القائمة على هذه

النظام. وهذه الخصائص لا تميز الإعلام الرقمي فقط إنما ثرت في بناء المفاهيم الخاصة به وعناصره (عبد الحميد، 2007: 30).

ويتصدر هذه الخصائص ما يلي:

أولاً : التفاعلية:

هذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال لمواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماماً. وتعني التفاعلية Interactivity انتهاء فكرة الاتصال الخطي Linear أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية.

وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها، ويترتب على ذلك ما يلي (عبد الحميد، مرجع سابق، 30-31):

1. لا يقف دور المستقبل أو المتلقي عند حدود التلقي والقيام بالعمليات المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيداً عن المرسل أو القائم بالاتصال، أو تكون قراراته في حدود القبول والاستمرار أو التوقف والعزوف عن العملية الاتصالية فقط. ولكن تحول المستقبل أو المتلقي إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة والمتعددة.

حيث أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تمنح المستخدم - وهو المتلقي في عملية الاتصال - تأثيراً يمتد إلى السيطرة على المخرجات، مادامت تتوفر في البرامج الطرق المتعددة للاقتراب من المعلومات أو المحتوى والتي أصبحت مطلباً في كل برامج الاتصال

الرقمي أو معظمها وتتميز هذه البرامج بالفاعلية، ويشير إليها بعض المؤلفين بتعدد نقاط التقاطع التي توفر للمتلقي الخيارات المتعددة القائمة على تصميم للبرامج يلبي حاجاته من عملية الاتصال.

2. لا تتوقف المشاركة فقط على الاختيار المطلق من بين المخرجات أو المحتوى النهائي في عملية الاتصال، بل تمتد إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه سواء كان هذا التأثير تزامنياً مع عرض البرامج أو المحتوى أو لا تزامنياً عند التعرض إلى البرامج طبقاً لخيارات زمن التعرض بالنسبة للمتلقي.

وذلك ما كان مفقوداً في الاتصال الجماهيري قبل استخدام بعض الوسائل التي أصبحت تستخدم معه لتضيف لمسة من التفاعلية في أثناء العرض. مثل استخدام الهاتف أو البريد الإلكتروني في البرامج الحوارية أو الشريط المكتوب أسفل شاشة العرض وغيرها. لتدعيم مشاركة المتلقي فيما يذاع أو يتم عرضه تزامنياً.

3. وأدى ذلك أيضاً إلى إمكانية تعدد المشاركين في عملية الاتصال من بعد - أكثر من مرسل وأكثر من متلقي - في إطار متزامن من خلال مؤتمرات الفيديو مع تبادل الأدوار خلال عملية الاتصال طبقاً لحركة الحوار واتجاهاتها (عبد الحميد، مرجع سابق، 31).

ولم تعد المؤتمرات من بعد أو مؤتمرات الفيديو التفاعلية قاصرة على المشاركين فيها فقط كما هو منوط باستخدامها في الاتصال المؤسسي أو الاتصال التنظيمي، ولكنها أصبحت وسيلة مضافة إلى الاتصال الجماهيري بوسائله المتعددة يشارك فيها المتلقي بالحوار من خلال وسائل الاتصال الأخرى كما شاهدنا تطبيقاتها أثناء الحرب على العراق في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية.

وترتب على خاصية التفاعلية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشط بناءً على اختياراته من بين وسائل الاتصال المتعددة أو عنيد بناءً على رفضه أو قبوله للمحتوى أو القائم بالاتصال. بل أصبح مشاركاً ومتفاعلاً في العملية الاتصالية الكلية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها. واتسع مفهوم ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال ليشمل المشاركة الإيجابية والنشطة في عمليات الاتصال لتلبية حاجاته الاجتماعية المتعددة، وليس مجرد توفير وسائل الاتصال وزيادة عدد المستفيدين منها في المجتمعات المختلفة.

ثانياً: التنوع:

مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي. أدى ذلك إلى التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال. وتمثل ذلك في الآتي (عبد الحميد، مرجع سابق، ص32):

1. تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التليفونية - مودم - في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي أو الكتابي أو البريد الإلكتروني أو توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش وكذلك الاتصال بالوصول إلى المواقع الخاصة بصحف الشبكات ومحطات التليفزيون والراديو المحلية والعالمية، والاختيار من بينها في المكان والزمان الذي يحدده بناءً على ظروفه الخاصة وحاجاته.

2. تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت، سواء في وظائف هذا المحتوى، أو مجالاته، أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة، أو الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصال من خلالها، ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة والوسائل الفائقة السابق الإشارة إليها.

وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية أو الوكيل الإعلامي الذي يقوم بناءً على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره، والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي احتياجاته المتعددة والمتجددة.

ثالثاً: التكامل:

تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكاله، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل. فالفرد يمكنه أثناء تعرضه لمواد إعلامية يمكن أن يختار من بينها ما يراه مطلوباً للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على الأقراص المدمجة أو إعادة إرسالها إلى آخرين بالبريد الإلكتروني، وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة (عبد الحميد، مرجع سابق، 33).

رابعاً: الفردية والتجزئ:

يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه، عندما توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرًا كبيراً من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم

الاستفادة من عملية الاتصال. وهو ما يعلي من شأن الفردية ويرفع قيمتها. حيث يتم التمييز بداية بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف عملية الاتصال، والتميز بالتالي في الكسب الفعلي لأطراف عملية الاتصال في أي من مستوياتها.

وبالإضافة إلى ذلك فإن نظم الاتصال الرقمية وبرامجها تؤكد بداية من خلال التصميم على سرية الاتصال وخصوصيته، وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات.

وهذه المقومات الثلاثة التي تتمثل في تأمين البيانات والمعلومات وسريتها، والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية. توفر معاً أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.

وإذا كان الفكر النقدي يشكو دائماً من غلبة الطابع الجماهيري على وسائل الاتصال بالجماهير والتأثير في محتواها، فإن الكثير من المواقع على الشبكة العالمية للمعلومات أصبحت تتيح المعلومات والآراء والأفكار المتعددة والمتنوعة وتتفق في كثير منها مع حاجات الأفراد الفكرية والعلمية التي قد تختلف مع الحاجات الجماهيرية. مثل نشر الدوريات والمقالات والبحوث العلمية، ونشر التعليقات والآراء والأفكار في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والفنية ذات المستوى الرفيع مع دعوة للمناقشة وتبادل الآراء حول هذا المحتوى الذي يخاطب الصفوة في كثير من الأحيان (عبد الحميد، مرجع سابق، 33-34).

ومن جانب آخر تعددت المواقع التي تقدم المعلومات والآراء والأفكار ذات الطابع الخاص وتتفق مع الحاجات التي تقدمها المواقع على الشبكة العالمية إلى الوصول إلى فئات فرعية وتحت

الفرعية من المتلقين بالمحتوى دقيق التنوع، مثل تعليم مهارات الرسم، أو التصوير أو التفصيل، أو التريكو أو المكتبات أو الموسيقى، أو العاديات والآثار. وغيرها من المواقع التي تقدم المعلومات ذات الطابع دقيق التخصص لتلبية حاجات الفئات ذات الاهتمام، والكثير من هذه المعلومات لا تتسع مساحات وسائل الإعلام لتقديمها حتى في الوسائل المتخصصة.

وأدى إلى تفتيت متعدد المستويات لجمهور المتلقين بحيث يصل جمهور المتلقين بعد هذا التفتيت إلى المفهوم الجمعي للمتلقين الذي يجتمعون حول اهتمامات معينة تتسم بالخصوصية الشديدة. بل وأكثر من ذلك الوصول إلى مستوى التفصيل وذلك نتيجة للتنوع الشديد وتعدد بدائل الاختيار وحرية المتلقي في الاختيار بما يتفق مع اهتمامه وتفضيله وخصائص المعرفية وحاجاته. ولذلك فإن الاتصال الرقمي كما يعلي من شأن الفردية والفردية في تلبية حاجاته والمحافظة على خصوصية الاتصال والتحكم - من خلال البروتوكولات المختلفة - فإنه على مستوى جمهور المتلقين يرفع من شأن الاهتمامات والتفضيلات الجمعية مهما كان حجم هذا الاهتمام والتفضيل. وهو ما يظهر في مواقع المنتديات أو مواقع المدونات التي يجتمع حول موضوعاتها أصحاب الاختصاص أو الاهتمام بالموضوعات (عبد الحميد، مرجع سابق، 34).

خامساً: تجاوز الحدود الثقافية:

يطلق على الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطورها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الانترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبقة نتيجة توفير إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود

الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التليفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست، على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.

وإذا كانت مفاهيم السينما العالمية، والصحف الدولية، وتوظيف الأقمار الصناعية في انتشار القنوات الفضائية قد سادت لفترات طويلة حتى بداية الألفية الثالثة، فإن شبكة الانترنت تعمل الآن كوسيط بين هذه الوسائل في مختلف الشعوب فتسهم في تجاوز الحدود والحواجز الثقافية بين هذه الشعوب (عبد الحميد، مرجع سابق، ص35).

وبانتشار الحواسيب (الكمبيوتر) والأجهزة الرقمية وانتشار استخدامها على مستوى العالم وتزايدها بطريقة أسية كل عام فإن هذا يعني تدعيماً للحوار بين النظم والثقافات الاجتماعية، وتدعيماً لحرية الأفراد والشعوب في الاتصال والإعلام والحرص على تأكيد القيم الاجتماعية السائدة في مواجهة الثقافات الوافدة عبر الشبكات الاتصالية بمستوياتها المختلفة.

ولعل حرص الشعوب والثقافات على إنشاء الطرق السريعة للمعلومات يعبر عن إدراكها لأهمية الاتصال الثقافي من خلال الشبكات وتدعيم الوظائف العديدة التي أصبحت تؤديها على المستوى العالمي، ومنها وظيفة التسويق حيث أصبحت مفاهيم الاقتصاد الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، مفاهيم سائدة في عالم الاتصال الثقافي والاستفادة من الشبكات وتقنياتها بين الدول والشعوب المختلفة.

سادساً: تجاوز وحدة المكان والزمان:

كما قدمنا في تعريف الاتصال الرقمي أنه اتصال من بعد وبالتالي لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد كما هو في الاتصال المواجهي والذي كان شرطاً لتوفير عنصر المرونة والتفاعلية في الاتصال، ويفقدها بالتالي في الاتصال الجماهيري الذي كان يفتقد إلى المرونة ويصعب معرفة رجع الصدى أو التغذية العكسية من لمتلقي نظراً لأن الاتصال يتم من بعد ويصعب اللقاء بين القائم بالاتصال والمتلقي.

أما في الاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة فإنه لا يحتاج إلى تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد - ويتوفر مع ذلك عنصر المرونة والتفاعلية - حيث توفر أجهزة الترميز والشبكات الاتصال من بعد. بل تطور الأجهزة الرقمية إلى أجهزة محمولة، سهلة النقل من مكان إلى آخر مثل الحواسيب، والهواتف، وغيرها وفرت إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات أو تحركت المسافات بين أطراف عملية الاتصال، ما دامت هذه الأجهزة سهل النقل والحركة من مكان لآخر ويتوفر لها إمكانيات الاتصال بالشبكات الرقمية التي تربط بينهما في الاتصال. ولعلنا نلاحظ الآن التوسع في الخدمات الإعلامية باستخدام أجهزة التليفون المحمول مثل موقع الجزيرة الذي يقدم للمشتركين الخدمة الإخبارية من بعد من خلال هذه الأجهزة (عبد الحميد، مرجع سابق، 36-37).

ومن جانب آخر فإن التزامن الذي كان يعتبر شرطاً للاتصال المواجهي أيضاً وكذلك مع أجهزة وسائل الإعلام وقت البث والإذاعة، لم يعد ضرورياً لإمكانيات الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال والتخزين أو التحميل على الأجهزة أو الأسطوانات وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المتاح للمتلقي. وساعد على ذلك تطور أجهزة الحاسب الخادم في نظم الشبكات، الذي يقوم بمهام

الاستقبال والتخزين لحساب الطرف الآخر في الاتصال، ثم إعادة الإرسال مرة أخرى في الوقت الذي يراه الطرف المتلقي بفارق زمني بين عملية الإرسال والاستقبال.

وكذلك وسائل الإعلام التي تقوم بالبث، وتحميل المواد الإعلامية على الخوادم المتربطة بالمواقع الخاصة بها في نفس الوقت ليقوم باستدعائها المتلقي في الوقت الذي يناسبه.

وطبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني، أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة. أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآلي بالمجموعات والمؤتمرات، فإن التزامن يعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وإن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

سابعاً: الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي.

كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائط الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية. ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة

أو الاستماع، خصوصاً بعد أن أصبحت شبكة الانترنت مصدراً مضافاً لعرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة.

العلاقة بين الإعلام الرقمي والتقليدي:

بعض أن عرض الباحث لخصائص الإعلام والاتصال الرقمي، سيحاول إبراز العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي وتأثير كل منهما على الآخر فيما يلي.

الإعلام الرقمي ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي، إذ أسهم كونه قائماً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغيير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حول ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقارنته لاهوم الناس وتطلعاتهم.

انتشار المضمون المختصر من خلال "التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب". لكون أن القائمون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية لجأوا في دخول سباق الإعلام الرقمي من حيث متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظراً لتغير طبيعة الجمهور (زومان، 2012: انترنت).

وفي المجلد فقد أسهم الإعلام الرقمي في صنع الكثير من التغيرات في الإعلام التقليدي التي كانت نتاجاً وإفرازاً للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية، ومنها على سبيل المثال: نفتت الجماهير بين الوسائل، فتنامى المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف

الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي من جهة أخرى، وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته، الأمر الذي دعا كثير من المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بما يسمى (الدورة الكاملة) بحيث تقوم المؤسسة الإعلامية على الانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور فصارت الصحيفة الورقية - مثلاً - توجد ورقياً وإلكترونياً بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة، من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضاً عن طريق رسائل الجوال وما إل ذلك، وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي - جمهور المستخدمين - عبر إدراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم (زومان، مرجع سابق، انترنت).

بشكل عام، إضافة إلى حالة الاندماج بين التقليدي والجديد التي حافظت على جزء كبير من جمهور الوسائل التقليدية إلا أنه قد تشهد بعض الوسائل التقليدية تراجعاً في أعداد المستخدمين لموادها بطريقة تقليدية (ورقياً/ عن طريق التلفزيون)، نظراً للإقبال على الوسائط الإلكترونية، إلا أن التراجع لن يلغي أهمية ورصانة الوسائل الإعلامية التقليدية المتخصصة، فالواقع يشهد أن كثيراً من المستخدمين لا يزالون يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر أساسي لنيل المعلومات، فهم لا يطمنون إلا بمتابعة الأخبار من الجهات الإعلامية التقليدية، وقد جاءت الدراسة الحديثة التي قام بها مركز بيو للأبحاث متوافقة مع هذا الرأي إذ لم يتجاوز عدد من يحصلون على الأخبار من الشبكات الاجتماعية 9% فقط من أصل ثلاثة آلاف مستخدم للانترنت شملتهم الدراسة.

إن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميهِ، وتخطي حدود الدول، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى، وحرية تداول المعلومات، وتوسيع دائرة التنافس العالمي.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.

ويواجه الإعلام الرقمي بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر (محمود، 2011: 66-67):

- صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة وصدقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى تعزيز التواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تقنين دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.

- ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة.
- صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوى في الإعلام الإلكتروني.
- يرى أحمد عاشور أنه لربما يكون مخطئ اليوم كل من يظن بإمكانية التفريق التام بين الإعلام التقليدي كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة والإعلام الرقمي المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية. ومن أبرز النقاط التي يتداخل ويختلف فيها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي الآتي (عاشور، انترنت):
- الإعلام الرقمي هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، ولتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.
- أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الرقمي، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
- ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدموا وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
- يشهد الإعلام الجديد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواد الإخبارية.

- يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.

- يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظ به الإعلام الجديد من طرف الإعلام الرقمي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

- ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الانترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلان الجديد.

- يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق، ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

ومن هذا المنطلق يرى أن التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي تنحصر في بعض النقاط المهمة الآتية (عاشور، مصدر سابق، انترنت):

1. إن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينيات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، ي واس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشاراً.

2. العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات.
3. تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الانترنت والأسر انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.
4. أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتلفزيون والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.
5. يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الآخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الفردية.
6. الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيمياً وضبطاً بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.
7. عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول لمعلومات، وهو ما أحدث

فرقاً شاسعاً، في إعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.

8. هياً الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.

9. مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن إغفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.

10. في عالمنا العربي ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، فإن الرقابة دائماً ما تكون سبباً مقنعاً لتناقص الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.

11. أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحياناً يكون سلبي، ولكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.

12. تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدية.

تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتحولت الكبرى:

أحدثت دخول التكنولوجيا الحديثة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية تحولت كبرى في أسلوب عملها يكاد يصل درجة الانقلاب الجذري، هذه التحولات طالت جميع وسائل الإعلام المطبوعة منها

والمسموعة والمرئية.

أولاً : تحولات الصحافة المطبوعة:

شهدت التسعينات المزيد من تحول الصحف (جرائد ومجلات) إلى الآلية الكاملة في عمليات الإنتاج من خلال إدخال الحواسيب والاتصالات السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج بدءاً من توصيل المواد الصحفية إلى مقر الصحيفة بالاستعانة بأجهزة الفاكس ميل الحواسيب، وفي عمليات المعالجة والإنتاج الطباعي وتحرير النصوص والصور على شاشات الحواسيب وانتهاءً بعمليات الإخراج الكامل والتجهيز للصفحات على الشاشا، ومنها إلى المجهز الآلي للصفحات أو الطابعة الفيملية حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسوب إلى السطح الطابع مباشرة، وهناك توظيف كبير للتكنولوجيا الرقمية في النقاط الصور الفوتوغرافية وفي معالجتها فنياً إلى جانب المواد المصورة الأخرى. كما تطورت أساليب توثيق المعلومات الصحفية بحيث اختفى الأرشيف التقليدي حتى المصغرات الفيملية بشكلها التقليدي لحيل محلها الأرشيف الإلكتروني الذي تجهز محتوياته وتنسق خلال عملية صف الجريدة، كما يستعان الآن بأقراص الليزر المدمجة في تخزين وإعداد الصحيفة السابقة، وربطت مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والعالمية وشبكاتها، وظهرت أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه من خلال تحسين أسلوب الإرسال وتسريعه وذلك لإصدار الطبعات الدولية والإقليمية والمحلية من الصحف.

ولعل من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة إمكان الاستفادة من الطريق السريع للمعلومات حيث تعرض بواسطته اليوم لقراءها "نشرات إلكترونية" على شبكة الانترنت. هذا التحول يشكل تطوراً تقنياً كبيراً لأن تقنيات "الوسائط المتعددة" تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات والصور

والبيانات المكملة للنص. كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال متميزة لصحيفته بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة بواسطة "الكلمات المفتاحية"، ويمكن للقارئ أيضاً أن يصل بحسب اهتماماته إلى مصادر معلومات تكمل قراءاته، أو يستطيع أن يتصل مباشرة بكاتب المقال فيطلعه على ردود فعله وتعليقاته أو يتواصل مع قارئ آخر لتبادل الآراء (شرف، 2002: 62-65).

ثانياً: تحولات الإذاعة:

تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي مثلها مثل تكنولوجيا البث التلفزيوني الرقمي فهي تتيح إرسال عدة قنوات صوتية في حزمة صغيرة من الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير. بمعنى آخر فإن هذه التكنولوجيا تشغل مساحة أصغر من الطيف. على سبيل المثال نجد أن سبع قنوات تناظرية يمكن أن تشغل حالياً نحو 9 MHz في حين أن القنوات نفسها فيما لو تحولت إلى البث الرقمي فإنها ستشغل بحد أقصى 1.5 MHz. تبث المحطات الرقمية إرسالها بواسطة موجات تنتقل عبر الأثير شاغلة جزءاً من الطيف لكل تردد. تقوم التكنولوجيا الرقمية بضغط عدداً أكبر من القنوات في كل جزء من أجزاء الطيف من خلال توفير القنوات في صورة رقمية، ثم تنتقل عدداً من تلك القنوات بهذا الشكل المرمز في صورة موجات، وأخيراً يتم فك تلك الرموز عند وصولها إلى المستمع.

ويتميز البث الإذاعي الرقمي بعدة ميزات يمكن تلخيصها في الآتي (علم الدين، 1994:

115-116):

- يوفر البث الإذاعي الرقمي إرسالاً صوتياً فائق النقاوة يماثل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر في البث التقليدي.
- عدداً أكبر من المحطات مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة.

- إمكانية استقبال البيانات على شاشات الراديو الرقمي وبت المعلومات الرقمية عن حالة المرور
ولمكانيات التسوق على الخطوط الإلكترونية، حيث سيتم تزويد بعض أجهزة الاستقبال بأزرار
خاصة لإتمام عملية الشراء عند الرغبة في اقتناء أي سلعة تعلن عنها المحطات، ويرتبط
جهاز الراديو بهاتف ينفذ عملية الاتصال لشراء السلع.

ولم يتوقف التطور في الإذاعة على الراديو الرقمي بل، لقد حدثت تطورات متسارعة أنتجت راديو
الانترنت، حيث أصبحت أعداد متزايدة من المحطات تبث برامجها بواسطة الانترنت وما يساعد على
زيادة أعداد تلك المحطات هو أن معظم الإصدارات الحديثة من برامج التصفح تحتوي على قدرات
ذاتية للاستماع للراديو، كما أن أجهزة الحاسوب أصبحت تحتوي على بطاقة راديو داخلية وإن كانت
حسب الطلب إلا أنها متوفرة. وقد قامت العديد من الإذاعات مثل هيئة الإذاعة البريطانية BBC عن
إطلاق خدمات الانترنت متعددة الوسائط وبمجموعة متكاملة من اللغات. وهي تهدف إلى أن تكون
الرائدة في مجال تقديم الأخبار مباشرة على الشبكة، وتخدم من ثم عدداً هائلاً من المستمعين
والمشاهدين الذين يستسني لهم وفي كل أنحاء العالم فرصة التعامل مباشرة مع مذيعي شبكة BBC
عبر الشبكة، إذ سيتمكن المستمعون من متابعة برامج الشبكة مباشرة بواسطة الانترنت الإذاعة على
حد سواء. كما أنهم سيتمكنون أيضاً من مشاهدة صور فيديو حية على الشبكة، ويمكنهم كذلك التفاعل
والمشاركة في النقاش الذي يتمحور كل مرة حول موضوع معين عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني،
وبعدما يتوقف بث البرنامج على الهواء يستمر تبادل الآراء على موقع الإذاعة على الانترنت (حسين،
ب.ت، 8).

ثالثاً: تحولات التلفاز:

حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفاز تعتمد على تحويل الصورة والصوت إلى إشارات من الموجات التي يجري بثها عبر الأجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل، أما حالياً فإن التلفاز الرقمي والإذاعة الرقمية هي أحدث التطورات التي بدأت زحفها نح المنازل والتي أصبح بإمكان المشاهدين معها التمتع بالميزات والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا التلفاز الرقمي من طلبات وجبات الطعام السريعة إلى حجز تذاكر السفر ومتابعة أسعار الأسهم وأخبار المال والسياسة والرياضة عبر شاشات التلفاز الرقمي، فضلاً عن الدخول على الانترنت عبر التلفاز بدلاً من أجهزة الحاسوب الشخصي.

وتختلف تكنولوجيا التلفاز الرقمي عن تكنولوجيا التلفاز التقليدية التناظرية بأن الصوت والصورة في التلفاز الرقمي يتم تحويلها إلى إشارات ثنائية من الأصغار والأحاد أي بالنظام نفسه الذي تستخدمه أجهزة الحاسوب. هذه الإشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفاز الذي يقوم ذاتياً أو من خلال جهاز خارجي إضافي بفك الرموز المستقبل أما في التلفاز التقليدي فيحول لصوت والصورة إلى أمواج إلكترومغناطيسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة.

وتنتشر شبكات التلفاز الرقمي حالياً سواء بالبث عبر الأقمار الصناعية أو الكابلات أو البث من المحطات الأرضية، وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط إرسال عدد أكبر من البرامج على الموجه الهوائية نفسها التي تستخدمها التكنولوجيا التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفاز التقليدي، فضلاً عن ميزة الجودة العالية للصورة والصوت في التلفاز الرقمي (حسين، مصدر سابق، 10).

المبحث الثاني
أنواع الإعلام الرقمي

إن التطور التكنولوجي الذي حصل في السنوات العشرة الأخيرة أضاف عنصراً جديداً على الحاجة إلى الأخلاقية الإعلامية. فالتغطية السريعة للأخبار وسرعة انتقال المعلومات وظاهرة العولمة والمنافسة الشرسية بين مئات المحطات التي تحاول كل منها إيجاد موقع لها عند الجمهور، جعلت وسائل الإعلام تهتم بتغطية واسعة وسريعة للأخبار تترافق مع سرعة التقنيات الحديثة في نقل الأخبار. وهذا ما جعل أن الخبر، على أهميته، يصبح قديماً بعد برهة قصيرة ويترك مكانه لأخبار جديدة. فنرى الأخبار تتوالى بسرعة مع الانطباع أنها متساوية تقريباً في الأهمية. هذا إذا واكبنا التغطية التلفزيونية بما فيها المكتوبة على الشاشة. وما دخول الانترنت على خط هذه المنافسة الصحافية إلا ليعمق هذا الأمر.

كما أن المؤسسات غالباً ما تتنافس على التغطية وعلى سرعة البث الإخباري على حساب مصداقية الخبر ونضجه أي الإحاطة به كاملاً فلا مسافة بين الحدث والنقل لسريع، وهي مسافة ضرورية لدرس الخبر وفهمه والإحاطة بكل حيثياته وظروفه. نرى وسائل الإعلام في الوقت نفسه تتنافس على لأسبقية من أجل كسب الجمهور (صدقة، 2008، 35).

حتماً أن التسابق على الحدث كان دائماً موجوداً بين الصحف، لكن كثرة وسائل الإعلام ولاسيما المحطات التلفزيونية مع انفتاح الفضاء بواسطة الأقمار الصناعية وعدم مواكبة حجم السوق الإعلانية لهذا الأمر جعل من هذا السبق أمراً حيويّاً للمؤسسات يقرر استمراريتها من خلال حاجتها الحيوية إلى المردود الإعلاني.

إن النظام الإعلامي الجديد القائم على المنافسة الشرسية يركز في نجاحه على السبق الصحافي والإثارة. لذلك نرى المنافسة مستعرة بين الوكالات والفضائيات بشكل خاص، وغالباً على

حساب أخلاقيات المهنة والمستوى. هذا ما يفسر أيضاً أن تعتمد الوسائل هذه إلى نشر صور مشاهد القتلى والجرحى أو استغلال مآسي الناس بحثاً عن السبق، كما يفسر اللجوء إلى "المباشر" في المحطات التلفزيونية لتغطية أحداث غير مهمة إنما فقط بهدف إثارة اهتمام الناس (صدقة، مرجع سابق، 35-36).

يضاف إلى هذا تسارع الأخبار الذي يجعل جديدها قديماً، سرعة التغطية، المنافسة الشرسة التي هي نتيجة تطور تقنيات الإعلام، فضلاً عن الإيجاز في الخبر الذي هو في أسلوب الأخبار التلفزيونية والإذاعية.. فغالباً لا مجال للاستطالة حول موضوع واحد. والإيجاز يعني اقتطاع عناصر إخبارية قد تكون أساسية لفهم الخبر والإحاطة به من كل جوانبه. وغالباً ما لا تعطي هذه المحطات سوى عنواناً رئيسياً للخبر من دون الدخول في التفاصيل.

إن التعريف الشائع للإعلام الجديد أنه الإعلام الذي يشمل كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي (حسونة، مصدر انترنت سابق). وقد اعتمده كثير من الكتاب والباحثين وهو تعريف الذي وضعته كلية شريديان التكنولوجية. وسيقوم الباحث بتسليط الضوء على أنواع الإعلام الرقمي والتي تم حصرها في خمس أنواع وهي:

1. الإذاعة الرقمية.

2. التلفزيون الرقمي.

3. مواقع الصحف والصحف الإلكترونية.

4. المواقع الإخبارية.

أولاً: الإذاعة الرقمية:

تعد الإذاعة أول وسيلة اتصالية إلكترونية ظهرت في العالم في العشرينات وعلى الرغم من تفوق التلفزيون عليها كوسيلة تسلية إلا أن الإذاعة ما تزال تمارس سلطتها ونفوذها وقدرتها على تخطي الحواجز الجغرافية والطبيعية السياسية. وقدرتها على الوصول إلى كافة فئات المجتمع وبخاصة الأميين وكبار السن والأطفال والمتعلمين والمناطق النائية المعزولة بفضل "ثورة الاستماع" التي تحققت باكتشاف الراديو الذي أمكن اقتناؤه الكثير من البشر (الهاشمي، 2012: 20).

أ/ البث الإذاعي الرقمي الأرضي:

من المعروف أن هنالك نظامين للبث الإذاعي وهما النظام التماثلي والذي كان يستخدم حتى أوائل التسعينات من القرن الماضي في كل دول العالم والنظام الرقمي الذي أتاح إمكانية كبيرة في مجال الاتصال وتقنياته المختلفة، فقد كان لهذه التقنية الفضل في ظهور الوسائل الإعلامية الحديثة الفائقة السرعة في نقل البيانات وبدقة كبيرة إلى جانب ما أتاحته من وسائل تخزين البيانات صغيرة الحجم ولكنها ذات سعة هائلة.

البث الإذاعي الرقمي Digital Audio Broadcasting استحدث في منتصف الثمانينات من القرن الماضي من قبل المركز المشترك لدراسات البث التلفزيوني والاتصال اللاسلكي والذي يرمز له بـ CCETT والمعهد الألماني IRT وشركة فيليبس وطومسون وتيلفانكن (العقاب، 2007: 132). وهو النوع المطبق في عدد كبير من البلدان باستثناء الولايات المتحدة الأمريكية ويمكن للراديو الرقمي اعتماداً على تكنولوجيا النقل بالبث البايت النقاط الصور والنصوص المختلفة.

كان تعبير البث الرقمي يستخدم للإشارة إلى تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي وإلى المعايير التكنولوجية الخاصة به، خصوصاً معيار Eureka 147 وهو المشروع الأوربي للرقمنة والذي يهدف

إلى تحقيق خدمة صوتية بجودة عالية مع ضمان الاستخدام الأمثل لحيز الترددات المتاح وإضافة خدمات جديدة (بوخلفة، 2012: 114).

توجد تكنولوجيات متعددة للبث الرقمي الإذاعي، منها ما يستخدم شبكات التلفزيون ومنها من يستخدم شبكات الهواتف النقالة والكابل والأقمار الصناعية ومنها من سيستخدم لاحقاً موجة الأف أم، بالإضافة إلى التكنولوجيا الأخرى التي لا تلقى رواجاً وتقوم على تطويع الموجات القصيرة والمتوسطة للبث الرقمي مثل تكنولوجيا DRM(Digital Radio Mondiale) ويدور جدل في الدول الأوروبية حول استخدام شبكات مخصصة للبث التلفزيوني والإذاعي واستخدام شبكات مخصصة للبث الإذاعي دون سواه، يدور الجدل حول تقنيتين أساسيتين التقنية الأولى المخصصة للبث التلفزيوني أصلاً والمعروفة باسم Digital Multimedia Broadcasting Terrestrial (T-DMB) وهي التقنية التي وقع عليها اختيار فرنسا للبث الإذاعي الرقمي والتقنية الثانية وهي Dab Digital Audio و Broadcasting Dab التقنية التي تتجه نحوها معظم البلدان الأوروبية وعلى رأسها بريطانيا كما تستخدمها استراليا وإيرلندا وأوصى مجلس الاتصال باختيارها في السويد (2008م)، كما اختارتها عدد من بلدان أمريكا الجنوبية والآسيوية في حين صنعت الولايات المتحدة الأمريكية (لجنة الاتصالات الأمريكية FCC) لنفسها تقنية خاصة بها تسمى (In Band on Channel IBOC)) والسبب الرئيسي للجدل هو أ، تقنية t-imb كانت معدة أصلاً للبث التلفزيوني الرقمي إلا أن ظهور التلفزة الشخصية المحمولة TMP جعل المهندسين يكفرون في توظيفها للراديو كذلك، تجعل هذه التقنية الراديو أشبه بتلفاز من الحجم الصغير، غير أن تقنية dab+ و dab تمكن أيضاً من استقبال

النصوص والصور على أجهزة الاستقبال الإذاعي الرقمي، وإن كانت لا تسمح ببث ملفات فيديو ثقيلة(شليبي، 2009: 68).

والبث الإذاعي الرقمي إذن هو تكنولوجيا حديثة ترجع إلى منتصف الثمانينيات من القرن الماضي وكان الهدف الرئيسي للتحويل إلى الرقمية هو الوصول إلى أعلى درجة من النقاء الصوتي وتجنب التشويش وإنتاج خدمات إذاعية محمولة جديدة، وقد سمح البث الإذاعي الرقمي بتوسيع إمكانيات إنتاج البرامج وبثها، الأمر الذي ضاعف الإذاعات المتخصصة وحقق اللامركزية في البث، فأخذت الإذاعات المحلية في الانتشار (صادق، 2008: 238).

ويتيح استخدام نظام البث الإذاعي الرقمي المزايا التالية:

- 1) إمكانية الاستقبال العالي الجودة، بحيث تتحرر هذه التقنية الجديدة من التشويش والتي كان يعاني منها البث التقليدي، فتقدم تقنية البث الرقمي تغطية لكافة أنحاء منطقة الاستقبال بصورة عالية الجودة حتى مع انتقال أجهزة الاستقبال من مكان إلى آخر.
- 2) يتيح نظام البث الرقمي إمكانيات متعددة للاستقبال، فيمكن أن يستمع المستقبل لمحطات الراديو الرقمية من خلال أجهزة الراديو الرقمية المحمولة أو الثابتة أو الكمبيوتر أو عن طريق الاستقبال الفضائي عبر الأقمار الصناعية أو حتى على بعض أجهزة الهواتف النقالة.
- 3) إتاحة معلومات مرتبطة بالمضمون الإذاعي، بحيث يمكن جهاز الراديو الرقمي المستخدم من خلال شاشة العرض المزود بها استدعاء بعض المعلومات الخاصة بالبرنامج الذي يستمع إليه (صبري، 2008: 80).

- (4) إتاحة خدمات إذاعية كثيرة من خلال قدرة القنوات القمرية على حمل عدد كبير من القنوات الإذاعية التي تتيح للجمهور اختيار ما يناسبه من بدائل عديدة.
- (5) الوصول إلى مناطق جغرافية شاسعة في التغطية الإذاعية مثل المناطق الريفية والنائية المحرومة من الخدمات الإذاعية الأرضية، حيث يتم التغلب على العوائق الطبوغرافية.
- (6) التجديد والابتكار في إتاحة خدمات إذاعية جديدة وتوظيف تكنولوجيا الاتصال لخدمة متطلبات الجماهير (مكاوي، 2008: 122).
- (7) تمكن أجهزة الاستقبال الرقمية المستمع من إطفاء جهازه في حين يواصل الجهاز إن أراد المستمع تسجيل بقية البرنامج ليعود إليها متى شاء.
- (8) يمكن الجهاز من تسجيل الصوت على شكل MP3 ثم تحميله على أي جهاز آخر بتلك الجودة العالية.
- (9) إن البث الرقمي لا يتأثر كثيراً بحالات الطقس غير الملائمة ومصادر التداخل المحلية.
- (10) يمكن البث الرقمي من التقاط عدد كبير من المحطات مقارنة بموجة FM.
- (11) تمكن الإذاعة الرقمية من إحداث باقات على تردد واحد مما يعطي فرصاً أكثر لقنوات أكثر.
- (12) تتعرف أجهزة الالتقاط الرقمية وحدها على المحطات الجديدة عند الانتقال من منطقة إلى أخرى.
- (13) تمكن أجهزة الإرسال من الاقتصاد في الطاقة، فهي أقل توليئاً للمحيط مع قدرة فائقة على الإرسال (شليبي، مرجع سابق، 62).

بجانب التطور الذي شهده البث الإذاعي مع دخول النظام الرقمي، فإن المحامل كذلك تطورت وتعددت، فالإذاعة تلتقط بجهاز الترانزستور والهاتف النقال والأيبود والأيفون وأجهزة الاستقبال التلفزيونية والحاسوب وأجهزة الالتقاط غير الويفي مجعولة لالتقاط إذاعات الواب بالآلاف بجودة عالية تفوق ما يتيح الحاسوب نفسه من الجودة في الصوت.

أما التطور الأكبر فهي أجهزة الترانزاستور وقد بلغ عدد أنواع أجهزة الاستقبال الرقمي عام 2006م نحو ألف نوع بمواصفات وأسعار مختلفة، غير أن الأجهزة التي يمكنها أن تستقبل مختلف أنواع البث الرقمي هي قليلة العدد، وبصرف النظر عن الجهاز وعن تكنولوجيا البث الرقمي المتعددة، فإن أجهزة الاستقبال الرقمي يشترك في أنها ذات شاشة تصغر وتكبر حسب النمط المصنع والسعر. وسيكون باستطاعة المستمع أن يستمع إلى الصوت ويشاهد في الوقت ذاته على شاشة الراديو عناوين النشرة الإخبارية وأغلفة أقراص الأغاني وأسماء المغنيين والملحنين والشعراء وكلمات الأغاني التي تتولى على الشاشة، كما هو شأن التلفزيون في ما يعرف بشريط الأخبار، كما سيكون باستطاعته أن يشاهد أخبار الطقس ونتائج مختلف المباريات الرياضية وهو ينصت إلى واقع مباراة واحدة.

الانتقال التكنولوجي عبر الانترنت:

يؤثر الانترنت في المجال الإعلامي إذ أنها تعيد تشكيل علاقة المتلقي بوسائط الإعلام الكلاسيكية، كما أنها تساهم في إفراز تطبيقات إعلامية جديدة ومضامين مستحدثة، لم تعد شبكة الانترنت مجرد تقنية تستخدمها الوسائط الإعلامية لعرض جزء يسير أو كبير من مضامينها، إذ تحولت إلى مجال يتأسس داخله إعلام جديد لا يزال في طور التشكل، بالمقابل فإن وسائط الإعلام

الكلاسيكية وفي مقدمتها الإذاعة لم تبقى ساكنة أمام هذا الحراك الشامل، بل على العكس من ذلك فإنها تتفاعل معه باستمرار من خلال توظيفها للانترنت كمجال لابتكار مضامين وعلاقات جديدة مع الجمهور.

راديو الانترنت عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيات الانترنت، وهو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضاً موجات الراديو، وهو خدمة تبث عن طريق الشبكة ويمكن لأي مشترك في الانترنت القيام بها، كما يمكنه الاستماع لأي محطة موجودة على الانترنت، فقد أصبح باستطاعة أي شخص أن يصبح مالكا لمحطة إذاعية على الشبكة حتى لو كان مركزها في البيت، فكل ما يحتاجه هو أن يملك هو شخصياً صوتاً يستطيع من خلاله توصيل رسالته ومواد إذاعية وكمبيوتر (صادق، 2009: 35). وهناك دوافع عديدة للبث الإذاعي عبر الانترنت نجلها فيما يلي (مكاوي، 2008، 13):

- 1) زيادة عدد المستمعين حيث يمكن استقبال البث عبر الانترنت من أي مكان في العالم.
- 2) زيادة متوسط زمن الاستماع، حيث أن متوسط زمن الاستماع في الإذاعة التقليدية في حدود نصف ساعة يومياً غالباً ما تكون أثناء قيادة السيارة والانتقال من مكان لآخر، بينما تصل الإذاعة عبر الانترنت للمستمعين أثناء العمل والتسوق والتنقل.
- 3) زيادة عائد الإعلانات حيث تحظى الإعلانات بأنواع أوسع من المستمعين.
- 4) تنمية مستمعين دائمين حيث بإمكان المستمعين من كافة أنحاء العالم اختيار نوعية البرامج التي يفضلونها بدلاً من الاضطرار لسماع البث المتواجد محلياً فقط.

(5) زيادة فرص التسويق حيث يمكن أن تزود برامج العرض بأيقونة مما يتيح للمستخدمين الحصول على الألبومات والمنتجات من الانترنت أكثر تقبلاً للإعلانات ولديهم دخول أكبر ويمكنهم الشراء عبر الانترنت.

وقد تم تطوير أولى إذاعات الانترنت وهي Internet Talk Radio بواسطة كارل مالمود في عام 1993 وفي عام 1995م بدأ بث أول راديو انترنت على مدار الساعة وهو راديو Radio HK وكان يبث برامجه الموسيقية لفرق موسيقية، قبل هذه الخدمة أعلنت محطة WXYCX وهي راديو أف أم في 7 نوفمبر 1994 انطلاقتها على الشبكة وقد تولى إطلاق الإذاعات من النوعين بمرور الوقت في الولايات المتحدة ثم أوروبا التي بدأت فيها بث راديو فيرجين Virgin Radio من بريطانيا في مارس 1996م على مدار اليوم ثم تلاحق تطور مبادرة فردية، فقد أطلق غاي جيولانيو Guy Giouliano في 1996م خدمة برمجية كاملة باسم BS Radio Networks تطورت إلى خدمتين إذاعيتين هما راديو بمب Bomb Radio وراديو لاود Loud Radio ليتم شراءها في ما بعد بواسطة مؤسسة E Music.com بصفقة مالية ضخمة (صادق، مرجع سابق، 220).

بجانب البث بواسطة تكنولوجيا الند للند Peer to Peur والذي يطلق عليه أيضاً البركاستنغ Per casting، يوجد نوعان من طرق البث الإذاعي، أحدهما البث المتدفق والنوع الثاني البودكاستنغ Podcasting وهو طريقة مستحدثة تنتشر بسرعة حالياً في شبكة الانترنت.

النوع الأول: راديو الويبكاستنغ Webcasting: هذا النوع من البث يطلق عليه بشكل عام الويبكاست Webcast وقد كان وراءه برين ريل Brain Radio منذ عام 1989م وقدمه في منتصف التسعينيات.

والويبكاستنج هو نظام للبث الإذاعي والتلفزيوني الحي عبر الانترنت باستخدام نظم تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب لنقل مادة واحدة لتوزيعها على المستمعين والمشاهدين عبر الشبكة (بوخنقة، مرجع سابق، 121).

ويعرف بالإنجليزية بـ The Transmission of Audio Or Vidio الويبكاست الذي نحتة في عام 1988 الروائي دانييل موران تستخدمه جهات معتبرة وقانونية للمنظمة للملكية الفكرية (الويبو) وتمنح بموجبه بعض الجهات تصريحاً خاصاً للبث للذين يرغبون في بث مواد صوتية ومواد فيديو عبر الانترنت بشكل قانوني، وتبث به الجهات ذات السمعة في مجالات مختلفة مثل البي بي سي والسي أن أن وراديو تلفزيون الأمم المتحدة وآلاف الجهات من مثيلاتهم.

وتعتبر تكنولوجيا الضغط المعروفة بـ MP3 هي الأكثر شعبية في إتمام هذه العملية وتليها في الأهمية طريقة Agg Vorbis والتكنولوجيا الخاصة بـ مايكروسوفت ونظام Real Audio ويتم بث البثبات بواسطة بروتوكول الانترنت ثم إعادة تجميعها وتشغيلها كما ذكرنا خلال ثوان معدودة (صادق، مرجع سابق، 221).

النوع الثاني: البودكاست: كما تطور على مواقع الانترنت البث من خلال آلية Podcasting الذي يحقق مبدأ المحتوى عند الطلب الذي لا يرتبط بموعد بث البرامج على الراديو، إذ يمكن تحميله في شكل ملفات صوتية من نوع MP3 والاستماع إليها دون الارتباط بالشبكة. وهذه هي رؤية وحسيلة تزواج المدونات الشخصية مع البث الإذاعي والصوت الرقمي أو حتى الفيديو بحيث أصبحت نشرات أو ملفات الصوت التي تحمل صيغة خاصة من لغة Xml لنشر والتوزيع على الويب، تسمى بودكاستنج الذي يبث الصوت والفيديو معاً ويحاكي الفيديو عند الطلب بما يمكن معه تحميل الملفات

الصوتية والاستماع إليها من الكمبيوتر أو جهاز الموسيقى المحمول من مشغلات MP3 باستخدام نظام التجميع (صادق، مرجع سابق، 25).

ومن الميزات التقنية للبودكاستنغ جودة عالية للصوت، كما تشتغل هذه التقنية وفقاً لتقنية RSS التي تسمح بتنزيل الملفات الصوتية من دون الوصول إلى المواقع وذلك من خلال استخدام برمجيات خاصة تقوم بعملية التنزيل بطريقة آلية وأشهرها itunes التي تمثل البرمجة الأكثر استخداماً في المواقع الإذاعية (الحمامي، انترنت).

ويسمى البث الإذاعي والتلفزيوني عادة بالبث الواسع بينما نالت تكنولوجيا بث الصوت عب رالانترنت تسمية بودكاستنغ تبث لأجهزة الموسيقى والصوت الرقمية وهي تختلف عن البث التلفزيوني وبث الويبكاستنغ في أنها لا تعتمد دفع المحتوى نحو المستخدمين بل العكس تستخدم تكنولوجيا السحب والتوزيع التلقائي (صادق، مرجع سابق، 25).

تطبيقات الراديو الرقمي الفضائي:

يعد البث الإذاعي الفضائي ثورة في عالم الراديو حيث ينقله من النظام القديم والموجه المتوسطة والقصيرة إلى عصر الفضاء وتربطه بتكنولوجيا الاتصال الحديثة مما يشكل بعثاً جديداً لجهاز الراديو، يعتمد على الاستقبال المباشر من القمر الصناعي دون اللجوء إلى محطات تقوية عالية التكاليف ومحدودة الأثر والراديو الفضائي أو راديو الأقمار الصناعية أو راديو الاشتراك هو راديو يستقبل إشارات البث من الأقمار الصناعية مباشرة والتي تغطي مجالاً أرضياً جغرافياً واسعاً لا

يقارن مع البث الأرضي بأي حال من الأحوال، إذ يستطيع المستمع متابعة إشارات البث في مجال تغطيتها بصرف النظر عن الموقع، إلا إذا كان هناك عائق مثل الأنفاق أو البنايات التي تحول دون وصول هذه الإشارات إلى جهاز الراديو.

وبذلك واكبت الإذاعة تكنولوجيا العصر ودخلت في سباق الاتصال الرقمي، حيث اعتقد البعض أن عصر الراديو قد ولى، لكن التطورات التي أدخلت على هذه الوسيلة جعلتها تتحدى بقية الوسائل الإعلامية الأخرى.

غير أن التطور ظل محكوماً بجهاز الاستقبال التلفزيوني أو بعبارة أخرى هو إرسال صوتي عبر قنوات مخصصة أصلاً لاستخدامات التلفزيون وغالباً ما يستخدمها بعض المهتمين بالاستماع الإذاعي من المغتربين عن أوطانهم وقد أسهم التطور التكنولوجي إيجابياً في زيادة نسبة الاستماع إلى الراديو على المستوى العربي خاصة بالنسبة للجاليات العربية الموجودة بالمهجر (مكاوي، مرجع سابق، 117).

وتقوم فكرة البث الإذاعي الفضائي على استخدام الأقمار الصناعية لبث الإذاعة الصوتية بطريقة تختلف عن المنتبع الآن في استخدام القنوات الإذاعية المصاحبة للقنوات التلفزيونية والتي تقدم خدماتها عبر أجهزة الاستقبال التلفزيوني وتعتمد هذه الفكرة على إطلاق أقمار صناعية خصيصاً للبث الصوتي من خلال تكنولوجيا رقمية تضمن لها الجودة والنقاء ويتم استقبالها خلال أجهزة راديو فضائية ومتنقلة وتستمد طاقته التشغيلية من الشمس أو من غيرها (مكاوي، 2009: 45).

وحالياً هناك العشرات من سواتل التوزيع والتي تدور حول الأرض ولا يمكن عملياً أن نتصور البث الإذاعي بدون أقمار صناعية، فهي تستعمل لنقل التقارير حول مختلف المواضيع من قارة إلى

أخرى إما نقلاً حياً مباشراً أو مسجلاً في سواتل البث المباشر باستخدام ترددات جديدة لقنوات جديدة، إن تكنولوجيا سواتل البث للاستقبال المباشر توفر خدمة محسنة في المناطق التي يصعب استقبال موجات FM أو شبكات الكابل التقليدية (الصيرفي، 2009: 201).

الإذاعة المباشرة بالقمر الصناعي:

يعرف البث المباشر على أنه بث المواد الإذاعية المختلفة دون أن تسجل (الهاشمي، 2006: 111). بمعنى أن القمر الصناعي ينقل البرامج المسموعة من منبعها إلى المحطة الأرضية بطبيعتها جزءاً من ذلك المركز، كما قد يكون جزءاً منها. والمهم هو تلك البرامج بمجرد ما تصل إلى القمر الصناعي يمكن للمستمعين في المنطقة التي يستقيها القمر الصناعي ببصمته أن يستمع إليها مباشرة، إن التقاطها في هذه الحالة يكون مباشرة، كما أن القمر الصناعي يكون في هذا الصنف عبارة عن جهاز استقبال وإرسال ومفهوم هذا التصور أن موصل أو مرحل يستقبل إشارات ويبثها للتو. ويمكن أن يؤجر أهم مقومات البث الآني المباشر عبر الأقمار الصناعية الإذاعي المباشر (الصيرفي، مرجع سابق، 303):

1) إن البث المباشر ضرورة ثقافية ناتجة عن التطور في الميادين التربوية والثقافية وانتشار الوعي لدى كل من المنشط والمذيع، فدور المنتج اليوم يجب أن يحتكر الكلمة والمعرفة بل أصبح وره المنشط لعملية المعرفة ولن ينتج البث الآني ما لم تكن هناك أرضية ثقافية ومناخ ديمقراطي جاد.

(2) إن البث الآني ضرورة تكنولوجية حوارية تساعد على إيجاد جيل مؤمن بالمشاركة الفعلية في تسيير البرامج لتقديم المعارف التي توظف الأشياء الموجودة في ذات الإنسان وتحريك كوامنه التي شهدتها في عالم المثل.

(3) إن البث الآني ضرورة إنسانية اجتماعية تواكب التحولات والتطورات التي شهدتها ثورة الاتصالات حيث كاد العالم بفضل هذه التطورات أن يصبح "قرية كونية" بدون حدود عندما يصبح الحوار ضرورة سيكولوجية في مجتمع متفق وواع ديناميكي.

حالياً توفر بعض الجهات خدمات البث الإذاعي الفضائي مع وجود عدد هائل من الإذاعات التي تبث عبر الأقمار الصناعية ويتم التقاطها براديو مجهز أصلاً لالتقاط الإشارات الفضائية مثل World Space في أوروبا وآسيا وأفريقيا وراديو إكس أم وسيروس وهذه الخدمات وغيرها تقدم الأخبار والموسيقى والرياضة ومتابعة الطقس وغير ذلك الكثير من البرامج.

التغيرات في مجال الإذاعة الرقمية:

تتمثل أبرز تلك التغيرات والتحولات التي افرزت عنها التطورات التكنولوجية في مجال الإذاعة في:

1/ صعوبة التعرف الجمهور:

بفضل تكنولوجيا الإذاعة الرقمية، سيجعل الإذاعة إرسالاً واستقبالاً عالمية البث عبر الكابل أو الأقمار الصناعية أو البث الأرضي أو عبر الانترنت وهذا ما يجعل من الصعب التعرف على الجمهور الذي يمكن أن ينصت إلى إذاعة تبث رقمياً وإذا كان ممكناً في ما مضى تصور الملامح العامة للجمهور المعني وإذا كانت الإذاعة تبث في مجال قد لا يتجاوز حدود البلد أو هو يتجاوزه إلى

جيرانه وإذا كان البث عبر الموجات القصيرة العابرة للحدود يمكن كذلك من إدراك الملامح العامة للجمهور المعني، فإن الإذاعة الرقمية ستطمس معالم ذلك الجمهور، إلا إذا تم اختيار تكنولوجيا البث الرقمي المحلي وهي تقنية مكلفة لأنها تقتضي تركيز محطات إبدال كثيرة ومتقاربة. وسيكون جمهور الإذاعات الرقمية التي تختار البث الرقمي الأرضي جمهوراً في كل مكان وفي كل زمان، خاصة التي تختار البث عبر الأقمار الصناعية أو عبر الشبكة (شليبي، مرجع سابق، 64).

2/ ظهور أنماط تلقي جديدة:

تنوع تقنيات البث وأشكال التلقي والذي يتجسد في ظهور أنماط جديدة للبث الإذاعي إضافة إلى البث الكلاسيكي التناظري ومن تلك الأنماط البث الرقمي، البث الحي المباشر عبر الانترنت كما تطورت على المواقع الإلكترونية تقنية Podcasting، كما تستعمل المؤسسات الإعلامية الهاتف كوسيط إعلامي جديد لتوزيع المضامين الإعلامية وبالتالي استثمرت الإذاعة خصوصيات الهاتف الجوال وتعدت الوسائط كالنص والصورة والفيديو والانتشار السريع للهاتف النقال والطابع الشخصي لتوفير تطبيقات تحريرية (كخدمات الأخبار العاجلة) ولاستحداث خدمات بمقابل تساهم في تنويع مصادر تمويلها (تحميل الرنات) (الحمامي، مرجع سابق، 73).

3/ التحول من الخدمات الإذاعية العامة إلى الإذاعة المتخصصة:

كان الشكل القديم للخدمات الإذاعية يضم كل أنواع البرامج، لكن نتيجة منافسة التلفزيون والوسائل الحديثة، اتجهت خدمات الراديو إلى تطوير قنوات متخصصة، تسمح لها بتحقيق سبق الإعلام في ظل منافسة مع وسائل الإعلام الأخرى وبالتالي لم تعد البرامج متعددة المضامين الإعلامية وإنما اتجهت إلى توحيد المضمون مثل الأخبار، الموسيقى.. مع الحرص على تعدد القوالب

والأشكال الإذاعية وتطويرها بصفة مستمرة وقد اتجهت الخدمات الإذاعية إلى تعبير مصطلح برامج الراديو ليحل مكانه قالب الخدمات الإذاعية، لوصف الخدمات الجديدة المتخصصة التي تحظى بتغطية مستمرة على مدار الساعة وهذا ما يضمن للإذاعة فرصاً أن يتابعها عدد من الناس يجدون فيها ما لا يجدونه ببسر في غيرها.

4/ تزايد الاتجاه نحو إنشاء قنوات إذاعية تخاطب فئات متجانسة من الجمهور:

صاحب هذا الاتجاه نحو إنشاء قنوات متخصصة في المضامين الإعلامية، ظهور قنوات متخصصة في مخاطبة فئات جماهيرية متجانسة مثل: الأطفال، الشباب، المرأة.. حيث تسعى بعض المحطات الإذاعية إلى تلبية احتياجات فئات جماهيرية معينة وتتسم هذه القطاعات بالتجانس على مستوى الخصائص الديموغرافية أو المهنية أو الاجتماعية وانتقل هذا التوجه من الإذاعات الأمريكية إلى الدول الأوروبية ثم الدول النامية ومن بينها الدول العربية.

5/ التوجه إلى التركيز إلى الموضوعات والقضايا المحلية:

بمعنى ظهور الإذاعات الموجهة إلى مناطق جغرافية محدودة الجماهير المستهدفة، حيث يشارك الجمهور في التفاعل مع هذه الخدمات الإذاعية بشكل أكثر إيجابية وتسهم هذه الإذاعات المحلية في علاج مشكلات البيئة وتلبية احتياجات ورغبات الجماهير المستهدفة من الإعلام والثقافة والترفيه (مكاوي، مرجع سابق، 129).

كما تسهم الإذاعة المحلية بشكل أكثر إيجابية في عصر الوسائط المتعددة في تقديم صورة جديدة للثقافة والتراث المحلي، إذ أن أهم مزايا الوسائط المتعددة قابليتها الكبرى في تجميع التراث الثقافي، حيث تمكن من اكتشاف الأعمال الفنية ومؤلفيها وتوثيق مختلف الأعمال والأنشطة والفعاليات

الفنية والثقافية المحلية والمتخصصة، كما تسهم في زيادة الوعي الاجتماعي وتوفير فضاءات التواصل والحوار بين مختلف الفئات الاجتماعية لا سيما في المدن الكبرى، حيث أن عدد كبير يفتقر إلى المنشآت والهياكل التثقيفية والترفيهية والرياضية التي يحتاجها الشباب وهذا ما يجعل منها أداة مهمة لتغطية هذا النقص والقصور في مجال المنشآت المذكورة، ناهيك عن دورها في التوعية والتثقيف وفك العزلة (زعموم، 2009: 28).

16/ التوسع في برامج التفاعل مع المستمعين:

لقد أسهمت الثورة التكنولوجية الاتصالية في تطوير آليات عصرية في مجال التفاعلية الإذاعية والتي تعتبر شكل من أشكال التفاعلية الإعلامية، إن مختلف البرامج الإذاعية تستخدم وينسب مختلفة التفاعلية المباشرة وغير المباشرة، خصوصاً وأن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية، لأنها تحاول أن تلبي رغبات المستمع وتطرح قضاياها بشكل مباشر، كما أن التفاعلية الإذاعية تضمن نوع من المشاركة في اختيار مضمون ما تبثه المحطات الإذاعية، أضف إلى ذلك فإن المستمع يشعر بفعورية الإذاعة وتلقائيتها وتتمثل أهم تلك الأشكال في الحوارات واللقاءات مع الجمهور، كذلك عن طريق الهاتف البريد العادي والفاكس، دون أن ننسى ما تنتجه الانترنت للتفاعل مع الإذاعة من خلال المشاركة في الاستفتاءات الإلكترونية منتديات الدردشة والحوار أو من خلال أشكال أكثر تطوراً كإنشاء المدونات والمساهمة في المؤلفات الجماعية (السعيد، 2007: 15).

ومن أوجه التفاعل، ذلك القائم بين المستمعين أنفسهم في مختلف فضاءات الحوار الإلكتروني وعلى موقع الإذاعة المعنية حول برامج الإذاعة التي ينصتون إليها، وهي فرصة يستفيد منها الإذاعيون للإطلاع على نظرة مستمعيهم على ما يبث وما ينشر ليضيفوها في تقويم منتجاتهم.

ومن التفاعل ذلك الذي يكون بين المستمعين والمضامين، إذ أن نشر المضامين الإذاعية على الشبكة في أشكال متعددة يعطي الفرصة للمستمعين للإطلاع على ما لم يتمكنوا من الإنصات إليه عند البث، فيتمكنوا من التعليق عليها وربما تحميلها لاستخدامها لغايات متعددة.

ومن التفاعل أيضاً ذلك الذي يمكن أن يكون بين الإذاعيين أنفسهم عند الإطلاع على الشبكة أو غيرها من المحامل الجديدة القادمة، على منتجات بعضهم البعض وقد يساعد ذلك عدداً من الإذاعيين في تشكيل فكرة أوضح عن مضامين الشبكة البرمجية التي كانت تقتضي منهم الإنصات الفعلي المباشر إلى ما يبث من مضامين في إذاعاتهم إن فعلوا (شليبي، مرجع سابق، 61).

ثانياً: التلفزيون الرقمي:

إن تطوير الإمكانيات والقدرات الخاصة بتحسين الصوت والصورة في العرض التلفزيوني ليصل إلى مستوى التلفزيون عالي القدرة ارتبط بتطور النظم الرقمية. فقد كان أقصى ما يصبو إليه الخبراء في مجال تحسين الصوت ووضوح الصورة هو زيادة عدد خطوط الشاشة في البث التناظري عن 480 خطأ لتزداد الصورة وضوحاً، وتتلخص من عوامل التشويش التي تظهر مع الصورة أثناء العرض، وتعطي تفاصيل أكثر. فوصل إلى 1080 خطأ بالإضافة إلى نظام الصوت المستخدم في السينما والفيديو الرقمي وقتئذ وبذلك أتاح إطلاق مسمى التلفزيون عالي القدرة على هذه الإمكانيات. أما التلفزيون الرقمي فقد أضاف إلى هذه الإمكانيات الخصائص التي قدمتها النظم الرقمية – حيث أدى التحول من النظام التناظري إلى النظام الرقمي إلى زيادة في دقة التفاصيل من خلال التقسيم إلى نقاط ضوئية Pixel، ويقدم مشاهدة تقترب من الواقع بتفاصيله وأكثر إثارة (عبد الحميد، مرجع سابق، 184-185).

والفرق بين البث التلفزيوني الرقمي والبث التناظري (التمائلي) الآتي (مطر، 2015: 20):

- البث التناظري أو التماثل هو إرسال كهرومغناطيسي يحمل في طياته صورة وصوتاً أو صورة فقط أو صوتاً فقط.
- البث الرقمي: هو عملية تحويل الصورة والصوت إلى الشكل الرقمي ومن ثم إرسالها إلى قمر صناعي يقوم بدور المرآة العاكسة إلى جهاز الاستقبال، ثم ومن خلال اللاقط، يحولها بعد ذلك جهاز الاستقبال إلى صورة وصوت.
- البث التناظري والبث الرقمي يمكن أن يكونا أرضيين أو فضائيين عبر الأقمار الاصطناعية، وفي البث التناظري، فالتردد الواحد لا يحمل إلا قناة واحدة لا أكثر، سواء في التلفاز أو في أجهزة استقبال البث الفضائي. في حين يمكن لتردد واحد في البث الرقمي أن يحمل العديد من القنوات ومحطات الراديو. إن المحطات التلفزيونية في جميع أنحاء العالم مستمرة في الانتقال من البث التماثلي إلى البث الرقمي، ما يؤدي إلى زيادة الفعالية وتحرير عرض النطاق الترددي، وتوفير أعلى جودة للمشاهدة التلفزيونية.

وظائف التلفزيون الرقمي:

يمكن أن تحدد أهم الوظائف التي يؤديها التلفزيون الرقمي في مجتمعنا المعاصر في ضوء الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في الآتي (الهاشمي، مرجع سابق، 28-30):

1/ الوظيفة الإخبارية:

إن تشكل المادة الرئيسية لأغلب المحطات التلفزيونية ووظفت التكنولوجيا الحديثة في عمليات نقل الأحداث فور وقوعها سوء كانت محلية أو عالمية مباشرة على الهواء أو عن طريق الأقمار

الصناعية، وقد عمدت أكثر محطات التلفزيون الغربية في توظيف الأخبار لأغراض سياسية معينة،
فبين (بينت Bent) أنها تتمثل في الآتي:

أ. الأخبار سلعة استهلاكية: وهذا ما يتداوله الإعلام الغربي، سلعة استهلاكية، يجب بيعها
وتسويقها إلى الناس، بقصد إرضاء رغبات وميول المتلقين وإثارة انتباههم، رغم أن محتوى
الأخبار واحد ولكن هناك التفنن في العرض.

ب. الشخصية: يرى (بينت) أن التركيز في الأخبار يكون في كثير من الأحيان على الأشخاص
وليس على الأحداث، وذلك سبب الإثارة المتعلقة بالأشخاص، وقد تكون التحليلات السياسية
المعمقة والجافة للأسباب والنتائج أكثر أهمية ولكنها من المؤكد أقل إثارة ويبد الميل إلى
التركيز على الأشخاص في بث الأخبار يعطي الجمهور صورة مشوهة عن السلطة والقضايا
والنتائج المختلفة.

ج. الصورة الوهمية الخادعة: هناك أمور سياسية خطيرة تحدث في العالم الذي نعيش فيه ولكن
الأخبار تقدم نسخة أخرى من الحدث الفعلي بسبب الخشية من ردود فعل الناس إزاء ما
حصل فعلاً، فالسياسيون يفكرون دائماً حول أسلوب وكيفية تقديم الحدث الفعلي للجمهور
وتقديم صورة أخرى للحدث لتحقيق أغراض وفوائد سياسية لصالحهم.

2/ الوظيفة الثقافية:

يعتبر التلفزيون من أهم مصادر الثقافة وترويجها إذ يقدم سلع ثقافية عديدة من خلال
الاحتكاك بالحضارات العالمية والإطلاع على معالم البلدان وآثارها، انجازاتها والتزود بمضامين كثيرة
من البرامج الثقافية، مسرحيات، سينما، فنون، أدب، وموسيقى (الهاشمي، مرجع سابق، 29).

وتسعى البرامج الثقافية في التلفزيون إلى تكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام، ووحدة الفكر بين أفراد وجماعته وتسعى إلى تثبيت القيم والمبادئ والعمل على صياغتها والمحافظة عليه ويعمل التلفزيون في تزويد جمهور المشاهدين بزد ثقافي وفني وتربوي ليسهم في تكوين الذوق الفني والحضاري للمجتمع.

ويساهم التلفزيون بنقل التراث الحضري من جيل لآخر، بل وإحياءه مما يحمي الأفراد من التأثيرات المدمرة التي قد تهدد هويتهم القومية والخصوصية التي تميز مجتمعهم والتي يمثلها هذا التراث.

3/ الوظيفة التربوية:

اعتبر البعض التلفزيون على حجم الوظائف التي يضطلع بها "جامعة شعبية" كبيرة وأنه المعلم العظيم للشعب وفي مجال التربية والتعليم اكتسب التلفزيون فاعليته في الانتشار لأنه يسمح لمدرس واحد بتوجيه رسالته التعليمية لملايين المشاهدين وعليه فإن لآثار التربية للتلفزيون على الأطفال تظهر بوضوح من خلال تحديد اتجاهاتهم لما يتمتع به التلفزيون من قدرات فائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام.

ويرى بعض التربويين أن مشاهدة الطفل لبرامج علمية من شأنها أن توسع مدارك الطفل وتجعله أكثر قدرة على تكوين مدركات ومفاهيم صحيحة وتنمي ثروته اللغوية وتهيئته لتقبل المعلومات داخل الفصل الدراسي، كما تساهم مشاهدة البرامج التربوية المعدة إعداداً جيداً في إكساب الطفل خبرات عديدة غير متاحة للطفل الذي لا يشاهد البرامج التلفزيونية.

إن التطور الحاصل في أجهزة التلفزيون في زمن الطرق السريعة للاتصال الكوني عزز من استخداماته في البث الفضائي المباشر فقد قامت بعض المحطات التلفزيونية المتخصصة منها الفضائية المصرية مثلاً ببث برامج تعليمية خاصة للتلاميذ، وتبث قناة (ART) قناة تعليمية منهجية وبرامج تربوية وحوارية ساخنة بين المعلم عبر قناة المناهج الفضائية للطلبة في منازلهم أو قاعاتهم الدراسية، كما عمل التلفزيون الرقمي على تفعيل التعليم عن بعد والاشتراك بالبرامج التربوية والتعليمية الخاصة في حوار مفتوح.

التلفزيون الرقمي عالي الوضوح:

تزود خدمات التلفزيون عالي الوضوح المشاهدين بتجربة تلفزيونية محسنة إلى حد كبير فيما يتعلق بالجودة الرفيعة للخدمة. أما العوامل التي تدفع إلى طلب الخدمات العالية الوضوح فهي التالية (مطر، مرجع سابق، 24):

- العدد المتنامي من الأسر التي تتوافر لديها أجهزة عرض جاهزة لتلقي الوضوح العالي وشاشات العرض المسطحة للتلفزيون الرقمي عالي الوضوح.
- الانخفاض الظاهر في جودة الخدمة التي تقدمها إذاعة التلفزيون الرقمي عادي الوضوح على شاشات العرض المسطحة مع تزايد أبعاد الشاشة.
- نشوية تكنولوجيا جديدة على الانترنت وباستخدام التلفزيون الذكي وعالي الوضوح وثلاثي الأبعاد، تصبح قادرة على تقديم خدمات الوضوح العالي.

- الرغبة في مشاهدة الأحداث الرياضية البارزة والأفلام بجودة عالية الوضوح.

تكنولوجيا المعلومات في التلفزيون:

شهد التلفزيون تغيرات ضخمة على أثر ظهور الأشكال الجديدة لتكنولوجيا المعلومات فقد تركت الابتكارات الجديدة في حقل الأجهزة آثار بصماتها على كافة قطاعات التخطيط والتشغيل والصيانة والإرسال (الهاشمي، مرجع سابق، 31). ويمكن تقسيم تكنولوجيا المعلومات في التلفزيون إلى قسمين هما:

1/ تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل:

تغطي تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل في التلفزيون كافة الوسائط التقليدية والتجهيزات المستخدمة في عمليات الإنتاج داخل الاستديو، وفي لقطات التصوير في المواقع الخارجية وفي المعدات التي يستخدمها الصحفيون والمحررون والمنتجون والمصورون والقائمون على عمليات المونتاج وفنيو الصوت والأستديو الذي يعتبرون مسؤولين عن خروج كافة أنواع البرامج إلى الوجود. لقد حلت التكنولوجيا الجديدة محل التقنيات التقليدية المكلفة نسبياً والتي تحتاج إلى قدرة كبير من الصيانة، وتشمل هذه التكنولوجيا (الهاشمي، مرجع سابق، 31-32):

- معالجة الفيديو الرقمية.

- كاميرا الفيديو الصغيرة المحمولة.

- كاميرات CCD.

- مسجلات الأشرطة المغناطيسية الصغيرة المحمولة.
- مسجلات التصوير الخاصة بعمليات جمع الأخبار الإلكترونية (EIVG).
- مسجلات التسجيل المغناطيسية بيتاكام وبينكام SP وواحد بوصة نظام (B).
- مقاطع التسجيل المغناطيسية (أنظمة MAC-BETACAM-U-B) ونظام ماك.
- تسجيل الصوت بالأسلوب الرقمي (RCM).
- المونتاج الذي يتم على الشريط المرئي بمساعدة الكمبيوتر.
- تقنيات مفتاح الألوان (كروماكي).
- مزج القنال التالية.
- نظام التصويب الزمني الرقمي.
- الذاكرة الرقمية لكادر التصوير.
- تسطير الصورة.
- الماسحة من نموذج CCD.
- الرسومات التصويرية بواسطة الكمبيوتر.
- وحدات الإنتاج الإلكتروني في مواقع لعمل وغيرها.

2/ تكنولوجيا الإرسال:

تدخل الأقمار الصناعية المخصصة للاتصالات تحت عنوان تكنولوجيا الإرسال إذ استخدمنا

هذا التعبير بمفهومه الواسع ، كذلك يدخل فيه تلفزيون الانترنت.

التفاعلية في التلفزيون الرقمي:

تقوم الفكرة الأساسية للتلفزيون التفاعلي على قاعدتين أساسيتين (عبد الحميد، مرجع سابق، 187):

1. توفير التفاعلية مع البرامج والقنوات التلفزيونية أثناء المشاهدة، بحيث يتحول المشاهد إلى مشارك بصورة أو أخرى أثناء المشاهدة والتلقي وتنتهي تماماً فكرة المشاهد السلبي.
2. إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة، الذي كان يقيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد فقط هو أن يشاهد ما يرغب بمشاهدته في وقت العرض حسب خريطة العرض وزمنه أو لا يشاهده، خصوصاً إذا لم تتح له إمكانية التسجيل لإعادة المشاهدة في وقت لاحق.

خصائص التلفزيون الرقمي التفاعلي:

يمكن تلخيص خصائص التلفزيون التفاعلي الرقمي في الآتي (عبد الحميد، مرجع سابق، 190-192):

1. إن التلفزيون التفاعلي يعتمد على النظم الرقمية في الإنتاج والبث والعرض، فإنه يتميز بحدة الصورة والصوت، والوضوح والنقاء، بما ينقل المشاهد إلى خبرة الواقع في الصورة والصوت.
2. توفير البدائل من البرامج، أشكال العرض والتقديم، المرتبطة بتعدد صور الإنتاج والتركيز على المفردات المختلفة، التي تلبي حاجة المشاهد إلى الاختيار الحر من بين هذه البدائل.
3. توفير تحكم المتلقي فيما يشاهده، وفي الوقت نفسه دون ارتباط بتوقيت العرض.
4. توفير مشاركة المشاهدة في الحوار والعرض والتقديم، من خلال تفاعل المشاهد مع البرامج أو المذيعين ومقدمي البرامج وضيوفهم من خلال قنوات الرجوع أو المشاركة.

5. تلبية طلبات المشاهدين للبرامج أو المواد التلفزيونية أو الفيلمية في الوقت الذي يناسب هؤلاء المشاهدين. وذلك برصد هذه الطلبات أو الحاجات في قنوات الرجوع أو المسار العكسي.

6. رصد خصائص المشاهدين أو المتلقين وحاجاتهم من خلال تسجيل السلوك الاتصالي والآراء والمداخلات وتحليلها، وتقرير السياسات وخطط الإنتاج ولعرض والتقديم بناء على ذلك.

7. يتسم الإنتاج والعرض والتقديم بالتفاعلية. لتي تحفز المشاهد على المشاركة في الأداء والعمليات والحوار، والاختيار، وصولاً إلى الاستجابة للأفكار والمثيرات فوراً وذلك كما في حالة الإعلان التفاعلي، والعرض التفاعلي للسلع في حالات التجارة الإلكترونية وكذلك الخدمات التفاعلية. فمن خلال النقر أو التأشير على نقاط معينة يمكن اكتشاف المزيد عن هذه المعروضات، ثم النقر مرة أخرى بالاستجابة السلوكية أو القرار المناسب للشراء أو طلب الخدمة.

8. توفير أدوات التفاعل للمشاهدة أو المتلقي في صورة دائمة من خلال الاتصال بالشبكات، أو في البرامج والمواد المذاعة. مثل الرسائل القصيرة والبريد الإلكتروني والمحادثة.

9. توفير طرق تخزين المواد التي يتم عرضها، وإمكانية استعادة مشاهدتها سواء في خوادم الإنتاج التلفزيوني، أو الوحدات الملحقة مثل الصندوق الفوقي أو وحدات المعالجة المدمجة.

تطوير مستويات التفاعلية في الإنتاج والعرض التلفزيوني:

حدد ديرك شولز (D. Schulzy) تطوير مستويات التفاعلية في ستة مستويات والتي يمكن

توضيحها في الآتي (عبد الحميد، مرجع سابق، 193-196):

المستوى الأول: يسمى المستوى الأساسي أو الأولي للتلفزيون، وفي هذا المستوى كانت أحد المحاولات وأقدمها برنامج Winky Dink الذي كان يطلب من الأطفال رسماً على ورق خاص فوق شاشة التلفزيون لمساعدة وينكي دينك للخروج من أحد المواقف الصعبة أو تجنب بعض العقبات، وبالتالي كان يشعر الأطفال بأن خروج وينكي دينك من هذه المواقف يتوقف على مساعدتهم.

المستوى الثاني: اهتم بالمشاركة التلفزيونية حيث يهتم هذا المستوى بالتفاعل بين المشاهدين وبرامج التلفزيون من خلال الحوار المتبادل ولذي يتم من خلال المكالمات التلفزيونية وهو ما يسمى الذي يطلب فيه المشاهد الاستوديو مباشرة. وأحد الأمثلة التي انتشرت منذ السبعينات التي أطلق عليها الرجوع غير المباشر عندما يطلب من المشاهدين القرار حول الموسيقى المستخدمة في البرنامج باستخدام الإضاءة وقياس مستوى الذروة في المشاهدة بواسطة رصد الاستهلاك في محطات الكهرباء المحلية.

المستوى الثالث: وهو ما يطلق عليه التلفزيون الموازي الذي يرتبط بتعدد القنوات. التي يعرض فيها الفيلم مقسماً إلى مقاطع يتم عرضها في عدة قنوات من نقاط مختلفة للمشاهدة، وبذلك يمكن للمشاهد أن يرى الفيلم من النقطة أو وجهة النظر التي يرغبها. وشهدت أحد هذه التجارب في سويسرا في عام 1986م عندما كان الفيلم يتم مشاهدته من مقدمة المسرح وخلفيته من قناتين مختلفتين في نفس الوقت. وهذا المستوى يقترب من نظام الفيديو تحت الطلب والذي يتم خلاله بداية البرنامج على قنوات عديدة في أوقات متبادلة، ومن خلال التبديل البسيط بينهما في نفس الوقت يمكن متابعة البرنامج مع استمرار المشاهدة. وهذا النظام يحتج قدراً كبيراً من حرية القنوات، ويستخدم مبدئياً في المجتمعات المغلقة مثل الإذاعة الداخلية في الفنادق، أو بواسطة شبكة كوابل خاصة.

المستوى الرابع: الخدمات الإضافية. مثل خدمة الفيديو تكس حيث تعتبر هذه الخدمات شكلاً تكميلياً أو مضافاً للمعلومات التي يتم تقديمها بجانب برامج التلفزيون مثل العناوين الفرعية للبرامج المذاعة، والبرامج الإلكترونية الإرشادية. وهذا النظام يعمل بدون قناة راجعة تعكس استجابات المشاهد، ويعتبر شكلاً انتقائياً للوصول إلى المعلومات باعتباره أحد الأشكال التفاعلية القائمة على نظام لوحات الرسائل المنزلية التي تقدم المعلومات الإضافية للمشاهد أثناء عرض البرامج أو المواد المذاعة.

المستوى الخامس: وهذا المستوى والمستوى السادس هو المستويات التي تصف المستويات المتقدمة للتفاعلي في التلفزيون. والمستوى الخامس هو الذي يقدم الخدمات الإعلامية تحت الطلب، باعتباره الهدف النهائي للتلفزيون التفاعلي. حيث يمكن للمشاهد اختيار برنامجه في شبكة الانترنت كما يختار فيلماً من مكتبة الفيديو. وهو ما يحتاج إلى تطوير البنية الأساسية للاتصال المزدوج وخطوط النقل والتوصيل السريعة مثل ADSL، ومثلها أيضاً المشاهدة المدفوعة الذي يتم بالمشاركة مع الفيديو تحت الطلب بناء على ترتيب البرامج التلفزيونية وارتباطاً بالجودة وتكلفة الإنتاج، والسوق المتاحة القائمة.

المستوى السادس: هو التلفزيون الاتصالي وهو المدخل إلى شكل التلفزيون التفاعلي الذي يعتمد على الاتصال المزدوج بين المشاهدين ومقدم المحتوى، مع إمكانية التحول بين الفيلم أو البرنامج التفاعلي دون ارتباط بوقت خريطة العرض والمشاهدة.

ويرى ديرك شولز أن ذلك يقوم على ثقافة تطوير المحتوى، مختلفاً في ذلك عن الفيديو التفاعلي، ويمكن تغيير المحتوى ليناسب ثقافة التفاعلية الجديدة، ويتطلب إنتاج أفلام من نوعية جديدة ومنها على سبيل المثال فيلم المعالم أو التحقيق الذي يحمل نهايات متنوعة أو تلميحات أو مثيرات يمكن أن يتدخل المشاهد بتغيير اتجاهها. وكذلك برامج جديدة يتم تطويرها بواسطة وصلات محتوى

الفيديو الفائق الذي يسمح بالانتقال من موضوع إلى آخر، والتجول خلال وصلات الأخبار اليومية واللقطات المرتبطة بها. بالإضافة إلى التطوير في ثقافة الخدمات المصورة كما في التجارة الإلكترونية والإعلان التفاعلي.

ويرى أيضاً أن التفاعلية سترفع من قيمة التلفزيون أكثر حيث يمكن النقل الحي باستخدام الانترنت أو التلفزيون المحمول أو أي أداة أخرى غير التلفزيون التقليدي بنفس لجودة التي تميز النظم الرقمية، ولا يتعارض ذلك مع مطلب الاتصال المزدوج أو التفاعلي بجان المشاهدة الحية في التلفزيون تصبح واقعية وليست اعتماداً على التوليف الصناعي مثل الضحك الصناعي في لمواقف الاجتماعية أو برامج المسابقات أو التسلية. ويرفع قيمته أيضاً الاتصال بالمواقف الحقيقية للناس في العالم الحديث. استجابة للرغبات الشائعة في تجاوز العزلة. ويرى أيضاً أن الانترنت هي نوع من التلفزيون يتسم بالتفاعلية – فهي تلفزيون تفاعلي، ومجتمعات كثيرة تشرع في التسمية تلفزيون الانترنت.

تلفزيون الانترنت:

حتى وقت قريب، كان التلفزيون يبت فقط عن طريق الأنظمة الأرضية والكوابل والأقمار الصناعية. ومع تقدم التكنولوجيا والتطور في سرعة الاتصال بالانترنت، وزيادة استخدامها وانخفاض تكلفة الاستخدام بشكل عام، ظهرت تطبيقات تلفزيونية جديدة كلياً. هذه التطبيقات، ورغم كونها في حالة تطور وتغير مستمر على مستوى التكنولوجيا، بدأت تشكل تحدياً لمبادئ الإعلام التقليدي ومؤسساته. ولكي نفهم أبعاد هذه التحديات، فلا بد من فهم طبيعة تلفزيون الانترنت الذي يشمل مجموعة من التطبيقات والأنظمة التي يوزع ويبث بها الفيديو على الانترنت. ويتقاطع عمل تلفزيون الانترنت بأنواعه المختلفة مع نظام الفيديو عند الطلب ونظام الصوت عبر بروتوكول الانترنت

والهاتف الرقمي وشبكة الوب. هذه الثلاثية هي عبارة عن حزمة متكاملة لخدمة هذا النوع من التلفزيون يطلق عليها التشغيل الثلاثي (مطر، مرجع سابق، 41).

طبيعة تلفزيون الانترنت:

يخلط الكثيرون بين تلفزيون الانترنت وتلفزيون بروتوكول الانترنت. إلا أنهما في الواقع نوعين من أنواع التلفزيون الشبكي، فتلفزيون الانترنت ليس خدمة تنزيل أو تحميل بل توصيل مباشر من قبل شركات الاتصالات. وبينما يتم بث النوعين بواسطة بروتوكول الانترنت، إلا أن النقاط النهائية لكليهما تختلف، فتلفزيون الانترنت، وهو في الغالب يقوم على مبدأ الدفع مقابل المشاهدة، يصل إرساله إلى المشاهد عبر جهاز استقبال خاص للتحكم في البث وفي عائدات التوزيع، ولا يحتاج تلفزيون الانترنت غير شاشة للمشاهدة واتصال سريع بالانترنت. وهذا النوع يطلق عليه أيضاً اسم انترنت الدي أس (DSL TV) كما يطلق عليه تلفزيون الحزمة العريضة (Broadband TV) لوصف نوع الاتصال السريع بالانترنت الذي يمثل أحد أشكال البث التلفزيوني، ومع محاولات الوصول إلى أعلى مستويات الترفيه، أحياناً يصل المطورون إلى تقنيات كانت لا تأتي إلا في الأحلام قديماً، وهذا هو الحال مع تقنية الـ IPTV. الذي يعني استخدام خدمات الوسائط المتعددة مثل: التلفزيون، الفيديو، الصوت، الكتابة، الأشكال، وغيرها من خلال استخدام بروتوكول الانترنت، والاستفادة القصوى من البنية الأساسية لبروتوكول الانترنت في إذاعة القنوات التلفزيونية وإجراء الاتصالات والاستمتاع بانترنت سريع، ولاشك في أن هذه الخدمات تحتاج لبنية أساسية قوية ونظام حماية قوي.

خدمات تلفزيون الانترنت:

تتنوع خدمات تلفزيون الانترنت لتشمل طيفاً لا حد له من الأنواع التي تظهر سريعاً، وبعضها يختفي مثلما ظهر وبعضها يحقق جماهيرية واسعة وخاصة إذا ما كان مبنياً على نظم برمجية سهلة الاستخدام من قبل المستخدمين. ويمكن حصر أنواع خدمات تلفزيون الانترنت فيما يلي (صادق، 2015، انترنت):

- محطات تلفزيونية تقليدية تبث موادها على الشبكة، وهي تبث بشكل مباشر نفس المادة التي تعرضها في الشاشة التقليدية أو تبث برامج ونشرات أخبار كاملة.
- محطات تقليدية، تقدم مقاطع منتقاة وأحياناً عند الطلب في مواقع خاصة بها في الشبكة، وهذا النوع يتركز بشكل أساسي في خدمات قنوات الأخبار مثل بي بي سي وسي أن أن وغيرهما.
- محطات تلفزيونية تقليدية، تبث مواد إضافية يتم إنتاجها بشكل خاص للبث في شبكة الانترنت، وهذه تفتح بوابة إضافية لخدماتها.
- قنوات وبرامج تلفزيونية توجد فقط على الانترنت. وهذا النوع يقدم محتوى مستحدث كلياً ويطور التكنولوجيات الخاصة بالبث ويقدم مواد مجانية وأخرى عند الطلب برسوم اشتراك محددة.
- مقاطع فيديو تقدمها بعض المواقع مثل اليوتيوب وغيرها.
- مواقع فيديو مقطعة يطلق عليه Webisode، وهي عبارة عن مسلسلات تلفزيونية تبث عبر الانترنت.
- مواقع لقرصنة الأفلام السينمائية والبرامج والمسلسلات التلفزيونية تقوم بتوزيع المواد بواسطة برمجيات خاصة.

- مواقع بيع الأفلام السينمائية والبرامج والمسلسلات التلفزيونية تقم بتوزيع المواد بواسطة برمجيات خاصة.

- مواقع بيع الأفلام السينمائية والتلفزيونية مباشرة من منتجها بإرسالها إلى من يطلبها إلى جميع أنحاء العالم.

ثالثاً: مواقع الصحف والصحف الإلكترونية:

فرض الانترنت نفسه كوسيط إعلامي جديد لما سطرته أبجديات الإعلام وفرض تغييرات جذرية في مفهومه التقليدي، حيث طورت علاقة الفرد بمحيطه لا سيما علاقة القائم بالاتصال مع المتلقي، حيث أصبح هذا الأخير في تفاعل دائم مع النصوص الإعلامية وحتى الوسيلة الحاملة لهذا النص.

يأتي الإعلام الرقمي ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ولا يعني الإعلام الرقمي مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحف المطبوعة) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تمس أيضاً كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية الراجعة (أمين، 2007: 91).

الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن محتويات يتم إصدارها ونشرها على الشبكة الدولية سواء كإصدارات إلكترونية للصحف الورقية أو موجز لأهم محتوياتها أو كمجلات وجرائد إلكترونية أصلية ليس لها إصدارات عادية على الورق (اللبان، ب.ت، 123).

مفهوم الصحافة الإلكترونية:

شهدت الصحافة المكتوبة منذ ظهور المطبعة، هذه الثورة التي يعتبر النشر الإلكتروني أهم محركاتها، وفي المنطقة الجديدة لثورة النشر تأثرت صناعة الصحافة كأحد أشكال الإعلام بشكل ملحوظ فظهر ما يسمى بالصحيفة الإلكترونية، والتي أخذت عدة تسميات أخرى الصحيفة الخيالية، الصحيفة على الخط، الصحيفة خارج الخط.

لقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية، حيث عرفها سعيد الغريب النجار بأنها "تلك التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصدار إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم" (الغريب، 2001: 213).

ويضيف الباحث عماد بشير في تعريفه للصحافة الإلكترونية على أنها "تتطبق عليها مواصفات الصحيفة اليومية المطبوعة، لجهة وتيرة الصدور ولجهة تنوع المواضيع بين السياسية، الثقافة، الاجتماع والرياضة، ولجهة تنوع شكل المادة الصحفية بين الخبر، المقابلة، التحليل والمقالة، لكن أهم ما يميزها عن الصحيفة المطبوعة هو توافر المادة الصحفية على شكل نص إلكتروني يمكن البحث فيه وتحريره من جديد بعد استرجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحفية جديدة، ومن المزايا الأخرى سرعة الوصول إلى مادة صحفية بأكثر من طريقة (بشير، 2002: 32).

يعرفها جواد راغب الدلو بأنها "الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة، وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الإطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الانترنت" (أمين، مرجع سابق، 94).

نلاحظ أن التعريفات للصحافة الإلكترونية التي تم إبرازها تتفق في النقاط التالية:

- الصحيفة الإلكترونية تأخذ طابعاً متغيراً دورياً .
- الصحيفة الإلكترونية لا تأخذ الشكل الورقي.
- المادة المكونة لها ليست نصوص كتابية فحسب بل يمكن أن تكون مزودة بالصوت والصورة المتحركة.
- إن الصحافة الإلكترونية تبقى دائماً متميزة عن الورقية بسرعتها وقدرتها في معالجة النصوص و تخزينها وإعداد إرشيف لها .

خصائص الصحافة الإلكترونية:

تختص الصحافة الإلكترونية وتتميز عن مثيلتها الورقية بالآتي:

1. التفاعلية: حيث تتميز باتصال تفاعلي مباشر كمشاركة القراءة في غرفة الحوار وخدم المراسل التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحافة ومحرريها ومراسليها وكذا اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الإلكتروني والاستفتاءات أو القوائم البريدية (الحمود والعسكر، 2002: 11).

2. الديناميكية: فالصحافة الإلكترونية ليست ساكنة، وهذه الطبيعة الديناميكية هي التي تيسر إمكانية استخدام تقنية الهيبيرتكت، وهو نظام تقديم للنص يستطيع منه المستفيد أن يكون حراً

في توجه حركيته بطريقة تكون منطقية له بلداً من أن يكون محصوراً في الشكل التتابع المنطقي للكاتب.

3. المباشرة والتحديث المستمر: يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية، تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدمات إخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالانترنت التي تعد المباشرة والفورية أحد سماتها.

4. الشبوع والانتشار: أي أنه يخلق مساحات جديدة للنشر، فوجود الصحافة الإلكترونية يخلق مساحات جديدة للناشرين والمؤلفين معاً، وذلك عن طريق إزالة الحدود الجغرافية، بحيث أن الصحافة الإلكترونية تدخل بقوة في مجال الدولية متجاوزة المحلية والإقليمية (مليك، 2006: 94).

5. تعدد خيارات التصفح: حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضافت اهتماماتها ما تتطلع إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقاً لما تطلب (أمين، مرجع سابق، 106).

رابعاً: المواقع الإخبارية:

المواقع الإلكترونية الإخبارية:

المواقع الإلكترونية الإخبارية هي التي تعتمد على الانترنت كمجال لعملها، وهي مواقع شاملة متخصصة في الأخبار، بالإضافة إلى تقديم خدمات ترفيهية واجتماعية وخدماتية من أحوال الطقس وشريط الأحداث.

تعرف المواقع الإلكترونية الإخبارية بأنها "أحد أصناف الصحافة الإلكترونية ذات عنوان ثابت على شبكة الانترنت، تعرض الأخبار والأحداث الجارية في كافة أنحاء العالم من قبل ذوي الاختصاص في الصحافة والإعلام، إضافة إلى تقديم خدمات ترفيهية واجتماعية وخدماتية، وتعتمد على كافة المصادر الإخبارية المتعارف عليها، وهدفها الأساسي هو نشر الأخبار بالنص والتحليل على صفحات الموقع وبشكل دوري ومستمر، وتكون هذه المواقع متاحة لمن أراد الإطلاع عليها سواء مجاناً أو باشتراك" (الحجار، 2005: 16).

مكونات الموقع الإلكتروني:

لكل موقع إلكتروني عنوان يتكون من:

1/ بروتوكول نقل النص التشعبي: وهي عبارة عن مجموعة المقاييس المتفق عليها المستخدمة بين الحاسبات التي تتم بها عملية الاتصال والمشاركة بالملفات.

2/ اسم فريد لكل موقع أو عنوان فردي يسمى URL: وهي اختصار لـ Uniform Resource Locator، ويعطي هذا الاسم من قبل مركز معلومات الشبكة.

وكل العناوين تنتهي عادة بثلاثة حروف توضح نوع نشاط الموقع مثلاً.

1. المنظمات مثل اليونسيف هي منظمة دولية أعطى لها .org.

2. الشركات والمؤسسات والأسواق التجارية تنتهي بـ .com.

3. الكليات والجامعات والمعاهد مثلاً أعطيت لها .edu.

4. الجهات الرسمية الحكومية أعطيت لها .gov.

5. الجهات العسكرية أعطيت لها .mil.

أما الخدمات الأخرى فأعطيت لها بروتوكولات أخرى وهي على النحو التالي (العديني، 2016،
انترنت):

لتبادل الملفات: .transfer protocol fit://file.

قوفر: gopher://gopher.site.

المجموعات الإخبارية news: newsgroup

الاتصال عن بعد: telnet://telnet.

البريد الإلكتروني: mailto: e-mail address

الوصلات والروابط التشعبية:

الرابط التشعبية Link or Hyperlink عبارة عن كلمة أو صورة أو شعار أو رسم أو جرافيكس يتم تظليلها أو تعيينها بطريقة ما من قبل صاحب الموقع، بوضع تحتها خط أو بنط كبير أو إظهارها حروف سوداء عريضة أو مرقمة.. الخ، وهي تمثل ببساطة اتصالاً محتوي ملفين مختلفين (أو بين جزأين مختلفين في ملف واحد)، وبالضغط على النص المحدد أو صور الجرافيكس يتم تنشيط الروابط (بخيت، 2004: 361).

وقد تصل الروابط التشعبية المستخدم بصفحة أخرى أو بجزء من نفس الموقع، أو بمواقع أخرى أو تنقله من جزء إلى آخر داخل نفس الملف أو إلى ملف خر داخل نفس الكمبيوتر المضيف،

كما قد تنتقل المستخدم إلى كمبيوتر مضيف آخر قد يكون في دولة أخرى أو في قارة أخرى، ويمكن أن تنتقل المستخدم إلى تطبيقات أخرى على شبكة الانترنت مثل عناوين FTP للبحث عن موضوع معين على شبكة الانترنت أو إلى أحد عناوين البريد الإلكتروني لإرسال رسالة إلى شخص أو جهة ما. ويعد الروابط عنصر أساسياً من عناصر مواقع الانترنت، فهي قلب وروح (الورلد وايد ويب)، وأحد أرز معالم الانترنت التي يوجد عليها ملايين الروابط، وهي طريقة سريعة للوصول للمعلومات، وتساعد المستخدم على تحديد مدى العمق الذي يريد أن يستكشف به موضوعه، وكلما زادت عدد الروابط زادت عدد الزيارات للموقع، وزاد بالتالي نشر المعلومات عبر الصفحة.

الفرق بين الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الإخبارية:

ولمزيد من الإيضاح لمفهوم المواقع الإلكترونية الإخبارية، لابد من التفريق بينها وبين الصحف الإلكترونية، والتي يمكن تحديدها في الآتي (غنائم، 2016، انترنت):

من أبرز الفروق بين "الصحيفة الإلكترونية" و "الموقع الإلكتروني الإخباري" هو طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداء على الورق بالصورة التقليدية كأى صحيفة عادية، لكن القائمين عليها ارتأوا لمجاجة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الانترنت، فأنشأوا لها موقعاً على الانترنت. وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هي نسخة طبق الأصل "كربونية" من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقياً وتوزع بصورة اعتيادية. مع الأخذ في الاعتبار أن هنالك صحف إلكترونية التي ليس لها نسخة ورقية.

أما الموقع الإلكتروني الإخباري، فقد نشأ ابتداء على الانترنت، وليس له أصل ورقي، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الانترنت.

وليس هذا هو الفرق الوحيد بين النوعين، فما ذكرناه عن طبيعة النشأة، يدفعنا للحديث عن طاقم العمل، وهو هنا بالنسبة للصحيفة الإلكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين الذين ينصب جل اهتمامهم - إن لم يكن كله - على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني. أم الموقع الإلكتروني الإخباري، فيختلف فيه الأمر تماماً عن الصورة السابقة، ويتسع فريق العمل داخله ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققين اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم الملتيميديا الذي يوفر الصور المصاحبة للمواد المنشورة، وهذا على أقل تقدير.

فرق آخر يميز الموقع الإلكتروني الإخباري عن الصحيفة الإلكترونية، هو زمن تحديث الأخبار، ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن التحديث - في الغالب - بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أم أسبوعية، أما بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة بعد أن تأخذ دورة النشر لاعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين.

ولا ننسى أن المواقع الإلكترونية الإخبارية تعمل كذلك على بث ما يعرف بالأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة فهي تتعلق بزمن النشر قياساً إلى زمن حدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر ما يسمى "الخبر العاجل" بمجرد الانتهاء من كتابته، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي الذي يمر تقريباً بخمسة مراحل قبل أن يظهر للمستفيد النهائي مباشرة.

يرى الباحث أن هذه الفروقات لا يمكن الاعتماد عليها في السنوات الأخيرة، فقد أنشأت العديد من المؤسسات الإعلامية، سواء كانت تلفزيونية أو صحيفة أو خلاف ذلك مواقع إلكترونية إخبارية، تفوقت على المواقع الإلكترونية الإخبارية ذات المنشأ الإلكتروني، لما لهذه المؤسسات من إمكانيات إعلامية كبيرة. فعلى سبيل المثال، أصبح موقع الجزيرة الإخباري من أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية معتمداً على الإمكانيات الإعلامية الكبيرة التي تمتلكها مؤسسة الجزيرة الإخبارية. فلذلك يمكن القول أن المواقع الإلكترونية الإخبارية، أصبحت وسيلة من وسائل المؤسسات الإعلامية في نشر الأخبار وتقديم الخدمات التفاعلية.

سمات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

يمكن تحديد سماتها فيما يلي (بخيت، مرجع سابق، 179):

1. **التغطية الصحفية الفورية:** حيث تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الانترنت، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، كما تتوفر بعض هذه المصادر خدمة الـ Breaking News التي توفر معلومات الأخبار المفاجئة.
2. **التغطية الصحفية الحية:** حيث يمكن أن توفر الإنترنت تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، فضلاً عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد، وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي على الانترنت.
3. **التغطية الصحفية المتعمقة:** حيث تتوافر على الانترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوع بطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما يوجد

العديد من الروابط Links، والتي تحي الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصاءات وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، فضلاً عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد معلومات وموسوعات ومراجع وقواميس... الخ. والتي تساعد في استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته.

4. التغطية الصحفية التفاعلية: حيث تتيح الانترنت إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ، الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة.

5. التغطية الصحفية الرقمية: حيث تتوفر الانترنت العديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها في أي وقت، وهو أمر مهم في العمل الصحفي، حيث يوفر الجهد والوقت، كما يفتح آفاقاً رحبة لأداء الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.

6. التغطية الصحفية متعددة الوسائط: حيث توفر الانترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي جعل التواجد الصحفي عليها مميزاً، مثل الصوت والصورة ولألوان والجرافيكس واللقطات المتحركة، وهي أمور تفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث، وتقره من شخوصه ومصادره وأجوائه، كما تسير أداء الوظائف الصحفية من أخبار وشرح وتفسير، فضلاً عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأنماط والأحجام والخلفيات والمساحات والأبناط.. الخ.

7. **التغطية الصحفية المتكاملة:** حيث تجمع الانترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من

عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدراً صحفياً يزود بالمعلومات، وأداة اتصال بالمصدر

مثل التليفون ولبريد الإلكتروني وجماعات النقاش، وهي وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات وهي

مكتبة وأرشيف ضخمة.. الخ. وتساعد كل هذه العناصر على إمكانية قيام الصحفي بتغطية

متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه.

8. **التغطية الصحفية لذاتية:** حيث بمقدور الصحفي - باستخدام الانترنت - القيام بكل مفردات

العمل الصحفي بمفرده، من اختيار الموضوع، وجمع بياناته، والاتصال بمصادره، وكتابته بل

ونشره.

9. **التغطية الصحفية المؤلفة:** حيث يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التي توفرها الانترنت

وفقاً لاحتياجات القراء من الأخبار والمعلومات، وتفضيلاتهم الصحفية واهتماماتهم وأوقاتهم

وتنقلاتهم.

10. **التغطية الحرفية الموضوعية:** حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات

الانترنت، ويمكن مقارنة توجهاتها ورؤيتها ومعالجته له، وهو ما يساعد على تكوين صورة

موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات

11. **التغطية الصحفية المستمرة:** فالعمل الصحفي على الانترنت لا يتوقف على مدار الـ 24

ساعة، بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر، فضلاً عن السرعة في التغطية.

12. **التغطية الصحفية اللامحدودة:** لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الانترنت، تسمح بتغطية

كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

المبحث الثالث

وسائل الإعلام الرقمي

إن وسائل الإعلام الرقمي عديدة وتشمل مواقع التواصل وغيرها، مثل المواقع الإلكترونية، لكنها تمثل ذروة التطور في عالم الإعلام الرقمي، وقد أطلق مارشال ماكلوهان، صاحب نظريات وسائل الإعلام، مصطلح "القرية العالمية" لوصف عالم وسائل الإعلام الاجتماعية الذي كان يتكشف أمامه في التسعينيات من القرن العشرين، وقبل عقود من قيام الاحتجاجات المناهضة للعولمة، حيث أدرك ماكلوهان أن القرية العالمية الناشئة سوف تكون معرضة لكافة أشكال العولمة (محمد علي، 2016: 7).

فوسائل الإعلام الرقمي عديدة ومتطورة باستمرار على شبكة الانترنت، إلا أن هنالك وسائل هي من الأهمية بحيث سيتم التركيز عليها في هذا المبحث والتي تتمثل في الوسائل التالية:

1. مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر والواتس آب ويمكن من خلالها التواصل الاجتماعي والسياسي والثقافي والإعلامي، وهي وسائل واسعة الاستخدام والانتشار، ويمكن من خلالها نفل ونشر الأخبار ومشاركة الصور والفيديوهات.. الخ.
2. المدونات؛ وهي وسيلة للكتابة ونشر الأفكار والآراء الخاصة، وتختلف عن المذكرات الحقيقية في أنها تستخدم الانترنت كوسيلة، ويمكن من خلالها تلقي تعليقات القراء، وبعضها يختص بنقل الأخبار بمختلف أنواعها، بعضها الآخر يختص بأمور شخصية ويومية.

3. المواقع الإلكترونية: بعضها أخبارية كمواقع الصحف وبعضها تجارية واقتصادية لعرض السلع

وبيعها، وصفحات دينية وترفيهية وتعليمية.. الخ.

4. المراسلات البريدية مثل الياهو والهوتميل، ويمكن من خلالها إرسال المخاطبات والمراسلات

والرد عليها وهي وسيلة سهلة وسريعة وغير مكلفة.

5. مواقع المحادثة، ويمكن من لخالها إجراء المكالمات والمحادثات الفورية مثل سكاى بي والفيبر

وهي وسيلة سهلة وغير مكلفة.

أولاً : مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة، نوعاً من التواصل الاجتماعي، بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضين قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسمى هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين.

ونتيجة تنامي ظاهرة العولمة ظهر مفهوم الإعلام الجديد "إعلام التواصل الاجتماعي" كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، والذي يشارك فيه القارئ أو المتلقي أو الجمهور بصورة عامة بدلاً من أن يكون مستقبلاً للرسالة الإعلامية فقط ومتأثراً بمضمونها، حيث أدى التطور التكنولوجي دوراً فاعلاً ومهماً في إضفاء ما يعرف بالتفاعلية على هذا النوع من الإعلام، فأصبح بإمكان المستفيد (الجمهور) التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، بل أصبح هذا المستفيد في بعض الأحيان هو صانع المادية الخبرية نصاً وصورة وتعليقاً، ومن ثم أصبح مشاركاً حقيقياً في العمل الإعلامي، ومن أهم أدوات الإعلام

الجديد مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، أهمها الفيسبوك وتويتر والواتس آب، والتي استطاعت أن تخلق إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية المعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة، وتنقل الحدث أولاً بأولاً ومن مكان حدوثه، ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف، ومن دون شك فإن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي بجدارة مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة، ونشرها في مختلف مناطق العالم، فهي قادرة على تحقيق مساعي العولمة لتنميظ ثقافة الشعوب، وقادرة على تجسيد ما يرمي إليه الإعلام الغربي عبر الفيسبوك وتويتر والواتساب آب، التي يعتبرها العديد من الكتاب والمختصين وسيلة لنشر قيم العولمة الغربية بجدارة، وتحقيق غاياتها خاصة في المجال الثقافي فهي العربة التي تنقل عدة ثقافات وقيم وأنماط سلوكية ومضامين لعدة متلقين في كل أنحاء العالم، بكل سهولة وبتكلفة قليلة (بدران، 2010: 83).

وعلى الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999م و 2001م وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002م. فمع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحاً دفع (جوجل) إلى محاولة شرائها سنة 2003م، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من العام نفسه، ظهرت في فرنسا شبكة (skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة

اجتماعية سنة 2007م، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل، حسب إحصائيات يناير 2008م، إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين (عمار، 2010: 9).

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينيات حيث أنشئ موقع (classmates.com) عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.com عام 1997م الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء (خالد، 2008: 5).

ومع بداية عام 2005م ظهر موقع MySpace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومع منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبييس حيث وصل عدد المشتركين في فيس بوك بعد ست سنوات من عمره أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم (السيد، 2009: 11).

مفهوم الشبكات الاجتماعية:

يعرف فايز الشهري الشبكة على أنها "نظام المعلومات العالمي الذي يتصل ببعضه بواسطة عناوين متفردة معتمدة على بروتوكول الانترنت (IP)، أو لواحقه وتوابعه الفرعية (الغريب، 2010: 17). كما عرفها عبد الله الغامدي وإسماعيل وصفي بأنها "مجموعة من الحواسيب مرتبطة بعضها ببعض، لتكون شبكة عالمية وشبكات الاتصال (الغامدي، 2011: 29).

فالشبكة إذا هي التي تتميز بأنها نظام عالمي خارج حدود المنطقة والدولة، وأنها عالم افتراضي تقني، وأنها تعتمد على بروتوكولات لنقل المعلومات، وأن الاتصال فيها يتم من خلال عناوين خاصة وأجهزة إلكترونية (جرجاني، 2012: 23).

أما الاجتماع ضد الانفراد، والاجتماع تقارب اجسام ببعضها البعض، وأصل الكلمة (جمع)، والجيم والميم والعين أصل واحد، يدل على تضام الشيء واجتماعه، والعلاقات الاجتماعية ضد الفردية، ومنه صلاة الجماعة (سميحة، 2001: 17).

منذ ذلك فإن مصطلح الشبكات الاجتماعية يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد، أو مدرسة، أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات، فالشبكات الاجتماعية: هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين (Reitz, 2012: 3).

يتبين من التعريف السابق أن الشبكات الاجتماعية تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة مميزات من أبرزها (Seeat, 2012: 1):

1. أن هدف هذه المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي، تقني، يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق، ودول مختلفة، على موقع واحد تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.

2. إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف، أو التعاون، أو التشاور، أو لمجرد الترفيه فقط، وتكوين علاقات جديدة، أو حب للاستطلاع والاكتشاف.

3. إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل، ويستقبل، ويقرأ، ويكتب، ويشارك، ويسمع، ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والإطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الإطلاع، ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.

4. المساهمة في نقل التعليم من مرحلة التنافس، إلى مرحلة التكامل، من خلال مطالبة جميع المتعلمين بالمشاركة في الحوار وجمع المعلومات.

5. جعل التعليم والتعلم أكثر متعة، وحيوية، ومعايشة على مدار الساعة.

6. مشاركة التحدي، حيث يمكن للمعلم إشراك طلابه في تنفيذ مشاريع تتعلق بالترويج لمؤسساتهم التعليمية، بهدف قياس مواهبهم وإثراء قدراتهم، ومدى ثقتهم بأنفسهم.

7. إدخال أساليب جديدة، تشجع على طرح الأفكار، وتعزز روح المشاركة والتواصل بين المتعلمين.

8. تمكين المعلم من أن يضع لنفسه ساعات مكتبية، يتيح للطلاب خلالها التواصل معه وطرح الأسئلة وتلقي الإجابات.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد تقسيمات الشبكات حسب الاستخدام، والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

1. شبكات شخصية: وهي لشخصيات محددة، وأفراد، ومجموعة أصدقاء، تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل Facebook.

2. شبكات ثقافية: وهي تختص بفن معين، وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل

(Library Thing).

3. شبكات مهنية: وهي تهتم بأصحاب المهن المتشابهة، لخلق بيئة تعليمية، وتدريبية فاعلة مثل

(Linked In).

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً، هي (عبد الجواد، 2011:

(23):

1. شبكات تتيح التواصل الكتابي.

2. شبكات تتيح التواصل الصوتي.

3. شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية في توفير أكثر من طريقة للتواصل، حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين (جريدة العرب: 2009/3/18م):

1/ شبكات داخلية خاصة: وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس، تمثل مجتمعا مغلقا، أو

خاصا، يمثل الأفراد داخل شركة، أو تجمع ما، أو داخل مؤسسة تعليمية، أو منظمة. ويتحكم في دعوة

هؤلاء الأشخاص فقط، وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع، والمشاركة في أنشطته، من تدوين

وتبادل آراء وملفات، وحضور اجتماعات، والدخول في مناقشات مباشرة، وغيرها من الأنشطة.

2/ شبكات خارجية عامة: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة، ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع، وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة (Facebook).

مميزات مواقع الشبكات الاجتماعية:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات منها ما يلي (صحيفة بوابة الشرق، 2012):

1. العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحكم فيها الحدود الدولية، فيستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
2. التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، هو مرسل وكاتب ومشارك، لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين والقراء.
3. التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء وهكذا.
4. سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية، تستخدم الحروف، والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
5. التوفير والاقتصادية: في الجهد، والوقت، والمال في ظل مجانية الاشتراك، والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، فهي ليست حركاً على أصحاب الأموال، أو حركاً على جماعة دون أخرى.

أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

واستناداً على ما سبق يمكن القول بأن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات

الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، خاصة فيما يتعلق بظهور شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك وتويتر والواتس آب، فيما يلي فكرة موجزة عن هذه المواقع:

1/ الفيسبوك Facebook:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه مارك زوكيربرج "Mark Zuckerberg" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار، وفي عام 2004م أطلق (مارك) الفيسبوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسبت شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر "مارك" أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذا ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006م إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007م، أما التسمية Facebook فمرجعها ينسب إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستخدمين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب (المنصور، 2012: 7678).

إن المتأمل للفيس بوك سيفاجأ بهذا الكم من التوصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد وهو ما يطرح لدى الشباب رغبة لا تقاوم في إظهار ذاته كما يود فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشد بها انتباه الآخرين فهو ما دام صاحب موقع إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق (السيد وعبد العال، 2009: 18).

يرى الباحث أن الفيس بوك هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجر الزمن والمكان، ويعد موقع الفيس بوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيس بوك اليوم منبراً افتراضياً للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية. وهو من أنشط المواقع التي أثرت في الساحة العالمية، خصوصاً الساحة العربية، حيث هو الوسيط الذي أدى إلى إنجاح ثورات الربيع العربي، كما يعتبر هو الوسيلة الأكثر انتشاراً للتعارف الثقافي والحضاري بين كافة المجتمعات العالمية.

2/ تويتر Twitter:

التويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، وكانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام 2006م عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال

التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007م، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة (الشهري، 2006، 77).

يستطيع الفرد باستخدام تويتر أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء من كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة.

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقاؤهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً، وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم، ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"

لتويتر مميزات عديدة منها: يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضاً إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقاؤك (المنصور، 2012: 88-89).

3/ الواتس آب WhatsApp:

هو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المناصب للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، والوسائط. وتأسس الواتس آب في عام 2009م، من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو ويقع مقرها في سانتا كلارا في كاليفورنيا، يتنافس الواتس آب مع عدد خدمات الرسائل الآسيوية مثل KakaoTalk، Line، وغيرها. تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية على الواتس آب في آب 2012م كما زاد مليارين في نيسان 2012م ومليار في أكتوبر الماضي وفي 13 يونيو 2013م أعلنت الواتساب على تويتر أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية الجديدة إلى 27 مليار رسالة. وقد قامت شركة الفيسبوك بشراء الواتس آب في 19 فبراير من العام 2014م بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي.

ثانياً: المدونات:

المدونات ومفردتها مدونة لعنكبوتية مكتوبة بأسلوب صحفي ومرتبطة زمنياً من الأحدث إلى

الأقدم تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة. وهي أقرب ما تكون إلى الصحيفة الإلكترونية مع الفارق بأن المواد المنشورة في المدونات توضح في ترتيب زمني تصاعدي بحيث تكون المعلومات من الأكثر حداثة هي أولى المعلومات التي يطالعها المستفيد (الوردي، 2007: 2).

والمدونة تعرف بأنها: صحيفة مصغرة يحررها مدون أو أكثر على شبكة الويب، تتألف من منشورات متنوعة أو محددة باختصاص معين، وتحتوي على مقالات أو أبحاث أو خواطر نسميها مداخلات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس، أي المداخلة الحديثة تأتي في رأس صفحة المدونة تليها باقي المدونات حسب الأقدمية التاريخية.

وتعرف أيضاً بأنها "صفحة على الويب تحتوي على مقالات علمة قصيرة، منظمة وفقاً لترتيب زمني، مؤرشفة ومحدثة بانتظام، تحتوي على مجموعة من الآراء والتعليقات الشخصية، تتبع في تأليفها وإنشائها برامج خاصة بها، وتقوم بوصلات لمواقع أخرى (Webloges, Internet).

مفهوم المدونات الإلكترونية:

يعتبر التدوين الإلكتروني واحداً من أسرع الاتجاهات نمواً على شبكة الانترنت، فالمدون الإلكتروني (Web log) أو (Blog) هي منشورات على شبكة الويب تتألف في الدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس.

ووفقاً لهذه التعريفات فالباحث يرى أن تعريف المدونة هو تعريف لمجموعة من العناصر يمكن إيجازها في الآتي:

- المحتوى الرئيسي للمدونة غالباً ما يكون حول موضوع واحد معين وهو في الغالب متخصص.
- تحتوي المدونة على الموضوعات أو الأحداث بحيث تكون مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، كما تنظم المداخلات بشكل موضوعي.
- يمكن أرشفة الموضوعات القديمة حتى يصبح من السهل الرجوع إليها في أي وقت.
- تحتوي المدونة عادة على قائمة ببعض الروابط الإلكترونية لمواقع أخرى ذات صلة.
- تصمم المدونة عادة من قبل شخص يتحكم فيها يسمى (مدير / ناشر المدونة)، بحيث يكون لديه صلاحيات تختلف عن صلاحيات زوار المدونة.

نشأة وتطور المدونات:

بدأت المدونات على شكل يوميات منذ عام 1996م حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصية (Blogging, 2016, Internet). وفي عام 1999م وما بعده انتشرت المدونات واشتهرت بصورة واسعة. وتطورت آليات التدوين وإنشاء المدونات بظهور خدمات التدوين التي تستضيف المدونات مثل (Dreamhost) وظهور برامج إنشاء المدونات، وبهذه التطورات أصبح باستطاعة المدونين استخدام آليات البحث التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات. وبعد

بداية بطيئة، انتشر التدوين على الانترنت بسرعة كبيرة. فمثلاً موقع (Xanga) الذي أنشئ عام 1996م وصل عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينة في عام 1997م، إلا أنها وصلت عشرين مليون تدوينة في عام 2005م. وفي سنة 2001م أصبحت المدونات ظاهرة وازدادت أهمية مجتمع التدوين بسرة وبدأت مدارس الصحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية، بإجراء البحوث والدراسات في التدوين وفنونه وتقنياته، وملاحظة الفرق بين الصحافة والمدونات. في عام 2002م أصبحت المدونات وسيلة معتمدة لنشر الأخبار، ومصدراً للأخبار يستخدمها الساسة ومشرو الانتخابات للتعبير عن الآراء حول قضايا عديدة ذات مساس بحياة الناس كما استخدمت المدونات كوسيلة للدعاية التجارية (الوردي، مرجع سابق، 3).

وفي عام 2003م ذاع صيت المدونات إذ انتشرت المواقع الشخصية التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية وآرائهم في مختلف الموضوعات، وأحياناً في موضوع متخصص واحد. وأخذت المدونات منحى جديداً عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقات سريعة على أحداث المتلفزة مكونة بذلك ما يسمى بـ (التدوين الحي) الذي يشبه نمط النقل التلفزيوني الحي للأحداث والأخبار.

في عام 2004م، دخلت كلمة (Blog) في قاموس Wester وأصبحت من مفردات اللغة الإنكليزية، وأصبحت المدونات ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي الانترنت إلى صفوف المدونين وقراءته. وأصبح عام 2005م عام المدونات عندما خصصت صحيفة الكارديان البريطانية الصفحة الثانية منها لنشر يوميات عن المدونات، وفي عام 2006م، أنشأت هيئة الإذاعة البريطانية الـ (BBC) مدونات لمحريها (Bruemar, 2016, Internet).

يرى الباحث أن في عام 2004م أصبحت المدونات ظاهرة عامة بانضمام العديد من المستفيدين من الانترنت إلى صفوف المدونين وقراءها، وتطور الأمر بعد زاد، حيث يزداد عدد المدونين والقراء من ذلك العام بصورة مستمرة.

وبانتشار المدونات وشهرتها أصبحت المدونات توصف بأنها ثاني ثورة في لانتترنت بعد البريد الإلكتروني. ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها تميزها بالتفاعلية، والوصول المباشر إليها من قبل المستفيدين منها، وتشكيل المجموعات الإلكترونية، وساحات الحوار والمنتديات الثقافية بين محرريها وقرائها، وذلك بصورة أكثر فعالية من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى كالبريد الإلكتروني. هذا فضلاً عن توفر سجل أرشيفي للمواد المتاحة فيها يتم الوصول إليه بصورة أكثر سهولة ويسر من غيره من الأساليب. كما أنها تتيح للقارئ القدرة على التعليق والمداخلة على الأخبار والمواد المنشورة على المدونات سلباً أم إيجاباً دون عوائق للحد من حرية التعبير عن الرأي مع ثقة القارئ بأن تعليقه أو مداخلته سوف تنشر بالكامل دون أي تحريف أو حذف، وإن بإمكان جميع زوار موقع المدونات الإطلاع على ما يقوله (وميض، 2006: 12-16).

يرى الباحث أن المدونات أثارت تساؤلات عدة حول جدية هذه الظاهرة وتأثيراتها المستقبلية على وسائل الإعلام وبالتحديد على مستقبل الصحافة الورقية. وإزاء ذلك، فقد قام العديد من الصحف الورقية بإنشاء مواقع إلكترونية لها لضمان عدم تسرب قرائها وحفاظاً على مستوى العوائد المالية للإعلانات التي تشكل مورداً كبيراً للصحافة الورقية.

الملاح رئيسية للمدونة الإلكترونية:

يمكن إعداد المدونات الإلكترونية بنفس الطريقة التقليدية للصفحات الإلكترونية، مع ارتباطاتها الشعبية وأي خصائص أخرى تتعلق بالصفحات الإلكترونية، ولكن للمدونات خاصية أساسية رئيسية مهمة وهي القدرة على إضافة أو إدخال المقالات لها، وهذه الإدخالات تشبه إلى حد ما المذكرات اليومية، أو دفاتر الملاحظات الشخصية والتي تتضمن تواريخ الإدخال وأية ملاحظات يضيفه أشخاص غير المؤلف، مثل الصور والروابط.

في حقيقة الأمر، يوجد الآن ملايين من المدونات على الويب، ويتحدث في هذا الموضوع جاردن كسيني (Jardin, 2004) وهو أحد الكتاب المؤلفين في حقل التكنولوجيا قائلاً: "إن المدونات الإلكترونية امتدت لكل الناس ولكل المجالات ولكل الموضوعات، فيكاد يكون كل مهتم في مجاله مدونة خاصة به". ويؤكد سيفتي (Sigty, 2006): "إن محرك بحث المدونات الشهير (Technorati) سجل حتى عام 2006م (57) مليون مدونة إلكترونية منها 55% نشط، أي أنها قد شهدت بعض التحديثات لها على الأقل مرة واحدة في الشهور الثلاثة الأخيرة" (رشيد، 2010: 39-40).

ليست هناك حتى الآن معايير رسمية للمدونات، إلا أنها تشترك معاً في خصائص مشتركة تكفي لمحاولة تحديد المدونات وأقسامها بصورة يمكن أن تصل بها لمعايير غير رسمية. ومن وجهة نظر المستخدمين أو الزائرين، فإن المدونة هي موقع إلكتروني يتوافر فيه ما يلي وذلك حسبما يرى فوجل (Vogle: 2005) (رشيد، مرجع سابق، 40):

- محتوى منظم كمدخل مستقلة، يشتمل كل منها على نص وربما روابط فائقة، ومتاحة جميعاً في ترتيب زمني عكسي (أي من الأحدث إلى الأقدم).

- تاريخ زمني لكل مدخل، بحيث يعرف المستفيد متى تم تدوين هذا المدخل على وجه التحديد.
- سجل أرشيفي لجميع المداخل السابقة، بحيث يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل الزائرين.

الدور الإعلامي للمدونات:

يرى البعض أن المدونات بدأت تحدث أثراً في الحياة العامة للمجتمعات على عدة أصعدة سياسية واجتماعية وثقافية وإعلامية وذلك من خلال نشرها لتقارير حول أخطاء السياسيين، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم به المراسلون بكتابة تقاريرهم، ومن ثم فإن محرري المدونات أصبحوا مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء من وسائل الإعلام الرئيسية، وازداد من ثم حضور المدونات وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب التلفاز والإذاعة والصحف. وفي هذا فقد طالب خبراء المدونات بمعاملة المدونين كونهم صحفيين. وفي الأعمال التجارية، أصبحت المدونات وسيلة فعالة تستفيد منها الشركات والمؤسسات والأفراد للترويج عن منتجاتها وخدماتها وأفكارها والدعاية لها، وبهذا تدخل المدونات عالم الدعاية والإعلان شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى المقروءة والمرئية والمسموعة. وفي هذا المجال أوردت صاحبة إحدى الشركات بأن المدونات كان لها التأثير الأكبر بالنسبة لها بين وسائل الإعلان التقليدية المطبوعة من التأثير على مبيعات الكتب الأمين وفرحات، 2005، انترنت).

تكون المدونات وسيلة لنشر الأخبار، أو لنقل الأحداث والخبرات والآراء والمعلومات أو الإعلانات التجارية أو تقارير لنشاطات ذات صلة بمشروع معين. وفي هذا المجال، فهي تلتقي مع وسائل الإعلام الأخرى - الصحافة، الراديو والتلفزيون، وتكون واحدة منها. كما يمكن أن تشمل التدوينة الواحدة على النصوص والصور ولقطات الفيديو القصيرة، والروابط المتعددة إلى مصادر

إلكترونية أخرى على الويب، وفي هذا تتفوق المدونات على الصحافة الاعتيادية في مجال الروابط إلى المصادر الأخرى التي لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى التقليدية القيام بها (الوردي، مرجع سابق، 6-7).

كما أن العديد من المدونين بدأ يراقب عمل الصحفيين التقليديين في جوانب الانحياز وعدم الدقة ونشر ذلك في المدونات (Shelia, 2007, Internet). وبالرغم من ذلك كله فإن المدونات لا تخلو من المشاكل التي تقود في بعض الأحيان إلى القضاء جراء نشر معلومات خاصة أو عمليات التشهير.

ففي بريطانيا على سبيل المثال، أشارت إحدى المدونات إلى سياسي معين ووصفته بأنه نازي، واستطاع ذلك السياسي أن يعرف صاحب المدونة ورفع دعوى ضده وحصل على غرامة مع مصاريف الدعوة (Bums, 2006: 6).

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

منذ بداية ظهور أجهزة الكمبيوتر ومن ثم شبكة الانترنت، شهد العالم أجمعه ظاهرة تأسيس المواقع الإلكترونية، وبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية إلى إنشاء مواقع خاصة بها، كذلك أقدمت الشركات والمؤسسات الأهلية الربحية وغير الربحية، إلى إنشاء مواقع متعددة حظيت باهتمام الكثير من الزوار وخصوصاً مواقع التجارة الإلكترونية، وفي الواقع فإن هذه المواقع أصبحت تتنافس مع المواقع التابعة للدولة.

كذلك قامت وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة من فضائيات تلفزيونية وصحف ومجلات ودور نشر ومؤسسات أبحاث، بحجز مواقع تابعة لها على شبكة الانترنت ولم يقتصر على ذلك، بل لجأ

العديد من الأفراد خصوصاً المثقفين منهم كالشعراء والفنانين والكتاب عموماً، إلى تأسيس مواقع إلكترونية خاصة بهم لإبراز دورهم ونشر إبداعاتهم ونتائجهم الثقافية والفكرية وغيرها.

إن شبكة الانترنت هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، ويتألف الموقع الإلكتروني الواحد عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات، ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها، وبإمكان أي مستخدم لشبكة الانترنت الدخول إلى هذه المواقع المتاحة في أي وقت يشاء، والوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم، وفي ظل مقولة ردها (بيل جينس) باستمرار تؤكد "إن مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل في استخدام الانترنت" (خليفة، انترنت). وتنقسم هذه المواقع الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

1/ المواقع المؤسسية:

هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، وعنوانها وطرق الاتصال بها. هذه الصفحات يمكن أن يقال عنها أنها ثابتة على مدار اليوم على الشبكة العنكبوتية، وتعتبر هذه الصفحات أفضل وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة أو الشركة، كونها متاحة لكافة زوار الشبكة في عموم المعمورة. ويعتبر الموقع الإلكتروني الطريقة المفضلة للتعامل مع العملاء، والإجابة على أسئلتهم وتلبية طلباتهم، كما وأنه يساعد في الترويج وبيع المنتجات أكثر مما تقوم به وسائل الترويج والبيع الأخرى، وبهذا يتحقق كسب الوقت والجهد.

تتميز هذه المواقع بالآتي (الموسوي، 2006: 31):

- أ. دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- ب. الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- ج. المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي.
- د. لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية.
- هـ. لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث.
- و. لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.

2/ المواقع الشخصية:

هي مجموعة من الصفحات الخاصة بصاحب الموقع، تحتوي على معلومات خاصة به، وكتابات وأفلام فيديو وتسجيلات صوتية وصور فوتوغرافية، ويعرض فيها آرائه ومواقفه، وهذا ما يتيح لزوار الموقع الإطلاع عليها ومناقشتها بشكل مباشر معه. ويفضل بعض أصحاب المواقع أن يجعلوها

مغلقة، ولا تتاح للزوار فرصة التعليق والردود والإضافات والتغيرات، كالحذف والإضافة للصور والتسجيلات وأفلام الفيديو وغيرها، ويتاح لهم فقط تصفح الموقع والإطلاع على محتوياته. ويعمد البعض الآخر من أصحاب المواقع على إضافة خدمات إضافية لجلب الزوار من متصفحي الانترنت مثل: عرض أحوال الطقس وأسعار العملات ودليل المواقع الأخرى، كذلك إضافة صفحات ثقافية ورياضية وغيرها.

يعتبر الموقع الشخصي أفضل وسيلة للتواصل بين الشخص والعالم الخارجي، حيث يقوم بتوفير بيئة للتواصل مع متصفحي الانترنت من خلل هذا الموقع، ويقوم بتحديث موقعه عن طريق حاسوبه الشخصي، فمثلاً لو كان مصوراً أو رساماً أو كاتباً يرغب في إبراز هواياته وإمكاناته على الانترنت فإن الموقع الشخصي هو الحل لذلك. المواقع الشخصية هي التي تبرز مواهبك وتعكس الطبع الخاص بك، مما يتيح لك توسيع إمكانية الوصول إليك عن طريق الانترنت. وتمكنك من التعبير عن الذات والخصوصية، وخلق الهوية الخاصة بك على الانترنت (مؤسسة الإبداع الرقمي، انترنت).

أنواع المواقع الإلكترونية:

للمواقع الإلكترونية أنواع كثيرة، ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة، فهناك مثلاً المواقع السياسية والاقتصادية والتجارية والسياحية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية والمواقع الصحفية وغيرها، لكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع من الزاوية الفنية والتطبيقية، وبهذا فإنها تقسم إلى ثلاث أنواع أساسية: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية، ومواقع التجارة الإلكترونية.

1/ المواقع الساكنة:

تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور، بالإضافة إلى مواد نصية وجرافكية ثابتة ومتحركة، وتتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع، والفكرة الأساسية من إنشائه، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغيير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي، ولا حتى متصفح الموقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات أو أية مشاركة أخرى، لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات، حيث يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع، ثم إعادة نشره على الانترنت مرة أخرى، وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقاً للمحتوى المطلوب للموقع (منهل الثقافة الإلكترونية، انترنت).

2/ المواقع الديناميكية:

يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات، وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة، حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها، دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤول عن تصميم الموقع، إجراء لتغييرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة، وتحديث البيانات وترتيب الصور، بالإضافة إلى التحديث المستمر يومياً، أو حتى لساعات محددة، وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشرة دقائق، ومثال ذلك مواقع محطة (CNN) وتلفزيون (BBC) وموقع الجزيرة الإخباري وغيرها.

ولإجراء هذه التغييرات والتحديثات السريعة يستخدم المسؤول عن المواقع لوحة تحكم بشفرة سرية خاصة. ويتم وذلك من خلال إدخال وإظهار المعلومات وجداول البيانات والصور الموجودة بصفحات المواقع الديناميكية من خلال قواعد بيانات كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر للصفحات، ولهذا أطلق عليها المواقع الديناميكية، ويقوم صاحب الموقع أو المسؤول عن إدارته بتحديث بيانات الموقع،

من خلال لوحة تحكم مؤمنة دائماً بكلمة سر لا يعرفها سوى مسؤول إدارة الموقع (منهل الثقافة الإلكترونية، انترنت).

3/ مواقع التجارة الإلكترونية:

تعتبر هذه المواقع سوقاً مفتوحة للزوار، حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضاً أكثر مواقع الانترنت تطوراً وأهمها تجارياً، وقد أصبح الانترنت سوقاً واسعاً للشركات، بعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة تكلفة) الإعلان والإتجار عبر الانترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية. وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد، ونتيجة لذلك قامت الانترنت بعمل ثورة في عالم التسوق.

كمثال، شخص ما يمكن أن يطلب شراء (أسطوانة مدمجة) عبر الانترنت وسوف تصله عبر البريد العادي خلال يومين، أو بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الانترنت إذا تيسر ذلك، أيضاً قامت الانترنت بتسهيل عملية التسويق الشخصي، والذي يتيح لشركة ما أن تسوق منتج لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص بطريقة أفضل من أي وسط إعلاني (عامر، 2011: 187).

وتحتوي هذه المواقع على دليل إلكتروني يضم صفحات عديدة، تشرح للمتسوقين مضامين ومواصفات وخصائص ومميزات وفوائد الخدمات التي تقدمها والمنتجات التي تعرضها. ويستطيع المتسوق من خلال تصفح هذا الدليل اختيار الخدمة أو البضاعة التي يرغب بشرائها، ويقوم بدفع ثمنها إلكترونياً من خلال (كارتات بنكية) ومصرفية معتمدة وموثوقة مثل (فيزا كارت وماستر كارت وغيرها)، ومن هذا المنطق تقوم فكرة مواقع التجارة الإلكترونية من الناحية العلمية على إنشاء مواقع ديناميكي، يحتوي على كتالوج إلكتروني أو صفحات تشرح المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الجهة

صاحبة الموقع، مع السماح للمتصفح باختيار ما يرغب منها للشراء ودفع ثمنها باستخدام كروت في إرسال أو شحن المنتجات أو الخدمات المطلوبة للعميل المشتري في مكانه (منهل الثقافة الإلكترونية، انترنت).

ويتوجه هذا النوع إلى جيل الشباب والمراهقين. وهم أهم رواد التسوق الشخصي، فمجتمعات الانترنت التي يدخلها الآلاف من مستخدمي شبكة الانترنت ليعلنوا عن أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الانترنت، وبما أن مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين (13-25) عاماً، فإنهم حيث يعلنوا عن أنفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هوياتهم واهتماماتهم، ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الانترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم (عامر، مرجع سابق، 187).

أنماط المواقع الإلكترونية:

باتساع شبكة الانترنت، تعددت المواقع الإلكترونية التي تقوم بمهام عديدة وفقاً للغرض من إنشائها، سواء أكانت مؤسساتية أو شخصية، وهي بتعدد هذا تقدم الكثير من الخدمات المتنوعة، وتصف هذه المواقع إلى أنماط متعددة، هي:

1/ المواقع المعلوماتية:

تقسم هذه المواقع من حيث المحتوى والمضمون الذي ينشر عليها مجموعة من التصنيفات

منها:

أ/ المواقع التعريفية:

وتشمل مواقع الشركات والمؤسسات والمواقع الشخصية، وتتيح لزوارها الإطلاع على خدماتها ومنتجاتها ونشاطاتها، ويجري تحديثها بفترات متباعدة، وهي بمثابة دليل أو كراس تعريفى تقدمه إلى زائريها، وتقدم معلومات أولية وبسيطة عما تريد الإعلان عنه، وعادة ما تذيّل المواضيع المنشورة فيها بعبارة (للمزيد من التفاصيل زوروا الموقع التالي).

تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية. وغالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطية الصحفية والإعلامية، أو حتى الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع (الموسوي، مرجع سابق، 36).

ب/ المواقع المعرفية المتخصصة:

هي مواقع ذات أهمية كبيرة لزوارها، كونها تقدم المعرفة المتجددة والمعلومة المحدثة في سياق تخصصي، تشمل شخصيات معينة أو مواضيع ذات أهمية أو مبتكرات علمية حديثة، مستخدمة الأساليب المكتوبة والمسموعة والمرئية، ومن هذه المواقع مثلاً: مواقع العلماء والشخصيات المشهورة، وما يقدمونه من جديد في مجالات العلم والمعرفة والثقافة والفنون، كالطب وعلوم الطبيعة والمبتكرات

الجديدة والدوريات الثقافية والمعرفية. وتركز هذه المواقع على التعريف بصناع الأحداث والمشاهير في العالم من خلال المواقع الخاصة بذلك وعمل تقارير وبروفائلات عنهم (السيد، 2000: 142).

ج/ المواقع الإخبارية:

وهي عادة تقدم أحدث وآخر الأخبار من موقع الحدث، وتهتم بالخبر الصحفي حين حدوثه، وتجدد هذه المواقع وتحدث أخبارها على ضوء المستجدات التي تحدث في العالم، وهي عادة ما تكون واجهة لبعض وسائل لإعلام المرئية والمكتوبة، كالمواقع الإلكترونية للفضائيات التلفزيونية مثل محطات CNN وفضائية BBC وقناة الجزيرة وقناة العربية، والصحف مثل واشنطن بوست والكرديان وكومر وغالباً ما تكون تغطيتها ضمن حدود جغرافية محددة، ولأحداث آنية وساخنة تجتاح المنطقة.

د/ المنتديات:

انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، هذه النوعية من المواقع في العالم أجمع، لبساطتها وسهولتها ولما تقدمه لمرتاديها من مواضيع ترفيهية وحياتية يومية، تتيح للزوار فرصة كبيرة للمحادثة (الردشة) حول تلك المواضيع، والأسئلة التي يثيرها (الآدمن) أو المتدخلين أحياناً، وقليل جداً ما نجد من بينها مواقع متخصصة في مجالات محددة تميزها عن غيرها، وتقدم فائدة ذات قيمة لزوارها. والمنتديات أنواع منتشرة على شبكة الانترنت ومتاحة للمستخدم أن يكتب فيها ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة سر خاصة به، ويصبح عضواً مشتركاً في هذه المجموعة أو المنتدى (محمد، 2009: 52).

وهي مواقع تتيح للأعضاء المنتسبين لها المشاركة المتمثلة في كتابة المواضيع أو الرد على المواضيع التي يكتبها الآخرون، وهي مواقع منتشرة في الويب العربي لكن القليل منها متميز ومتخصص في مجالات مفيدة (موقع الثورة ويب).

تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال (الموسوي، مرجع سابق، 41):

1. المنتديات وساحات الحوار المكتوبة.

2. غرف المحادثة (الدرشة).

3. الحوارات الصوتية التفاعلية.

4. المجموعات البريدية.

ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرف الموقع.

2/ المواقع الخدمية:

يقتصر عمل هذه المواقع على تقديم الخدمات المتنوعة لزوارها، ولا تكثر كثيراً بتقديم المعرفة والثقافة والمعلومات العامة، ويجري تصنيفها كالآتي:

أ/ الشبكات الاجتماعية:

تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشاراً واستمراراً لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار

والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو. وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، وهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه. كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. وأشهر تلك المواقع: فيس بوك وتويتر (موقع الثورة ويب).

ب/ خدمات المشاركة:

هي مواقع متخصصة بنشر ومشاركة ملفات معرفية وعلمية، سياسية واجتماعية، ثقافية ورياضية وغيرها، ومن هذه المواقع المتخصصة (اليوتيوب)، الذي يقدم الأحداث بالصور مثل (مقاطع الفيديو) وهي مواقع تتيح للآخرين نشر ملفاتهم ومشاركة العالم المعرفة الموجودة في تلك الملفات، هذه المواقع أما تكون متخصصة في نوع معين من الملفات مثل (موقع اليوتيوب) المتخصص في مشاركة مقاطع الفيديو أو (فليكر) المتخصص في مشاركة الصور، أو مواقع تتيح مشاركة الملفات بشكل عام فلا تشترط نوع محدد من الملفات، مثل موقع (Shared4).

ج/ الخدمات البرمجية:

تتميز هذه المواقع بتقديم خدمات خاصة ومهمة لمتصفحها على الانترنت، فهي تقدم لهم برامج تساعد في تأدية بعض المهام مثل: تحرير الصور وتعديلها، دون اللجوء إلى تنصيب أو تحميل برامج أخرى، تقوم بنفس الغرض على أجهزتهم الخاصة، وتغنيهم هذه المواقع أيضاً على البرامج التي تدور حول المهام المعقدة، والتي تتطلب جهاز كمبيوتر ذات مواصفات متنوعة ومتطورة،

إضافة إلى الجهد الكبير الذي يبذل في تنصيبها. هي مواقع تغنيك عن استخدام بعض البرامج وتتيح لك تأدية بعض المهام التي عادة ما تؤديها داخل حاسوبك باستخدام أحد البرامج، فتقوم باستخدام البرنامج الموجود في الموقع لأداء المهمة من غير تحميل أو تنصيب أي برنامج على جهازك. من الأمثلة المشهورة لهذا النوع، المواقع التي تقدم خدمات تحرير الصور وتعديلها، وهناك العديد من المواقع الخدمية من هذا النوع لكن أغلبها تدور حول المهام غير المعقدة والتي لا تتطلب جهوداً حاسوبياً كبيراً لتنفيذها (موقع الثورة الويب).

د/ الخدمات السريعة:

تتميز هذه المواقع بخدماتها البسيطة، لكنها في نفس الوقت تقدم خدمة ضرورية تتمثل في: (تقصير عناوات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة، يسهل إرسالها عبر موقع تويتر)، ولابد من التوضيح هنا، إن هذه الخدمة تتعلق بالمواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص. وهي مواقع تؤدي مهام بسيطة لكننا مطلوبة، عادة ما تكون هذه المهام متعلقة بمواقع إلكترونية أو بشبكات اجتماعية أخرى. ويتميز هذا النوع عن السابق أن المهام تكون عادة بسيطة وسريعة وفي نفس الوقت مطلوبة بكثرة بين مستخدمي الانترنت. من أمثلة هذا النوع مواقع خدمة تقصير الروابط (تقصير عناوات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة يسهل إرسالها عبر موقع تويتر) أو مواقع تقدم خدمات لأصحاب المواقع الأخرى وغيرها من المواقع.

ويرى الباحث أن بعض المواقع الإلكترونية فشلت في تأدية الغرض المطلوب منها والذي تأسست من أجله، ولم تستطع تقديم أية مواد أو مواضيع أو غيرها، يمكن أن تكون ذات فائدة كبيرة

لزواريها، بل العكس صحيح فإنها أضرت بمستخدميها، حيث أخذت تتجه لأمر ذاتية دعائية وتطرح أفكاراً وآراء أقل ما يقال عنها بسيطة ومواضيع ليست ذات فائدة تذكر.

وبالمقابل نجحت الكثير من المواقع الإلكترونية في إرساء أعمدة الصحافة الإلكترونية، وحقت لزارها صحافتهم الخاصة وفق مفهوم (صحافة المواطن)، وازداد انتشار مواقع المدونات الإلكترونية بشكل لافت للنظر، في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية وبعض مناطق العالم الأخرى، وشمل معظم الدول العربية أيضاً، منذ بداية العقد الماضي وخصوصاً تلك المدونات الشخصية، أو تلك التي يشترك فيها مجموعة من الناس لهم هموم وأهداف ومصالح مشتركة.

الفصل الثالث

صدام الحضارات والتعارف بينها

المبحث الأول: مفهوم الحضارة.

المبحث الثاني: صدام الحضارات والحوار بينها.

المبحث الثالث: التعارف بين الحضارات

المبحث الأول

مفهوم الحضارة

التاريخ الإنساني هو تاريخ الحضارات، ومن المستحيل أن نفكر بتاريخ الإنسانية بأي معنى آخر، والقصة ممتدة عبر أجيال من الحضارة منذ السومرية القديمة إلى المصرية إلى الكلاسيكية والأمريكية الوسطى، وعبر تجليات متتالية للحضارات الصينية والهندية والنتيجة، أن أسباب وظهور وصعود وتفاعلات وإنجازات وانهيار وسقوط الحضارات، كان يتم استكشافها بواسطة مؤرخين وعلماء اجتماعي وأجناس مميزين (هنتجتون، 1998: 67).

الحضارة - كمفهوم عام - هي ثمرة كل جهد يقوم به الإنسان لتحسين ظروف حياته، سواء أكان المجهود المبذول للوصول إلى تلك الثمرة مقصوداً أم غير مقصود، وسواء أكانت الثمرة مادية أم معنوية. وهذا المفهوم للحضارة مرتبط أشد الارتباط بالتاريخ، فالتاريخ هو الزمن، والثمرات الحضارية تحتاج إلى زمن لكي تطلع، أي أنها جزء من التاريخ، أو نتاج جانبي للتاريخ، وكما أن ثمر الزرع والأشجار لا يطلع إلا بفعل الزمن، إذ لا يكن أن تزرع وتحصد ثمرة ما في نفس الوقت، فإن ثمار الحضارة لا تظهر إلا بإضافة الزمن إلى جهد الإنسان (مونس، 1978: 13).

لذا فعامل الزمن وجهد الإنسان هو ما أدى إلى أن هناك من يرى أن البشرية هي دائماً في ارتقاء مطرد نحو النهضة وأن الفرق الذي نراه بين أمة وأخرى في مستوى الرقي أو الانحطاط مرده أن بعض الشعوب سبقت غيرها في مسيرة النهضة، وأن الشعوب المتخلفة سرعان ما ستلحق بتلك التي سبقتها. وبذلك يظهر جلياً تداخل عاملي الزمن وجهد الإنسان في تكوين ونهاية أي حضارة.

هذا الربط بين الحضارة والإنسان والتاريخ هو ما قاد العديد من الباحثين لتعريف الحضارة بالاعتماد على العلاقة بينهما حيث يعرف عبد الحميد حسين أحمد السامرائي الحضارة بأنها "استمرار تاريخي انطلق من توكيد إرادة الفعل والبناء وفسح المجال أمام الفئات المتقنة لأداء مدركاتها عبر منطلقات تنموية هدفها التعبير والتعمير والبناء الشامل المستند إلى العلم والمعرفة، بناء على فكر عالمي قوامه التأثير والتأثير الإيجابي والمساهمة الفاعلة في بناء حضارة إنسانية" (السامرائي، 2002: 9). ومن تعريف السامرائي نجد أنه ربط بين الحضارة والتاريخ كما فعل آخرون غيره، وأبرز وسائلها وأوليات عملها، وذكر غايتها، وركز على جانبها الروحي والفكري والمعنوي.

ولا نتبين القيمة الحقيقية لأي ثمرة حضارية إلا إذا جربها الإنسان في الاستعمال مرة بعد أخرى، وعرف فائدتها وتعلم كيف يصنعها إذا أراد. وهذا أيضاً يحتاج إلى وقت أي زمن وتاريخ، ولا بد كذلك أن يتكاثر صنع الشيء ويتراكم، حتى يكون له أثر في حياة الإنسان، ويصبح جزءاً من هذه الحياة، فإذا وفق إنسان إلى صنع قوس واحد ورمى بها ثم تركها أو لم يعرف كيف يستفيد منها في الصيد والحرب فأهملها، لم تكن لها قيمة حضارية. ومن المؤكد عند العلماء أن كل اكتشاف من الاكتشافات المبكرة التي كونت الخطوات الأولى في المسيرة الحضارية، اكتشفت وأهملت أو نسيت أكثر من مرة في نفس الجماعة، حتى اتضحت قيمتها العملية فعمل الناس على الإكثار منها واستعمالها، ومع الإكثار تحسن نوعها وزادت كمياتها. وأصبحت أداة من أدوات الحياة اليومية. وهذا هو ما يسمى بالقيمة التراكمية Cumulative Value وهذا أيضاً يحتاج إلى زمن وتاريخ (مؤنس، مرجع سابق، 13-14). وقد وجد تاريخياً ما يثبت وجود وأسس الحضارات التي قامت والتي يجب معرفة ماهيتها فقد وجدت أقراص الخبر في قبور الفراعنة فهذا حتماً يتبين أن وراء هذه الأقراص تاريخ

طويل فمن هذه الحضارات استلهمنا أنهم يعرفون القيمة الغذائية لسنابل القمح في حين أن بعض القبائل كانت تأخذ القمح على شاكلته وتأكله ولا تعرف كيفية تحويله إلى القيم الغذائية الخاصة وما هذا إلا مثل بسيط على أسس الحضارة القديمة وهذا ومرة أخرى تتجلى الصلة بين الحضارة والتاريخ والحضارة والتاريخ مرتبطان أحدهما بالآخر أشد الارتباط ولا يستطيع الإنسان أن يتحدث عن الحضارة حديثاً معقولاً إلا إذا عرف ماهية التاريخ معرفة معقولة.

هذه القيمة تبين أن مفهوم الحضارة قديم قدم الإنسان وتاريخه، فلا حضارة بدون إنسان، ولا إنسان بدون تاريخ، والحضارة بعض من التاريخ، ولا حضارة بدون تاريخ، فكل حضارة تاريخها، ولكل إنسان حضارته وكلما تفاوت الإنسان من البدائية والتطور تفاوت تاريخه وحضارته. فالتاريخ نفسه هو تعبير حضاري بغض النظر عما يحتوي من سلبيات وإيجابيات وازدهار وانحطاط في مختلف مراحلها فهو تعبير إنساني عن سيرة الإنسان وآثاره. والحضارة هي كذلك تعبير إنساني ولكن بلغة أخرى أكثر واقعية وتجسيدا .

فالحضارة هي الوجه الآخر للإنسان، وهي المرآة العاكسة لذلك الإنسان وجهاز لقياس قوته وضعفه. حيث أنها كالإنسان مادة وروح، فلا توازن لها في حالة غياب أحد عنصريها عن الآخر، فلا توازن لوجود الجانب الروحي دون الجانب المادي، كما لا ينفع وجود هيكلها مجرداً من روحها والحضارة مولود إنساني سواء ولد سليماً أو مشوهاً، مؤزناً أو فاقداً لتوازنه. ولقد عرفت الشعوب والأمم الحضارة منذ القدم وعبرت عن مظاهرها وأبرزتها بأشكال وألوان مادية ومعنوية مختلفة تختلف من مجتمع لآخر ومن مكان لآخر ومن عصر لآخر.

ولكن تاريخ البشرية - البشرية المكونة من عدة مجتمعات - لم يعرف الاتفاق على حضارة موحدة ، بل " كان هناك عدة حضارات، كل منها متحضر على طريقته الخاصة. أما الحضارة بصيغة المفرد باختصار قط "فقدت جزءاً من طابعها"، والحضارة بصيغة الجمع يمكن في الواقع أن تكون غير متحضرة بالمعنى الفردي" (هنتجتون، مرجع سابق، 68).

إذن، فالحضارة منتج إنساني، والعكس غير صحيح والتعبير الحضاري له أشكال وصور وألوان تختلف أو تتحد من مكان إلى آخر أو من أمة لأخرى، فالحضارة تعبير إنساني، والتعبير الإنساني يختلف من إنسان إلى آخر كما يختلف التعبير اللغوي من إنسان لآخر. وليس من لغة إلى لغة أخرى فقد، بل يختلف التعبير الإنساني حتى في اللغة الواحدة من إنسان لآخر، ولكن الكل يعبر عن نفس الغاية حتى وإن عبر عنها تعابير ولغات مختلفة، وكذلك الحال بالنسبة للتعبير الحضاري سواء كان المعبر شرقياً أو غربياً. فالذي لا يستطيع أن يعبر تعبيراً حضارياً فهو معاق إعاقة حضارية، والفرد المعاق لغوياً أيسر من الفرد المعاق حضارياً، والإعاقة الحضارية هي أهلك وأبشع أنواع الإعاقة بالنسبة للشعوب والأمم المعاقة حضارياً هي أخرى أنواع الأمم.

نخلص من هذا إلى القول بأن "الحضارة ظاهرة إنسانية عامة، فالإنسان هو المخلوق الوحيد الذي يرتقي ويعمل على تحسين أحوال نفسه بفضل ما أهداه الله من عقل. يمكنه من التفكير واختزان المعلومات والربط بينها والإفادة منها، فكل أجناس البشر متحضرة، وما من شعب إلا وله مستواه الحضاري، والفرق في المستويات. فالجماعات البدائية التي مازالت تحت سفح الجبل لها حضارتها"... "والذي يحدث هو أن تمر على شعب من الشعوب ظروف تدفع به إلى التحرك والخروج من سكون البداوة إلى حركة الحضارة..." (مؤنس، مرجع سابق، 44-45).

فإن القول على وجود أمة ووجود مجتمع يعني بالضرورة وجود ما يميز الأمة عن غيرها من الأمم ووجود ما يميز المجتمع عن غيره من المجتمعات، ورغم التشابه الذي يكون بين الأمم والمجتمعات، وكذلك لا يضير التمايز بين الأمم تسرب بعض الظواهر الاجتماعية من أمة إلى أمة، ومن مجتمع إلى مجتمع، وظهورها في المجتمع الجديد جنباً إلى جنب مع العناصر الاجتماعية الأولية فيه، ما دام جسم المجتمع الكلي يظل محتفظاً بسماته العامة التي تحفظ المجتمع وعلى الأمة شخصيتها التي تميزها عن غيرها من الأمم والمجتمعات. وإذا أمعنا النظر لاستكشاف القواعد الأساس التي تظل على الدوام، تمد شخصية الأمة بالرواء وتهبها القوة والبقاء. نجدها ماثلة في طريقة الأمة في الحياة، وهي طريق تشكل عقيدة الأمة، قاعدتها وتشكل القوانين والأنظمة والأفكار القائمة على هذه العقيدة فروعها. وعليه، فإن حضارة أي أمة هي مجموعة المفاهيم الموجودة عند الأمة حيال الكون والإنسان والحياة – وبمعنى آخر عقيدة الأمة. وما ينبثق عن هذه المفاهيم أي عن العقيدة، من قوانين وأنظمة وأفكار تعالج المشكلات المتعلقة بأفراد الناس وجماعاتهم في المجتمع وما يتصل بهم من مصالح تعود عليهم، فعقيدة الأمة وما ينبثق عنها من حلول لمشكلات الأمة على شكل قوانين وأنظمة وأفكار، هي التي تمنح الأمة شخصيتها الحضارية المتميزة، ويمكن أن تكون برأينا مدلول مصطلح لفظ الحضارة، وعند تبني هذا المدلول للفظ الحضارة يجد المرء سهلاً معرفة ما بين الحضارات الغربية والمادية والإسلامية من فروق ويدرك سر التمايز بينها (الزين، 2002: 147).

مما نتقدم نرى أننا تقدمنا بصورة مفهومية كافية حتى الآن لبيان مفهوم الحضارة بشكل عام، ولمزيد من التخصيص لابد من تعريف الحضارة تعريفاً لغوياً واصطلاحاً.

تعريف الحضارة لغة:

الحضارة في اللغة العربية من الفعل "حضر" على وزن قعد، يقال حضر الغائب حضوراً قدم من غيبته، وحضرت الصلاة فهي حاضرة، والأصل حضر وقت الصلاة، و"الحضر" بفتحيتين خلاف البدو، والنسبة إليه "حضري" أقام بالحضر، و"الحضارة" بفتح الحاء وكسرهما: سكون الحضر، والحضر والحضرة والحاضرة: خلاف البادية، وهي المدن والقرى والريف، سميت بذلك لأنها أهلها حضروا الأمصار ومساكن الديار التي يكون لهم بها قرار (أبن منظور، 1418هـ: مادة (حضر)).

من هذا التعريف في اللغة نجد أن الكلمة أخذت معناها من الدلالة المكانية للفعل، ثم تطورت هذه الدلالة المكانية إلى الإقامة في الحضر، وما يستتبع ذلك من التعاون والتآزر وتبادل المعارف والمعلومات والخبرات في كل نواحي الحياة.

إذا الكلمة في مدلولها اللغوي تأخذ دلالة مكانية، وإن كانت قد تطورت هذه الدالة المكانية "الإقامة في الحضر" التي وردت في أصل استعمال الكلمة إلى ما يستتبع هذه الإقامة غالباً من التعاون، والتآزر، وحسن الخلق، ورقة الحاشية وتبادل الأفكار والمعلومات في كل ناحية من نواحي الحياة، من صناعة وعلوم وثقافة وقانون، حيث عرفت بأنها: هي أحوال عادية زائدة على الضروري من أحوال العمران، زيادة تتفاوت يتفاوت الرقة، وتفاوت الأمم في القلة والكثرة، تفاوتاً غير منحصر.... وأن الحضارة لا تظهر إلا في المدن والقرى، وأنها غاية العمران، وأنها تتصل بالتفنن في الترف واستجادة أحواله، والكلف بالصنائع التي تؤنق من أصنافه وسائر فنونه (أبن خلدون، ب.ت، 168).

وفي اللغات الغربية نجد أن ثمة لفتين رئيسيتين تستعملان للدلالة على معنى الحضارة هما Culture و Civilization، ولكل منهما تاريخ طويل متشعب وألوان مختلفة من الدلالة ونلاحظ أن أصل كلمة Culture مأخوذة من اللاتينية Cultune من فعل Colere بمعنى حرث أو نمت، وقد

كانت هذه الكلمة اللاتينية في العصور القديمة والوسطى تطلق على تنمية الأرض ومحصولاتها، ومع أن شيشارون استعملها بالمعنى المجازي مراعيًا الفلسفة *Cultura Merti* أي فلاحه العقل (تنميته)، فإن هذا المعنى ظل نادرًا في اللغة اللاتينية، وفي أوائل العصور الحديثة بدأت تستعمل في الإنكليزية والفرنسية بمدلولها المادي والعقلي، مع إضافة الشيء المقصود تنميته (الواعي، 1988: 19). ومثلها في الإنكليزية، فلما كان القرن الثامن عشر أخذ الكتاب الفرنسيون كفولتير وأقرانه يطلقون هذه اللفظة إجمالاً وبدون أداة تعريف أو إضافة إلى شيء معين، وغدت *Culture* بهذا المعنى المطلق يقصد بها تنمية العقل والذوق، ثم انتقلت إلى حصيلة هذه العملية، أي المكاسب العقلية والأدبية والذوقية التي نعبر عنها بالعربية بفظ الثقافة، أما في الإنكليزية فإن أول نصر تستعمل فيه هذه الكلمة بما يشبه هذا المعنى يعود حسب معجم إكسفورد إلى عام 1805م، ولا يزال هذا المعنى هو أحد معانيها السائدة في اللغة الغربية، وقد انتقلت هذه اللفظة إلى الألمانية من الفرنسية في أواخر القرن الثامن عشر بشكل *Culture* ثم *Kulture*، وانتقل معها معناها الأخير "أي الإنماء العقلي والأدبي وحصيلة هذا الإنماء" ثم أخذ معناها يتطور عند الفلاسفة وعلماء الاجتماع والمؤرخين، ويتجلى عن دلالات الإنماء أو التحسين الفردي، ويتحول إلى أحوال الأكوان بمجموعها، وبرز هذا المعنى الأخير في أواسط القرن التاسع عشر عند المؤرخ والعالم الألماني "جستان كلمن" الذي يعتبر مؤسس علم الأنثروبولوجيا الحديث. وغدت هذه اللفظة، تطلق على مجموع عناصر الحياة وأشكالها ومظاهرها، في مجتمع من المجتمعات، وهذا هو أصل المعنى الاصطلاحي الذي تحويه كلمة *Culture* اليوم عند علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا، وانتقل هذا المعنى من Klemn إلى العالم الأنثروبولوجي الإنجليزي E.B. Tylar، الذي كان أول من استعمله باللغة الإنكليزية عام 1871م، ومنه تسرب إلى الأوساط العلمية

الأنلوكسوسونية، ثم انتشرت بصفة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، وغدا هذا المعنى مفهوماً أساسياً في هذين العلمين في ألمانيا وأمريكا، ولكنه لم يصادف مثل هذا الرواج في انكلترا وفرنسا، ومهما يكن من أمر فإنه لم يركز بعد ارتكازه الأخير، ولم ينف عن كلمة Culture معانيها الأخرى.

إن الاشتقاق العربي لكلمة حضارة أقرب من الاشتقاق الأوربي، لأن الاشتقاق العربي أخذ من الحضرة والمدن، دلالة على أن أهل هذه الحواضر والمدن، هم أصحاب العقول الحضرية والثقافية وأقدر من غيرهم على الاختراع والتقدم في المجالات المختلفة، فنسبت الحضارة إلى أهل الحضرة والمدن لهذا المعنى. أما في أصل الاشتقاق الأوربي، فإن الكلمة تنسب إلى الحرث والزرع، وهو يعني الريف وفلاحة الأرض، وهذا يخالف الاشتقاق العربي ويبتعد عنه وعن أهل المدن والحضر، ولعل هذا هو ما جعل بعض الأوربيين يجنح إلى القول بأن المراد حرث العقل لا حرث الزرع، ولا يخفى ما في هذا من تكلف. ثم نرى بعد ذلك أن الأوربيين يرجعون إلى مجازة الاشتقاق العربي، ولعل هذا وجد بعد اتصالهم بعلوم العرب، فيطلقون اسم Civilization المشتقة من الكلمة اللاتينية Civis، أي المدني أو المواطن في المدينة على الحضارة، ويجعلونها أصلاً من أصولها، ومرادف لكلمة Culture، فأطلقوها على أهل الريف وأهل المدن، فشملت الاشتقاق العربي وزيادة (الواعي، مرجع سابق، 19 - 24).

يرى الباحث أنه رغم وجود الاشتقاق اللغوي لكلمة حضري أو حضارة في المعاجم العربية، إلا أن المصطلح بصفته الحالية برغم إنباته من اشتقاقات لغوية، إلا أن دلالاته بدأت في التطور والتعقد في منتصف القرن التاسع عشر، ومازال تحديده فيه اختلاف كثير. كما أنه من الملاحظ إذاً أن كلمة الحضارة مستجدة بهذا المعنى، وأن جميع الحضارات التي سبقت الحضارة الحديثة لم يرد فيها هذا

المصطلح بهذا المعنى المستعمل اليوم، وإنما عبر عن الحضارة سلباً أو إيجاباً بمعنى القوة، والعمران، وإثارة الأرض، ووصف مظاهر كل ذلك من براعة وهندسة وعمارة وفنون. وسيحاول الباحث إبراز اصطلاحاته مؤخراً، أما في الأوراق التالية، فيسلط الباحث الضوء على مفهوم الحضارة محاولين تسليط الضوء عليه ثم بعد ذلك إبراز التعريفات الاصطلاحية له. حيث أصبحت الحضارة تركز على البحث العلمي والفني التشكيلي بالدرجة الأولى، الجانب العلمي يتمثل في الابتكارات التكنولوجية وعلم الاجتماع. والجانب الفني التشكيلي يتمثل في الفنون المعمارية والمنحوتات وبعض الفنون التي تساهم في الرقي.

التعريف الاصطلاحي للحضارة:

لم يتفق الباحثون في التاريخ، ولا علماء الاجتماع ولحضارة، على تعريف معين للحضارة، وإنما اختلفت تعريفاتهم تبعاً لاختلاف أقطارهم ومذاهبهم، فمنهم من يراها عقيدة وخلقاً وسلوكاً يوفر للإنسان السعادة والرفاهة، ومنهم من يضم إلى ذلك عناصر أخرى من ازدهار اقتصادي، وسبق عمراني، وتقدم صناعي، ونظام اجتماعي وتشريعي. ومنهم من يهدم ذلك كله، ويعتبرها الإباحية المطلقة، والسلطة القاهرة، والقوة الباطشة (الواعي، مرجع سابق، 25). من هذا الاختلاف سيحاول الباحث تقسيم آراء العلماء والباحثين في التعريف بالمفهوم الحضاري حسب اتجاه كل فئة.

يعرف الدكتور رالف لنتون الحضارة بقلوه: "هي مجموعة منتظمة من الاستجابات التي تعلمها الأفراد، وأصبحت من مميزات المجتمع" (لنتون، ب.ت، 65).

يعرف يوسف الحوراني أهم مظاهر الحضارة بقوله: "هي عقائد دينية، وازدهار اقتصادي، وإنجازات إنشائية وفنية، وأنظمة تشريعية، وتضامن اجتماعي وفق تقاليد وعادات موحدة، أو قوى حربية" (الحوراني، 2009: 14).

عرفها ول ديورانت بقوله "هي نظام اجتماعي يعين الإنسان على زيادة إنتاجه الثقافي بعناصر أربعة: الموارد الاقتصادية، النظم السياسية، العقائد الخلقية، متابعة العلوم والفنون والآداب، والقوانين، والعادات، وجميع قدرات الإنسان، والتقاليد المكتسبة من المجتمع" (ديورانت، ب.ت، 314).

إن مفهوم ول ديورانت للحضارة المبني على الإيمان وضرورة توافر العقيدة التي تحفز على بناء الحضارة بناءً رصيناً وحصيناً، يقف في وجه الهزات العنيف التي قد يتعرض لها المجتمع المتحضر، وتتباعد أفكارهم في ماهية الحضارة وعواملها.

يعرف الدكتور محمد حسين الحضارة بأنها "كل ما ينشئه الإنسان في كل ما ستصل بمختلف جوانب نشاطه ونواحيه، عقلاً وخلقاً، مادة وروحاً، ودنياً وديناً" (حسين، 1995: 24).

يعرف الدكتور أحمد شلبي الحضارة بأنها "الإنجازات التي تحقق للبشرية أو حققتها البشرية من خلق وسلوك ومعارف" (شلبي، 2002: 20). بينما يعرف الدكتور حسين مؤنس الحضارة في مفهومها العام بأنها "هي ثمرة كل جهد يقوم به الإنسان لتحسين ظروف حياته، سواء أكان المجهود المبذول للوصول إلى تلك الثمرة مقصوداً أم غير مقصود، سواء أكانت الثمرة مادية أم معنوية" (مؤنس، مرجع سابق، 13).

من عرض تعريفات هذا الاتجاه يتبين أن مفهوم الحضارة عند علماء هذا الاتجاه هو مفهوم عام يشمل كل قدرات الإنسان العقلية والنفسية والعملية، المتجهة نحو الرقي والتقدم في جميع مجالات

الحياة، حيث هي عند ول ديورانت تشمل أربع موارد: الموارد الاقتصادية، والسياسية والخلقية، ومتابعة العلوم والفنون، وهذه العناصر هي خلاصة قدرات الإنسان في الحياة وعوامل تقدمه. وهي عند رالف لنتون هي استجابات الإنسان التي تعلمها وأصبحت من مميزات مجتمع معين يعيشه هذا الإنسان بكل ما فيه وبكل طاقاته، وبقية التعريفات لا تخرج عن هذا الإطار.

الاتجاه الثاني: الاتجاه الإنساني (الروحاني):

يبحث هذا الاتجاه في حضارة الإنسان نفسه، داخلياً، وعقلياً وسلوكياً وخلقياً، فهو يقيم الإنسان نفسه بغير ما حوله، بصرف النظر عما يستعمل أو يسكن أو يصنع، وإذا نظر إلى ما حوله فإنما ينظر إليه بمقدار خدمته للإنسان، وسعاده لحياته، وتقديره لمبادئه (الواعي، مرجع سابق، 28). ومن أهم التعريفات التي تتبنى هذا الاتجاه الآتي:

يعرف كلود دلماس الحضارة بقوله: "هي تربية الضمير واستعمال الثقافة والعقل في البحث عن الأفضل" (دلماس، 1982، 7). أما غوستاف لولوين فيعرفه بأنها "نضوج الآراء والمبادئ والمعتقدات وتغيير مشاعر الإنسان إلى الأفضل" (لوبون، 1955، 17).

يعرف ألكسيس كاريل الحضارة بأنها "بوجوب أن تتبع الأبحاث العقلية والروحية، والعلوم الخادمة لسعادة الإنسان النفسية والخلقية والإنسانية" (كاريل، 1972: 57). هذا التعريف لكاريل هو يتمشى ونظرته للإنسان، فكاريل يقول أن من أهم ما يفعله المء في هذا الحياة أن يتعلم كل يوم جديداً، فإن لم يتتبع الإنسان الأبحاث العقلية والروحية والعلوم الخادمة بتتبع فلن يتعلم شيئاً جديداً. ولقد كان كارل من العلماء الروحانيين الذين بينوا تأثير الصناعة على الحالة الفسيولوجية والعقلية لعمال، وأوصى كارل الحضارة العمية أن تتخلى عن الطريق الذي سارت فيه منذ عصر النهضة.

يعرف مالك بن نبي الحضارة فيقول: "هي البحث الفكري والبحث الروحي" (مالك بن نبي، 1986: 33).

يعرف أبو الأعلى المودودي الحضارة بأنها: "هي تصور سليم للحياة الدنيا وغايتها في نظام اجتماعي، يقود الإنسان إلى الرقي والإخاء والأمان" (المودودي، 2002: 8).

نخلص من ذلك أن هذا الجانب ينظر إلى الإنسان على أنه إنسان، وإلى الحضارة على أنها شيء من لوازم هذا الإنسان، الإنسان صاحب الإحساس والمشاعر والعقل والثقافة، والفرح ولحزن والسعادة والشقاء، الإنسان الذي سخر له كل شيء، وكان سبب في عمارة كل شيء وإبداع كل شيء، فإذا ارتقى هذا الإنسان، وسمت مشاعره ورقت حواشيه واستتارت نفسه وهذا ضميره واستقامت غرائزه وسعدت أيامه كان ذلك هو الحضارة.

وهذا الاتجاه يتناسب مع الإسلام فالإسلام من أهم أهدافه هو تحقيق سعادة البشرية، فلن تتحقق سعادة البشرية بالتطورات المادية فقط، بل إن الإسلام ينظر إلى أن السعادة الحقيقية هي في الإيمان والاستقامة على شرع الله، والرضا بقضاء الله. فالسعادة لا تكون بمجرد جمع المال، ولا بمجرد الحصول على المناصب.

وأصحاب هذا الاتجاه ينظرون إلى الحضارة على أنها تصورات ومفاهيم وقيم تصلح لقيادة الإنسانية وسعادة البشرية، وتسمح لها بالنمو والتقدم، لا إلى عمارة شاهقة واختراع عجيب وجهاز معقد، ولا إلى حدائق غناء.

الاتجاه الثالث: الاتجاه المادي:

ومن رواده ابن خلدون الذي يعرف الحضارة بقوله: "هي التفتن في الترف، واستجادة أحواله،

والكلف بالصنائع التي تؤنق من أصناف وسائر فنونه، من الصنائع المهيأة للمطابخ، أو الملابس، أو المباني، أو الفرش، أو الأواني، ولسائر أحوال المنزل، وليزه لهذا التأنيق صناعات كثيرة". ونسمى هذا الاتجاه بالاتجاه المنظور أو الاتجاه المستقراً في كثير من الحضارات السابقة والحضارة، حتى في عصرنا الحديث الذي يعتبر أسباب الراحة والرفاهة والتأنيق في المراكب والملابس والمباني والفرش والأطعمة هو الحضارة والتقدم، وعند النظر إلى كثير من الحضارات السابقة نجد هذا المعنى وهذه الظاهرة واضحة وجلية، وكذلك نجدها عند كثير من دارسي الحضارات الذين لا يذكرون شيئاً عن الحضارة العقلية أو الخلقية، بل يدور حديثهم عن الحضارات في فلك التقدم المادي والمظاهر العمرانية يلفتون الناس إلى ما شيده الأقدمون في مبان، وما أقاموه من أهرامات، وغيرها. وقد أخذ بتلك الاهتمامات الظاهرية للحضارة كثير من الناس في العصر الحديث وعبروا عنها بالحضارة، وشغفوا بها، وهاموا بها حباً، وهذا مما دع الناس في كثير من أحوالهم إلى أن يأخذوا بالقشور ويدعوا للباب، ويهتموا بالمظهر ويهملوا المخبر، وإن كان ذلك على حساب كثير من المبادئ والأخلاق والقيم، وهذا الاتجاه يعد من الاتجاهات المادية للحضارة (الواعي، مرجع سابق، 32).

الاتجاه الرابع: الاتجاه الحيواني أو العدوانى:

يعتبر كليسكليس وأتباعه ونييتشه وأتباعه "أن الحضارة هي القضاء على العدل والأخلاق وترك العنان لطبيعتنا الحرة السافرة لتفعل ما تشاء، ولو أدى ذلك إلى أن نسير على الجماعم في سبيل تحقيق ذلك" ثم يزيّدون هذا التعريف وضوحاً، فيقولون "إن الأخلاق ليست إلا اختراع الضعفاء لكي يقيّدوا بها سلطان الأقوياء، فلنكن حرياً على الأخلاق، ويجب أن نحطم قيد العدل الظالم حسبما جاء في القانون الوضعي، يجب أن نترك العنان لطبيعتنا المطلقة.. يجب أن نكون كذلك في بنيتنا الطبيعية

وفي قوتنا العقلية وفي مزايا الخلق، يجب أن يكون لنا الجسارة فيما به نحيا حياة حرة سافرة في وضوح النهار، إذا ما اقتضى ذلك أن نسير في طريق من الجماجم دون أن يتحرك ضميرنا بلام، يجب أن تكون لنا قلوب قاسية، يجب أن نرسل صرخة الحرب دون وجل أو ندم في وجه مصطلحات العالم ومصطلحات أخلاق القطيع (الواعي، مرجع سابق، 32-33).

هذا المنظور للحضارة يعتبر من أكثر الاتجاهات اختلافاً مع عوامل قيام الحضارة وسقوطها في المنظور الإسلامي، وبل والمنظور الإنساني، ورغم ذلك فلهذا الفكر دعاة وجيوش وصحف واساطيل وإعلام ومواقع على الهواء يدعون العالم إلى الحضارة العدوانية أو الحضارة الحيوانية. وهذا ما جعل الباحث يجعلها من ضمن المدارس الفكرية لتعريف مفهوم الحضارة.

يخلص الباحث أن الاتجاه العام هو أكثر الاتجاهات تعبيراً عن الحضارة لكونه يشمل كافة جوانبها ومختلف أبعادها الثقافية والدينية والتاريخية والمادية والروحية وخلافها، وهو اتجاه ولن صعب تحديد مفهوم الحضارة عنده إلا أنه يعتبر هو الاتجاه القادر على التعبير على كافة أبعادها.

والحضارة مشروطة بطائفة من العوامل التي تستحث خطاها أو تعوق مسارها وتتمثل في الآتي

(ديورانت، 1988: 13-15):

1. العوامل الجيولوجية التي تولد فيها الحضارة فحضارة الإنسان مهددة بفعل العوامل الجيولوجية مثل الزلازل.

2. العوامل الجغرافية فمثلاً حرارة الأقطار الاستوائية التي لا تهيب للمدينة مسارها مما يسود في

تلك الأقطار من خمول وأمراض يمكن أن يصرف الجهود عن كماليات الحياة التيهي قوام

الحضارة، كذلك الأمطار فالماء عنصر طبيعي ضروري للحياة.

3. العوامل الاقتصادية فقد يكون لشعب مؤسسات اجتماعية منظمة وتشريع خلقي رفيع مع

ذلك يكون بدائياً لذلك فتطور الأنشطة الاقتصادية لها أثر كبير في الحضارة مثل الزراعة

والتجارة.

4. العلوم والفنون وتتمثل في العلم والأدب والفلسفة والفن وهى ضرورية لقيام الحضارة.

أصول الحضارات:

بحث الناس كثيراً في أصول الحضارات وكيف نشأت، فالمفكرون والفلاسفة اليونان كانوا يرون

أ، مكتشفات الحضارة كلها ترجع إلى الذكاء الإنساني وحده، دون أن يفسحوا المجال للتجربة أو

للظروف التي تحفز على الكشف والاختراع، وكانوا يرون أن آلهتهم خصتهم من دون البشر بالتفوق

في ميدان الفهم والعلم والاختراع والابتكار، وكل من عداهم من البشر "برباروي" أي همج لا حضارة

لهم، أو على مستوى خفيض من الحضارة، حتى الفرس نظر إليهم اليونان على أنهم قوم غير

متحضرين، ولم يعترفوا بالتحضر إلا للمصريين الذين سبقوهم في ميدان التحضر بمراحل، وكان

اعتراف الإغريق للمصريين مشوباً بالكراهية والحسد والحقد. ويتجلى هذا في كلام معظم كتابهم عن

مصر، سواء منهم الذي زاروها أم الذين لم يزوروها (الواعي، مرجع سابق، 70).

وكان اليونان يرون أن لكل مظهر من مظاهر الكون ولكل فرع من فروع الحضارة إلهاً أو

آلهة تخلق تلك المظاهر والفروع، حتى الفنون كانت لها آلهتها التي اخترعتها وأهدتها إلى البشر. ومع

أن كبار فلاسفتهم – كأفلاطون وأرسطو – كانوا يعرفون أن الحضارة لا بد أن تكون وليدة العقل

والتجربة، إلا أن الفكر اليوناني العام كان يرى أن الحضارة كلها من مع الآلهة وأن هذه الآلهة أهدتها

إلى الناس وظلت ترعاها بعد ذلك (الواعي، مرجع سابق، 70-71).

وأما المسلمون فغالبية مفكريهم على أن الله أعطى الإنسان العقل والفكر والحكمة، وأنه اهتدى بعقله إلى أسس الحضارة أو العمران وسار في معارج التقدم، ولكنهم كانوا يرون إلى جانب ذلك أن الله دل الإنسان على ما ينفعه رحمة منه ورفقاً به. وقد عبر ابن خلدون عن ذلك تعبيراً دقيقاً في فصل من فصول مقدمته سماه "في العمران البشري على الجملة وفيه مقدمات". ويقول فيها "إن الاجتماع الإنساني ضروري، ويعبر الحكماء عن هذا بقولهم الإنسان مدني بالطبع أي لا بد له من الاجتماع الذي هو المدنية في اصطلاحهم. وهو معنى العمران، وبيانه أن الله سبحانه خلق الإنسان وركبه على صورة لا تصح حياتها ويقاؤها إلا بالغذاء، وهذه إلى التماسه بفطرته، وبما ركب فيه من القدرة على تحصيله. إلا أن قدرة الواحد من البشر قاصرة عن تحصيل حاجته من ذلك الغذاء غير موفية له بمادة حياته منه. ولو فرضنا منه أقل ما يمكن فرضه وهو قوت يوم من الحنطة مثلاً. فلا يحصل إلا بعلا كثير من الطحن والعجن والطبخ، وكل واحدة من هذه الأعمال الثلاثة يحتاج إلى مواعين وآلات لا تتم إلا بصناعات متعددة.. وصنائع كثيرة أكثر من الأولى بكثير، ويستحيل أن تفي بذلك كله أو ببعضه قدرة الواحد. فلا بد من اجتماع القدر الكثيرة من أبناء جنسه ليحصل القوت لهم، فيحصل بالتعاون قدر الكفاية من الحاجة لأكثر منهم بأضعاف. وكذلك يحتاج كل واحد منهم أيضاً في الدفاع عن نفسه إلى الاستعانة بأبناء جنسه. لأن الله سبحانه لما ركب الطباع في الحيوانات كلها، وقسم القدر بينهم جعل حظوظ كثير من الحيوانات العجم من القدرة أكمل من حظ الإنسان... وجعل للإنسان عوضاً عن ذلك كله الفكر واليد، فاليد مهياة للصنائع بخدمة الفكر، والصنائع تحصل له آلات التي تتوب له عن الجوارح المعدة في سائر الحيوانات للدفاع: مثل الرماح التي تتوب عن القرون الناطحة، والسيوف النائبة عن المخالب الجارحة.. فإذن هذا الاجتماع ضروري للنوع الإنساني وإلا لم يكمل

وجودهم، وما أراد الله من اعتمار العالم بهم واستخلافه إياهم وهذا هو معنى العمران الذي جعلناه موضوعاً لهذا العلم (أبن خلدون، مرجع سابق، 42-43).

افترض أبن خلدون وجود الصنائع والحرف وأدواتها دون أن يبحث عن كيفية وجودها، وهو يؤكد أن العمران – أي الحضارة – لا يتم إلا باجتماع البشر وتعاونهم بعضهم مع بعض، ولكنه مس لباب الموضوع عندما قال: "إن الله جعل للإنسان عوضاً عن ذلك كله الفكر واليد، فاليد مهياً للصنائع بخدمة الفكر"، ولم يذهب إلى أبعد من ذلك، ولو أنه استطرد مع فكرته تلك لسبق الكثيرين من علماء عصرنا فيما انتهوا إليه من آراء سديدة، تتماشى مع منطق العلم في ذلك الموضوع الرئيسي في دراسة التاريخ والحضارة (الواعي، مرجع سابق، 72).

وفيما يلي استعراض لأهم الآراء والنظريات التي تدور حول نشوء الحضارة:

1/ نظرية البيئة:

تذهب نظرية البيئة إلى تأكيد دور عامل البيئة في نشوء الحضارة، وقد ظهرت هذه النظرية عند مفكري اليونان منذ القرن الخامس قبل الميلاد، وربما كان لظروف العالم اليوناني آنذاك دور في تبني هذه النظرية، إذ تميز العالم اليوناني وقتها بتعدد ثقافته وقلة تنوع شعوبه، الأمر الذي جعل مفكري اليونان يعززون تنوع الثقافات إلى عامل بيئي فقالوا بأثر الجوع والماء والموقع على الإنسان في خلقه وتفكيره (توينبي، 2001: 93)، وميزوا على سبيل المثال بين أهل الجبال الذين وصفوهم بالبنية الضخمة والشجاعة والقدرة على الاحتمال ونقاء اللون، وأهل الأراضي المنخفضة الحارة الرطبة الذين وصفوهم بالأجسام الكبيرة المترهلة والألوان القائمة وسرعة الغضب وضعف الاحتمال. وقد تأثر أبن خلدون في مقدمته بنظرية البيئة وأورد كثيراً من الأحكام المبنية عليها، فذكر أثر البيئة على جلد

الإنسان سواداً وبياضاً، وعلى العيون زرقة وغير زرقة، وعلى الشعر صهوبة وغير صهوبة، وعلى البدن في لونه صفاءً وانكسافاً وغلظة ولطافة ورقية، وعلى الشكل نقاءً وبشاعة، وعلى الخلق حسناً وقبحاً، وعلى التدين قوة وضعفاً، وعلى العقل فطنةً وذكاءً وبلادة وغباءاً. وميز بين أثر الأقاليم المعتدلة في ذلك وأثر المنحرف منها، وقال أن اعتدال مناخ الإقليم يجعل حياة الناس فيها معتدلة فأهله أعدل أجساماً وأخلاقاً على عكس أهل الأقاليم المنحرفة فالدين عندهم مجهول والعلم مفقود وأحوالهم قريبة من أحوال البهائم بأمزجتهم وأخلاقهم.

إن القول بارتباط الحضارة بالبيئة ارتباط العلة بالمعلول والسبب بالمسبب مجانب للواقع، إذ يقتضي هذا القول أن كل بيئتين متشابهتين لابد من أن تقوم عليهما حضارتان متشابهتان وهو ما لا يؤيده دليل تاريخي، فضلاً عن أن بروز دور البيئة وأثرها على الإنسان كان أوضح في الماضي منه في الحاضر، أما اليوم فالناس يعيشون في عصر تتجلى فيه زيادة قوة الإنسان وقدرته في تسخير البيئة لأغراضه والانتفاع منها لمصالحه، مما لا يجعل أدنى شبهة للتعلم بنظرية البيئة واعتبارها المسؤول عن نشوء الحضارة، هذا فضلاً عن دور النظم الفعالة في حياة المجتمع وتأثيرها فيه.

2/ رأي ابن خلدون:

بالرغم من وقوع ابن خلدون تحت تأثير آراء مفكري اليونان في تأكيد دور البيئة في قيام الحضارة فإنه يقدم في موضع آخر من مقدمته (ابن خلدون، مرجع سابق، 163). تفسيراً لنشوء الدولة في حياة الناس. ولما كان الارتباط بين الدولة والحضارة قائماً رأينا أن نورد قول ابن خلدون في هذا المقام.

يرى أين خلدون أن اجتماع البشر ضرورة تحتّمها متطلبات الحياة إلى يعجز الفرد الواحد عن الإحاطة بها، فكان لابد لبني البشر من التعاون الذي هو أساس الاجتماع البشري، غير أن هذا الاجتماع لا يسلم من وقوع الخلاف والقتال بين الأفراد لتعارض المصالح بينهم، يعقبه قيام الفريق الغالب بتتصيب نفسه فيصلا في شؤون الناس وقضاياهم وجلوسه فيهم مجلس الحاكم بينهم، وهذا النوع من الملك يعرف بالملك الطبيعي الذي يجري فيه حمل لناس وسوقهم على مقتضى غرض الحاكم وشهوته، لذلك يأتي الظلم والجور والأضرار بمصالح الناس وتكليفهم فوق ما يحتملون فتقع النفرة والعداوة ويحملهم ذلك على العصيان والمنازعة، ثم يقع القتل، ولا تزال هذه حالهم حتى ينجحوا في الوصول إلى وضع أساس تتولى جماعة العقلاء والبصراء منهم بلورتهم وإخراجه، يجعلونه المرجع في تصريف شؤونهم وتدبير مصالحهم، وهذا النوع من الحكم يعرف بالملك السياسي الذي يجري فيه حمل الناس على مقتضى النظر العقلي، غير أن هذا الحكم لا يظهر معنياً بما للحياة البشرية من علة سابقة عليها. لذلك فإن الملك السياسي وأن كان أرفع قدراً من الملك الطبيعي، مشوب بالعيوب التي لا يمكن إغفالها أو إهمال دورها في شقاء الحياة البشرية، ومن هنا جاءت السياسة الدينية التي تأخذ بعين الاعتبار رعاية مصالح الناس في الحياة الدنيا والآخرة أتم وأكمل، وهذا النوع يعرف بالخلافة التي يجري فيها حمل الناس على مقتضى الشرع في مصالحهم الآخروية والدنيوية العائدة إليها.

3/ نظرية فيكو:

قام الفيلسوف الإيطالي جان باتيستا فيكو بدراسة التقاليد الميثولوجية والأساطير الشعبية والقصائد القديمة مثل قصائد هوميروس والتشريعات البدائية مثل تشريعات الأثنى عشر لوحاً، وانتهى

من ذلك إلى وضع نظرية " الدورات التاريخية" في كتابه "أعلم الجيد ومبادئ فلسفة التاريخ" (مجموعة مؤلفين، 1965: 15).

حاول فيكو من خلال النظرية أن يبين القوانين التي يتعين بها مصير الشعوب من نشأتها وتقدمها ورفقها إلى انحطاطها ونهايتها، فقال بوجوب قوانين واحدة تدخل في تشكيل الشعوب ويشعر بوجودها طبقة من الناس أو شعب من الشعوب أو أمة من الأمم دون أن يعرف أحدهما الآخر دون أن تكون هذه القوانين ناجمة عن العقل بل تكون آتية عن الحس المشترك أي "الحكم دون تفكير".

ونتائج فيكو في هذا السبيل، تتعارض مع ما توصل إليه الفلاسفة العقليون الذي يرون المجتمع من صنع الناس العقلاء خلافاً لفيكو الذي لا يتصور وجود عقلاء وفلاسفة قبل وجود دولة وحضارة، ويرى فيكو أن البشرية تمر في تطورها التاريخي حسب التسلسل الآتي: مرحلة عصر الآلهة حيث يعتقد الناس أن الآلهة تدبر كل شيء، ثم تعقبها مرحلة الدور البطولي حيث تظهر دور الشخصيات المهمة القوية ثم يليها دور الحقيقة حيث تسود المساواة الطبيعية بين الناس وتسود القوانين التي يتساوى فيها الجميع ثم تصاب الحضارة بالانكسار وتعود إلى بربرية جديدة لا تلبث أن تنبثق عنها حضارة جديدة تعود فتنهار وتعود البشرية إلى البربرية وهكذا دواليك.

4/ نظرية الجنس أو العرق:

يستخدم اصطلاح الجنس للتعبير عن توافر بعض صفات مميزة وموروثة في جماعات معينة من البشر ويرى أصحاب نظري الجنس اللون الصفة البدنية التي عول عليها أكثر من غيرها، ويرون أن التفوق مسألة ترتبط باللون، وتضع النظرية بهذا الخصوص (السلالة النوردية) على منصة الشرف،

وهي السلالة ذات البشرة البيضاء والشعر الأصفر والعيون الشهب والرأس الطويل (بطانية، 2015: 44).

في مستهل القرن التاسع عشر الميلادي، وفي غمار المجادلات التي انبعثت عن الثورة الفرنسية، ودار حول التفريق بين الغاليين، سكان فرنسا الأصليين، والفرنجة باعتبارهم برابرة مغتصبين، نادى الكونت دي دوبينو حدوث كشف لغوي مفاده إن جميع اللغات الأوروبية إضافة إلى اللغات اليونانية واللاتينية ولغات فارس وشمال الهند الحية والإيرانية القديمة والسنسكريتية القديمة تنتسب بعضها إلى بعض: وهي أعضاء في عائلة لغوية واحدة واسعة المد، وأنها البد من أن تكون هناك لغة أصلية آرية أو هندية أوروبية اشترق منها لسان كل أفراد العائلة.

استخلص دي جوبينو من هذا الكشف اللغوي أن المتكلمين بهذه اللغات ينتسب بعضهم إلى بعض أسوة النسب القائم بين اللغات التي يتكلمون بها وأنهم ينحدرون من جنس أصلي آري أو هندي أوروبي، وأن هذا الجنس هو الذي أنتج عبقرية زرادشت الدينية وعبقرية اليونان الفنية وعبقرية الرومان السياسية ويرجع الفضل إليه في جميع ما حققت الحضارة البشرية من أعمال وتقدم عبر تاريخ البشرية الطويل.

ويبدو أنه في ظروف التقدم الصناعي الذي حققه الأوروبيون وما أتاحه هذا التقدم الصناعي للأوروبيين من التفوق على الشعوب الأخرى والتغلب عليها وقيام حركة الاستعمار الأوربي للشعوب واستبداد الأوروبيين بها، أن لاقت نظرية الجنس مناخاً طيباً للانتشار والقبول من المتغلبين، فأخذ الألمان بها وقالوا بالجنس الهندي - جرمانى بدلاً من الهندي - أوربي، كجنس متفوق على غيره،

كذلك أخذ الأمريكيون بنظرية الجنس في مطلع القرن العشرين وطالبوا بتقييد الهجرة إلى أمريكا للمحافظة على نقاوة الفرع الأمريكي الذي يعد شجرة الجنس النوردي.

وفي الوقت الذي يتخذ دعاة العنصرية في الحضارة الغربية البشرة البيضاء، دليلاً على التفوق واعتبار ذلك علامة تفوق الجنس النوردي على غيره من الأجناس، فإن اليابانيين يستخدمون علامة بدنية مختلفة للدلالة على التفوق، تقوم على اعتبار خلو الجسم من الشعر وجعل الإنسان الأمرد أعلى من غيره باعتباره أبعد منزلة من القرد خلافاً للإنسان المشعر الذي يعد أقرب منزلة من القرد.

على أن هذه النظرية قد نقضت اليوم تماماً، فانتساب اللغات بعضها إلى بعض لا يعني بالضرورة انتساب الناطقين بها بعضاً إلى بعض، كما أن الحضارة لم تكن وفقاً على جنس دون جنس، فقد ظهرت الحضارة عند كثير من الشعوب التي تنتمي إلى أرومات مختلفة كالمصريين والهنود والسومريين وغيرهم، وظهرت بين الشعوب البيض والحمير مثلما ظهرت عند الشعوب الصفراء، وليس بمكانة جنس أن يدعي نقاوة على مر التاريخ فضلاً عن أن يدعي صناعة الحضارات.

5/ نظرية شبنغلر:

يرى شبنغلر، وهو فيلسوف ألماني (1885-1934م) أن الحضارات كائنات تاريخية حية شأنها شأن الكائنات العضوية الحية لها سياق واحد تسير عليه ودورة متشابهة تمر بها، فكما أن للكائن العضوي مولده وطفولته وشبابه ونضجه وشيخوخته، فإن للحضارات مثل ذلك، وبخصوص ولادة الحضارات ونشئها يقول شبنغلر: "تولد الحضارات في اللحظة التي تستيقظ فيها روح كبيرة وتتفصل عن الحالة الروحية الأولية للطفولة الإنسانية الأبدية، كما تتفصل الصورة عما ليس له صورة، وكما ينبثق الحد والفناء من اللامحدود والبقاء. وتموت الحضارة حينما تكون الروح قد حققت جميع ما

بها من إمكانات وعلى هيئة شعوب ولغات ومذاهب دينية وفنون ودول وعلوم ومن ثم تعود الحالة الروحية الأولية" (مجموعة مؤلفين، مرجع سابق، 17).

والذي نلاحظه في نظرية شبنغلر أن التشابه الذي أقامه بين الحضارات والكائنات العضوية لا يتفق وطبيعة أطراف المقارنة. فتطور الحضارات يختلف عن مراحل نمو الكائنات العضوية لاختلاف طبيعتها، فبينما تكون الحضارات صنيعة الإنسان وثمره جهوده الممثلة بمفاهيمه وأفكاره وقوانينه وأنظمته مضافاً إليها عند بعض الباحثين المستوى المادي الذي حققه الإنسان في مجتمعه نتيجة درجة تجهيزه التكنولوجي، فإن الكائنات العضوية ذات طبيعة فسيولوجية حية مختلفة وما الضعف والقوة ثم الضعف الذي راه شبنغلر نسقاً متشابهاً بين الحضارات والكائنات العضوية في تطورها إلا تشابهها ظاهرياً لا ينفذ إلى الأعماق، وقد أدى اعتقاد شبنغلر بوجود التشابه بين الحضارات والكائنات إلى اعتماد الروح في تفسير نشوء الحضارة، وجاء تفسيره لنشوء الحضارة غامضاً غموض المعرفة الإنسانية بطبيعة الروح من جهة وغموض حل مشكلة الوجود عن شبنغلر من جهة أخرى.

6/ نظرية التحدي والاستجابة:

ير أرنولد توينبي أن العامل الإيجابي في نشوء الحضارة ليس مفرداً ولكنه متعدد، وهو علاقة مشتركة تكون عند تعرض الإنسان للتحدي وقيام بالاستجابة له، فالتحدي والاستجابة عند توينبي هو العامل الإيجابي الأقرب إلى تفسير نشوء الحضارة وإلى تقليل عطاء الإنسان في حالة والعقم في حالة أخرى، إذاً قد توجد البيئة وتنشأ حضارة وتوجد بيئة مماثلة ولا تنشأ حضارة وسبب ذلك عند توينبي وجود التحدي والاستجابة في الحالة الأولى وعدم وجودها في الحالة الثانية.

وقد استرشد توينبي في الوصول إلى نظريته بالقصص الذي يمثل جزءاً من الفكر الديني عند الأمم وبيع بعض الكتابات التي وضعها علماء البيئة الطبيعية ويطبق توينبي نظريته "التحدي والاستجابة" في نشوء الحضارة على النحو التالي:

يقول أن العالم كان يسوده أحوال مناخية معينة كانت فيها الصحراء الأفريقية والعربية في آسيا تنعم بهطول الأمطار الغزيرة التي أنبتت في أرضها الحقائق والأحراش وغطتها بالمزارع والنباتات ثم حدث أن تغيرت هذه الأحوال المناخية وغدت الصحراء الأفريقية والعربية تعاني من حالة من الجفاف الشديد على أثر تغير نظام نزول الأمطار الذي كان سائداً فيها فتعرض الإنسان في هذه المنطقة نتيجة لذلك إلى تحد كانت استجابة الإنسان في هذه المنطقة لهذا التحدي مختلفة، فالذين آثروا الهجرة إلى منطقة أخرى تسود فيها الحياة المعيشية نفسها التي كانت سائدة في الوطن الأصلي كانت استجابتهم خالقة. أما الذين آثروا البقاء في الوطن على الهجرة واكتفوا بما تجود به أرضهم فقد انعدم عندهم أثر التحدي عليهم ولم تحدث عندهم الاستجابة فهم بنظر توينبي عرضة للانقراض. أما الذين غيروا موطنهم وغيروا طريقة معيشتهم فقد واجهوا تحدياً مضاعفاً شذ ملكاتهم وأدى إلى نشوء الحضارة على أيديهم في بلاد الرافدين ووادي النيل متمثلة بالحضارة السومرية والحضارة المصرية (توينبي، مرجع سابق، 151-154).

ويرى توينبي أن التحدي مثلما يكون مادياً كالذي حدث عند تغير الأحوال المناخية فإنه قد يكون فكرياً، ويرى أن التحدي الحاضر ماثل في الحضارة الغربية ولكنه لا يزال حديثاً إلى درجة لا يمكن معها التنبؤ بالاستجابة.

والذي نلاحظه أن توينبي أقام نظريته على فرضية غر مقطوع بصحتها وصحة الكيفية التي استجاب الإنسان بها عند تغير الأحوال المناخية في منطقته. كما لا يذكر توينبي أنواع الاستجابات التي ترتبط بكل نوع منها ويذكر أن الناس ليسوا سواء أمام التحدي حتى ولو كان التحدي واحداً فهو يرى أن رد فعل هؤلاء يتصل في بعضه بالقوى النفسية الدافعة التي يستحيل تطبيقها ووزنها وقياسها وبالأحرى تقديرها تقديراً علمياً مقدماً ما يوحي بأن الدور الأساس في التغيير هو الإنسان لا طبيعة التحدي، فالإنسان هو الذي يعين مسار الانتقال والتغير حسب الحال الذي يكون عليها الإنسان وهي حال لا يصنعها التحدي ولكنه يستثيرها والاستثارة وحدها ليست كافية لعملية التغير. فالتحدي ومثله الحاجة غير جديرين بتمكين الإنسان من الانتقال من مرحلة حضارية إلى مرحلة حضارية أخرى، إذ لابد للإنسان حتى يحقق إنجازاً ما أن يحوز الكفاية والقدرة اللازمة للقيام بذلك والا ظل حبيس الوهم والتخيل.

7/ النظرية المادية:

تذهب النظرية المادية إلى أن الوجود مادة تطورت تطوراً ذاتياً مستغنية عن عقل كلي يديرها منكراً بذلك وجود خالق لهذا الوجود، وتقول النظرية أن لمجتمع جزء من هذا الوجود المادي ينطبق عليه ما ينطبق على الكل، فهو يتطور بشكل حتمي وبصورة تقدمية تصاعدية فجائية من الحالة الأدنى إلى الحالة الأفضل (الزين، مرجع سابق، 155).

وعندما تتعرض النظرية لبيان تغير المجتمع وانتقاله من حالة إلى حالة أخرى، تؤكد النظرية أن الفكر هو انعكاس المادة على الدماغ وأن المادة أصل الفكر في المجتمع، لذلك فإن النظرية تعتبر

شروط الحياة المادية في المجتمع أصل الحياة العقلية فيه: أفكاره ونظرياته وقوانينه وآرائه وأوضاعه السياسية، وعندما تتغير برأي النظرية حتماً لوجود المتناقضات في المجتمع، تتغير الحياة العقلية فيه.

أما شروط حياة المادية للمجتمع، وهي بالتالي مفهوم المجتمع عند النظرية، فهو الوسط الجغرافي والكثافة السكانية وأسلوب الإنتاج، والنظرية لا تقيم وزناً للوسط الجغرافي والكثافة السكاني في تكوين المجتمع وتغييره وإنما تجعل الدور الرئيس لأسلوب الإنتاج، تقول النظرية: إن أسلوب الإنتاج يتألف من القوى المنتجة المتمثلة بالناس وأدوات الإنتاج ومعارف الإنتاج ويتألف من علاقات الإنتاج التي تظهر بين الناس أثناء سير الإنتاج. وتذكر النظرية أن التغير يبدأ في أدوات الإنتاج وتقرض أن الأدوات كانت قديماً السهام والحجارة ثم تغيرت إلى الأدوات المعدنية المحسنة كالمحاريب والأنوال وغيرها. ثم تغيرت إلى الطاحونة والورش الصناعية، ثم تغيرت إلى الأدوات الكبيرة التي تدار بالكهرباء وغيرها من أشكال الطاقة، وتستنتج النظرية من هذه الفرضية التي طرحتها أن العلاقات بين الناس كانت تتغير في كل مرة كانت أدوات الإنتاج تتغير فيها ويتغير المجتمع تبعاً لذلك، وأن البشرية قد عرفت خمسة أنواع من المجتمعات أو الحضارات هي المشاعية الابتدائية ثم الرق ثم الإقطاع ثم الرأسمالية ثم الاشتراكية حسب أدوات الإنتاج التي كانت في كل مرحلة.

إن النظرية المادية وقعت في خطأ رئيس، بتبني أن الفكر انعكاس المادة على الدماغ، وأن المادة أصل الفكر في المجتمع، وهو لا يصح، فوجود المادة وحدها لا يقوم به فكر إلا إذا توافر وجود المعلومات اللازمة لتفسير المادة. ولا بد أن تكون أول معلومات حصل الإنسان عليها قد جاءت من خارج المادة، مما لا يدع شكاً في وجود خالق للمادة (البوطي، 1985، 95). ولا صحة كذلك للقول بدور أسلوب الإنتاج ابتداءً في تغيير المجتمع وانتقاله من مرحلة حضارية إل مرحلة حضارية أخرى،

فقد تحول المجتمع العربي إلى مجتمع إسلامي، والمجتمع الروسي إلى مجتمع اشتراكي دون أن يسبق ذلك تغيير في أساليب الإنتاج، كما أن القول بدور المتناقضات في التطور الحتمي قول غير صحيح تماماً، إذ يمكن أن تزول المتناقضات بين الأطراف المختلفة وتسوي الخلافات ولا يتحتم حدوث تغيير أو تبديل في المجتمع وإنما يغير المجتمع أنظمته وأفكاره إذا ظهر فسادها أو وقع المجتمع تحت سلطان خارجي أقوى منه مادياً وفكرياً .

وهكذا تقدم النظرية المادية تفسيراً لتغير المجتمع ونشوء الحضارة تبنيه على تطبيق ما يصلح للمادة على المجتمع ثم تبنيه على الفرضية والحتمية وهو مما لا يصح.

تم فيما سبق لأهم النظريات التي تناولت موضوع نشوء الحضارة، ويخرج الباحث بضرورة لتفريق بين الحال العلمية في المجتمع وحالة الفكر والأنظمة فيه، فحال الفكر والأنظمة ونوعها في مجتمع ما من المجتمعات لا ترتبط بالحال العلمية فيه ارتباط العلة بالمعلول. فقد يتشابه مجتمعان في درجة التجهيز العلمي ويكونان مع ذلك مختلفين فكراً ونظماً كما في روسيا وأمريكا وقد يأخذ المستوى العلمي في المجتمع في الارتفاع التدريجي التصاعدي ويكون في كل مرحلة تالية خيراً منه في المرحلة السابقة. بينما تبقى أصول المجتمع الفكرية وأنظمته على حاله لا تتغير تغير العلم وقضائاه، لذلك فإن سمة المجتمع تتبع من حضارته المتمثلة بمفاهيمه الأساس عن الكون والإنسان والحياة وأفكاره، وأنظمته، وقوانينه المنبثقة عنها، فإذا تغيرت، تغيرت سمة المجتمع وتغيرت حاله، ولذا أخطأت النظرية المادية عندما ربطت حضارة المجتمع بأدوات الإنتاج فيه، وجعلت أدوات الإنتاج جزءاً من المجتمع عند تعريفها للمجتمع واعتبرت تغير هذه الأدوات عاملاً حتمياً في تغير الحضارة، فقد ظهرت الحضارة الإسلامية دون أن يستدعي ذلك تغير أدوات الإنتاج، وحدث الشيء نفسه في روسيا حيث ظهرت

الاشتراكية فيها دون أن يستدعي ذلك تغيير أدوات الإنتاج فيها إذ لا دخل لأدوات الإنتاج في تغيير المجتمع.

الفرق بين مفاهيم الحضارة والثقافة والمدنية:

أولاً : في مفهوم الثقافة (Culture):

ظهرت كلمة ثقافة في الفرنسية بمعناها الدقيق في القرن الثالث عشر، وتلتها في القرن الرابع عشر كلمة مثقف وزارع (Cultivateur) ومزارع (Agriculteur) لكنها لم تكتسب معناه المجازي كمعرفة، كتربية، وعلم إلا في القرن الخامس عشر انطلاقاً من مشتقاتها أيضاً: (Inclute, Cultive, Cultiver) وبشكل متواز يحتفظ المعنيان (زراع، ثقّف) بكامل قوتها ولن يتميزا إلا بصفتي (Cultural) في القرن التاسع عشر و (Culturel) في القرن العشرين (رولان، 1993: 20).

والياً هناك شبه اتفاق على أن الثقافة هي نتاج تراكمي لعدة قرون وأنها تعد عملاً إنسانياً جماعياً يتضمن عمليات التدخل والتفاعل والتعديل للطبيعة وللسلوك.

يعرفها (Kilpatric) بقوله: "هي ما صنعتها يد الإنسان وعقله من أشياء ومظاهر في البيئة الاجتماعية، أي كل ما اخترعه الإنسان أو ما اكتشفه وكان له دور في العملية الاجتماعية" (الرشدان، 1994: 194).

ويعرفها (Kulckhon) بأنها "وسائل الحياة المختلفة التي توصل إليها الإنسان عبر التاريخ، الظاهر منها والضمني، العقلي واللاعقلي، التي توجد في وقت معين والتي تكون وسائل إرشاد توجه سلوك الأفراد في المجتمع".

فالثقافة تعني في مضامينها كل ما هو مكتسب عن طريق التنشئة والتلقين والتعليم والتربية الاجتماعية، وهي قابلة للإثراء مما يترب عن ذلك أنها من إبداع الإنسان، فهي تمثل ما نتجه الإنسان بيده وعقله. وبذلك فهي تقع في مقابل الطبيعة التي تشير إلى كل ما هو فطري وطبيعي.

أما علماء التاريخ فقد فسروها بأنها "راسب التاريخ" أي أنها مجموعة عمليات تاريخية الأصل، تتراكم خلال السياق التاريخي الحضاري أو تترسب في الزمان والتاريخ. فهي تنمو وتتبعش، كما أنها قد تهاجر من منطقة إلى أخرى (الرشدان، مرجع سابق، 194-195). وهنا نجد التأكيد على فكرة دورة الحضارة.

إن التعاريف السابقة المقدمة للثقافة، تجعلنا نقرر أن مفهومها العام تعني التكيف، وما تكشف الثقافة من تدخل الإنسان في تعديل الطبيعية أو تحويلها بإضافة عناصر بشرية على الوجود الفيزيقي. الثقافة بمنى من المعاني هي الجانب الفكري والروحي لمجتمع أو حضارة ما، لذلك فهي مرتبطة بلغة وبشعب معينين، مما يسمح لنا بالقول أن هناك ثقافة فرنسية ضمن الحضارة الأوروبية وهناك ثقافة عربية ضمن الحضارة الإسلامية، فتكون الثقافة بهذا المنظور والمثال هي الجزء والحضارة هي الكل.

إذا، الثقافة والحضارة مفهومان اختلف عليهما الباحثون كثيراً وللتفريق بين المفهومين فالثقافة تتكون من العادات والتقاليد وأسلوب الحياة السائد في المجتمع، أما الحضارة فهي تعبير عن ارتقاء المجتمعات عن المستويات البدائية ويقصد بها عادة المجتمع المتحضر أما عن الفرق بينهما فهناك ثلاثة آراء هي:

1. الرأي الأول: وهو المرجح (يرى أن مفهوم الحضارة أوسع من مفهوم الثقافة بمعنى أن

الحضارة تشمل الثقافة ولكن الثقافة لا تشمل الحضارة فالحضارة تمثل الجانب المادي

والمعنوي، أما الثقافة فتشمل الجانب المعنوي).

2. الرأي الثاني: يرى أن المفهومين متساويان.

3. الرأي الثالث: يرى أن الحضارة ماتوصل إليه المجتمع في المقترحات والمبتكرات. لكن خلاصة

القول أن العلاقة وثيقة بين المفهومين وليس هنالك فروق كبيرة.

ويفصل "جميل صليبا" بين المصطلحين بقوله: "وخير وسيلة لتحديد معنى كل من هذين اللفظين

إطلاق لفظ الثقافة على مظاهر التقدم العقلي وحده وهي ذات طابع فردي وإطلاق لفظ الحضارة على

مظاهر التقدم العقلي والمادي معاً وهي ذات طابع جماعي" (صليبا، 1978: 477).

ثانياً: في مفهوم المدنية:

يقصد عادة بالمدنية مرحلة زمنية تاريخية زاهرة من مراحل تطور الحضارة، وتتكون أساساً من

تراكمات كمية زائدة في كم ومحتوى الحضارة في الماديات وتعد في المعنويات (العقيدة والفكر

والحرية) لذلك يمكن القول أن كل مدنية حضارة وليست كل حضارة مدنية.

فالحضارة مرحلة سامية من مراحل التطور الإنساني ومظاهر الرقي العلمي والفني والأدبي

والاجتماعي، أما المدنية فهي الجانب المادي لأي حضارة من الحضارات.

أما المدنية فهي "ما نستعمل، أو هي ظهر اصطناعية تظهر في ازدهار الفنون الصناعية

للمجتمع المتمدن، أو هي خلاصة ما تطورت إليه الطاقة العقلية للإنسان، ومدى قدرة هذه الطاقة على

التحكم في طبيعة الأشياء" (الشرقاوي، 1992: 19).

فالمدينة هي مقدرة الإنسان على السيطرة على الطبيعة، وإظهار المخترعات في شتى مجالات الحياة. ورغم ذلك نلاحظ أن كثير من الباحثين يجمعون بين لفظ المدينة ولفظ الحضارة، وأن كل من اللفظين يطلقان على مسمى واحد.

من خلال تحديدها لهذه لمفاهيم يتبين لنا أن:

- المدينة هي الإنجازات في عالم الماديات والأرقام والكميات والعمران والجانب التقني عموماً .
- الثقافة هي الهوية وهي لتي تحدد الانتماء عقيدة وشريعة ولغة وفكراً، وهي القيم الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد.

فالثقافة كما حددها "مالك بن نبي" بقوله "الثقافة إذن تتعرف بصورة عملية على أنها مجموعة من الصفات الخلفية، والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لاشعورياً العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، فهي هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته" (أبن نبي، 2009: 74).

وهذا التعريف للعلامة مالك بن نبي يضم بين دفتيه فلسفة الإنسان وفلسفة الجماعة، أي مقومات الإنسان ومقومات المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار ضرورة انسجام هذه المقومات جميعاً في كيان واحد، تحدثه عملية التركيب التي تجريها الشرارة الروحية، عندما يؤذن فجر إحدى الحضارات. فالحضارة تبرز في الإنجازات وثمرات الجهود الفردية والجماعية والمؤسسية، والإنجازات الحضارية تكون شاملة للكيف والكم، تشمل في حقل العلوم الإنسان التربية والآداب والقانون وغيرها. وفي حقل العلوم التطبيقية تشمل سائر وجوه وألوان الأنشطة البشرية والمكتسبات المادية.

ولقد فرق المفكر البوسني "علي عزت بيجوفيتش" بين الثقافة والحضارة بقوله "الثقافة هي تأثير الدين على الإنسان، أو تأثير الإنسان على نفسه. بينما الحضارة هي تأثير الذكاء على الطبيعة أو العالم الخارجي. فالثقافة معناها الفن الذي يكون به الإنسان إنساناً، أما الحضارة فعني فن العمل والسيطرة وصناعة الأشياء صناعة دقيقة. والثقافة هي الخلق المستمر للذات، أما الحضارة فهي التغيير المستمر للعالم. وهذا هو تضاد الإنسان والشيء" (بيجوفيتش، 1994: 94).

إن التمايز بين هذه المفاهيم الثلاث يتم على المستوى النظري، فالثقافة تصبغ الحضارة والمدنية بصبغتها ولها خصوصيتها الزمانية والمكانية والتاريخية، فالحضارة كمنجز مادي قابل للتنوع الثقافي، وهي موروث مشاع بين الأمم والشعوب، والمدنية من حيث هي أساليب إنسانية تختلف مرجعيتها الفكرية، فتحكمها أحياناً الخصوصية الثقافية وتكون في أحيان أخرى عملاً مؤسسياً إنسانياً مشتركاً، قد لا يتعارض مع الخصوصية الثقافية ولا تخلع عليه القداسة والعصمة.

فإذا كانت الحضارة ميزة إنسانية جوهرية تميز المجتمع الإنساني عن نظيره الحيواني، إذ تمثل جميع مظاهر النشاط والإبداعات لشعب من الشعوب (مادية ومعنوية)، والتي تهدف إلى التقدم والارتقاء في مختلف مجالات المعرفة والسيطرة على الطبيعة والتنظيم الاجتماعي. كما أنه تساهم في توطيد شبكة العلاقات الإنسانية التي تمخضت عنه، كما تفتح المجال أيضاً لتكوين علاقات أخرى ليست بالضرورة من نفس النوع، من خلال السعي بنقل مكتسباتها إلى مجتمعات أخرى تتوفر فيها شروط الإمكان الحضاري.

يقول الفيلسوف والمؤرخ "توينبي" في هذا المجال في كتابه الحضارة في الميزان "فلقد جاءت الحضارات وذهبت، ولكن الحضارة بمعناها العام قد استطاعت في كل مرة أن تعود فتتجسد في صورة مجتمعات جديدة متحضرة" (توينبي، مرجع سابق، 32).

العلاقة بين التاريخ والحضارة:

فالتاريخ في العلم الذي يوثق للماضي من الأحداث في حياة الناس والدول ففي الماضي كان الناس يكتبون التاريخ للتسلية والإمتاع والمؤانسة أو العبرة لذلك لم يدققوا في تحقيق ما يروون، لأنَّ التاريخ كان يعتبر لوناً من القصص وقد بلغ الهوان من أمر التاريخ في نظر مفكري الإغريق أنَّ أرسطو في كتابه (بوينيق) (الشعر) فضل الدراما أو القصص المسرحية على التاريخ وأنَّ التاريخ برأيه يسجل أحداثاً مرسلّة لا تتسجم في إطار قصة مكتملة كما هو الحال في المسرحيات، وقد أحتاج التاريخ في الغرب إلى قرون طويلة لكي تظهر شخصيته ويقوم كعلم كامل له أصوله ومناهجه وقواعده أما عند المسلمين فقد ولد من أول الأمر علماً مستقلاً واضح الخصائص لأنَّه نشأ على نفس الأصول التي نشأ عليها علم الحديث وهي الضبط والدقة والأمانة وتحري الصدق (موسى، 2011: 44-45).

فقد أصبح التاريخ اليوم يدرس التجارب الإنسانية دراسة شاملة ويدرس الأحداث ليس لذاتها بل يدرسها كتجارب لها أثارها في سير الجماعات البشرية ونتائجها بالنسبة لمصير هذه الجماعة . حيث أننا ندرس الماضي لنفهم الحاضر وندرس الحاضر حتى نستطيع توجيه المستقبل ، حيث إتفق المؤرخون على أن موضوع التاريخ هو دراسة التجربة الإنسانية على وجه الأرض (مؤنس، مرجع سابق، 60).

فالتاريخ يدرس أصول الحضارات وكيف نشأت وكيف إنتهت ، الإنسان قد مر بمراحل عديدة من التطور ابتداءً من العصر البدائي ، ومروراً بالعصور المختلفة لذلك فهناك إختلاف واضح بين موضوع الحضارة وموضوع التاريخ فمع تقدم العلم فى العصور الحديثة وبروز سمة التخصص وانفصال العلوم عن بعضها البعض انفصل علم الحضارة عن علم التاريخ وأصبح لكل علم موضوعه ومنهجه وغاياته واقتصر موضوع علم التاريخ على الجوانب السياسية والعسكرية فقط لكن من المؤرخين من ربط بين علم التاريخ ودراسة الحضارة وأضاف الجوانب الحضارية من نظم إقتصادية واجتماعية وثقافية (موسى، مرجع سابق، 45).

لكن فى إطار ظاهرة التخصص التى ذكرناها على الصعيد المعرفى أستقلت دراسة الحضارات نسبياً عن موضوع علم التاريخ ودوره فى دراسة الحضارات ، إلا أن هنالك أيضاً إهتمام من جانب علماء الفلسفة بدراسة الحضارات وطابعها الشمولى ذلك لأن أى نظرية فلسفية ما لايمكن التوصل إليها بمعزل عن إستيعاب التراث البشرى والحضارى والتاريخى .

وتوضح مؤلفات المؤرخين فى العصر الحديث مثل (قصة الحضارة) لول ديورانت أو (دراسة التاريخ) لارنولد توينبى وغيرها من المؤلفات لإرتباط التاريخ بالحضارة ودراستها وأن المفهومين يؤيدان أغراضاً متشابهة فى طريق إستفادة الإنسان من الحضارات الإنسانية السابقة فى تقويم واقعه الحالى.

تنوع الحضارات:

إن الحضارة ظاهرة إنسانية عامة وليست فردية فالإنسان هو المخلوق الوحيد الذى يرتقى ويعمل على تحسين أحوال نفسه بفضل ما أهداه الله إليه من عقل يمكنه من التفكير ولختران المعلومات والربط بينها والإستفادة منها ، فكل أجناس البشر متحضرة ، وما من شعب إلا وله مستواه

الحضارى والذى يحدث هو أن تمر على شعب من الشعوب ظروف تدفع به إلى التحرك والخروج من سكون البداوة إلى حركة الحضارة ، حيث نجد أن هنالك ظروف مؤاتية وأخرى غير مؤاتية لقيام الحضارات وتطورها فهناك حضارات كثيرة قامت ثم وقفت مكانها لأن الظروف التى قامت فيها تغيرت فهذه الظروف تصيب حتى الحضارات المتقدمة فتوقفها عن تقدمها وتقود بها إلى الوراء(مؤنس، مرجع سابق، 44-46).

وطالما أننا إعتبرنا أن الحضارة هى ظاهرة إنسانية عامة فهذا يترتب عليه عدد من النتائج وهى:

1. إنها شديدة الارتباط بالظواهر الإجتماعية والإنسانية على مر العصور وب حياة المجتمعات الإنسانية.

2. إنها ظاهرة إنسانية عامة وليست فردية نفسية من قبيل الإدراك والتفكير فلم يسمع على مر التاريخ عن إنسان شيد حضارة لوحده بل هى مرتبطة بحياة الشعوب والمجتمعات .

3. وأن الحضارة مثل ما هى ظاهرة إنسانية فهى ظاهرة إجتماعية وأنها ليست من صنع الأفراد والمجتمعات وإنما نتيجة للأنشطة التى يقومون بها فى حياتهم ومقتضيات عمرانهم البشرى فى وقت معين .

وبذلك نثبت أن تنوع الحضارات حقيقية مرتبطة بتنوع المجتمعات البشرية على مر العصور وأن لكل شعب أو أمة حضارة تميزه عن الآخر .

ولقد أقر ديننا الحنيف ذلك التنوع فى الحضارات قال تعالى : (يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر

وأنتى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير [الحجرات: 13]. وأنّ الله قد فطر الناس على ذلك التنوع وجعلهم شعوباً وقبائل ولم يجعلهم أمة واحدة ولا شعب واحد على وجه هذه الأرض.

الدورة الحضارية:

يعني بدورة الحضارة تلك المراحل والأطوار التاريخية التي تمر بها حضارة مجتمع (أمة) أثناء حركتها، فلها نشوء وميلاد وازدهار وسقوط وأخيراً النهاية لتعيد كرتها نم جديد. فالتاريخ الإنساني حلقات متسلسلة تشكل الحضارة إحدى وحداته، فهي في صيروتها لا تسير في تقدم ورقي مستمرين بل تجري إلى تأخر وانحطاط حيث أنها تسلك دورات مستقلة، لكل منها مراحل تقدم ورقي ومراحل تأخر وانحطاط. فالحضارة تنتقل من الصيرورة إلى الصير، فهي تنتقل من عصر النمو والحركة والنشاط والفاعلية إلى عصر ومرحلة السكون والجمود، إنها الموت يتبع الحياة (زريق، 1964: 289).

إذا كان من القوانين في فهم الأشياء أنها تفهم من أضدادها، فدورة الحضارة يراد بها تلك الرؤية القائلة بأن حركة الحضارة في تكوينها ونموها ليست حركة صاعدة، تزدهر بالتراكم والانتقال دوماً من القديم إلى الجديد. بل أن المسار الذي تتخذه كل حضارة دائري، وأن الحركة نكوصية تراجعية. وهذا ما يعني ذلك أن كل مرحلة تاريخية معينة (حضارة) ليست بالضرورة أكثر تقدماً من سابقتها كما يرى "أوجست كونت" في قانون الأحوال الثلاث.

المطلب الثاني: الثقافة والحضارة:

كلمة الثقافة بمفهومها الحالي لن تجد أثراً لها في لغة علماء العرب إلا في القرنين الآخرين. حيث أنها لم توجد في لغة ابن خلدون، الذي يعد على أية حال المرجع الأول لعلم الاجتماع العربي

في العصر الوسيط. ولود ردنا في رجوعنا إلى ما قبل ذلك لم نجد الكلمة مستعملة في العصر الأموي والعباسي، إذ لا أثر لها في اللغة الأدبية أو اللغة الرسمية والإدارية لذلك العصر، فتاريخ هذه الحقبة لم يرو وجود لائحة إدارية خاصة بمنظمة معينة أو عمل من الأعمال يتصل بالثقافة، ولم يحدث أن وقفت عين من الأعيان لفائدة عمل أو منظمة من هذا القبيل (أبن نبي، مرجع سابق، 20).

أما اليوم، أصبح لفظ الثقافة من المفاهيم الجارية الاستعمال في علوم الإنسان. لكن ما دام المعنى الذي تعطيه هذه العلوم لمصطلح الثقافة يختلف من المعنى المستعمل في اللغة العادية، فإنه من المفيد استعراض التطور الذي عرفه هذا المصطلح حتى وصل إلى المعنى الذي يؤخذ به اليوم.

حيث يرجع استعمال لفظ الثقافة إلى أواخر القرن الثامن عشر بألمانيا في دراسات كانت تهدف إلى إعادة بناء تاريخ عام للإنسان والمجتمع منذ الأصل. ولم تكن هذه الدراسات التاريخية تهتم بالتاريخ السياسي أو الحربي بقدر كانت تهتم بالطبوس والنظم والأفكار والفنون والعلوم. وكان تعدد المجتمعات واختلاف الحضارات هو الدافع الأساسي وراء هذا النوع من الدراسات بحيث استطاعت أن تجمع عدداً هائلاً وغنياً من الوثائق حول جميع المراحل التاريخية وحول جميع المجتمعات، إلا أن الاعتقاد السائد لدى هؤلاء الدارسين هو أن التاريخ الإنساني هو أيضاً تاريخ تقدم الإنسانية، وأن الدراسة المقارنة للمجتمعات والحضارات تؤدي إلى تحديد المراحل التي مر بها هذا التقدم. وعلى الخصوص فإن التاريخ المقارن سيؤدي إلى الكشف عن المراحل التاريخية التي مثلت أطوار التقدم الإنساني وإدارتها والتمييز بينها (بشوتي، انترنت).

وهذا ما يجعل الثقافة في هذا العصر مشابهاً للتأولوجية، العلم الذي يقتصر على دراسة الشعوب والثقافات وتاريخ حياة الجماعات. هو العلم الذي يدرس الإنسان منذ وجوده على وجه

الأرض، ويحاول بحث أغوار حياته الثقافية حتى للفترات التاريخية التي سبقت اختراع الكتابة الذي تم قبل خمسة ألف عام. وبهذا المعنى للثقافة والأنتولوجية والحضارة بمفهومها التاريخي الزمني، يحدث التشابه والخلط بين الثقافة والحضارة. فعلى سبيل المثال عند دراسة تاريخ السودان وحضارته أنتولوجياً نجد ذات الاشتراك في المفاهيم حيث أن السودان باستقطابه لمجموعة من الأعراق والمتباينة والثقافات التي شاركت تاريخه الطويل، يجعل من المتنوع لتاريخه الاجتماعي والحضاري لمجتمع لا بد أن ينظر إلى المجتمع كحضارة وثقافة بصورة مشتركة.

وبعبارة أوضح، كان هدف هؤلاء تحديد الفترات التاريخية التي عرفت انتشاراً للمعارف وتقدماً في الفنون وتهذيباً ولباقة في الأعراض ولصطلاحاً وتحسيناً في المؤسسات والنظم الاجتماعية. في هذه الحالة يمكن اعتبار الأمر متعلقاً بمرحلة متقدمة في النمو والترقي: أي أن هذا المجتمع أحرز تقدماً. ولقد استعمل لفظ ثقافة Culture بالضبط للتعبير عن هذا التطور في تقدم المجتمع، وفي هذا السياق نشر أحد هؤلاء المؤرخين المشهورين John Christophe Adelung كتابه سنة 1892 بعنوان "محاولة في تاريخ ثقافة الإنسان" وفيه يميز بين ثمان مراحل تاريخية مر بها الإنسان، وهناك كثيرون من استعملوا الثقافة بهذا المفهوم.

حيث يذهب بعض الدارسين إلى التأكيد على أن هؤلاء المؤرخين أخذوا هذه الكلمة من اللغة الفرنسية التي كانت تعني في القرون الوسطى Culte Religieux أي التعبد الديني والتي أصبحت في القرن السابع عشر تعني خدمة الأرض أي زرعها وحرثها. وفي القرن الثامن عشر بدأ الكتاب يستعملونها لتعبير بصفة عامة عن ثقافة الفكر: أي التكوين العقلي الثقافي، في هذه الفترة إذن جاءت كلمة Culture لتدل على التطور الثقافي الفكري لفرد أو العمل الضروري لهذا التطور أو التقدم. ثم

بدأ ترجمة المصطلح ليشمل التطور أو النمو الثقافي والاجتماعي للإنسان وللجماعات بل للإنسانية جميعاً، وبهذا بدأ اللفظ يأخذ مفهوماً اجتماعياً، يأخذ الجماعة بعين الاعتبار وإن لم يتخلص من نزعته التطورية: فكرة الحركة إلى الأمام (بشوتي، مصدر انترنت سابق).

يرى الباحث أن هذا التطور في التعبير عن الثقافة كمنتوج فكري في القرن التاسع عشر هو امتداد للمشروع البريطاني للسيطرة المتحكمة على معظم سكان الأرض، حيث أن محاولة التمييز الثقافي التي تقودها أمريكا حالياً قادتها بريطانيا في القرن التاسع عشر، ولكن لم تؤدي إلى النتائج التي تحققت الآن لتخلف الوسائل الاتصالية في ذلك الوقت. كذلك فبريطانيا انتهجت سياسة الاستعمار الفعلي دوناً عن الاستعمار الثقافي الذي أدى إلى رفض الهيمنة الثقافية نتيجة للهيمنة الفعلية.

أحدث القرن التاسع عشر تقدماً في مفهوم الكلمة، إذ فكرة ثقافة تزداد جلاء في المجال المي، وتصبح مفهوماً أكثر تحديداً، بحيث أصبحت أكثر مشكلات علم الاجتماع، وأن الأوان ليثور في أذهان المفكرين سؤال هو: ما هي الثقافة؟ وهو سؤال اضطرتهم إليه الأفكار الجديدة التي حملها إليهم، علم النفس وعلم الاجتماع وعلم الأجناس، وهو يدل على الحاجة إلى خطوة جديدة في تحديد معنى الكلمة، للانتقال من الفكرة العفوية الموروثة عن عصر النهضة الأوروبية إلى فكرية علمية جديدة. حيث أصبح نشأت في هذا الصعر محاولات تهدف إلى تعريف جديد للثقافة، إذ لم يعد التعريف التاريخي الذي خلفه عصر النهضة بكاف في إقناع المنطق الجديد (أبن نبي، مرجع سابق، 28-30).

الثقافة والحضارة:

كل حضارة معينة تعكس المعتقدات والمبادئ والقيم التي تنبثق من روح الشعوب وتعبّر عن روح الأمة التي تنشئها، فلا يمكن لحضارة معينة أن تولد من فراغ لأنها كما عرفها بعضهم "توحي إلى نظام اجتماعي يعين الإنسان على الزيادة في الإنتاج الثقافي. وتتألف الحضارة من عناصر أربعة: الموارد الاقتصادية، والنظم السياسية، والتقاليد الخلقية، ومتابعة العلوم والفنون. وهي تبدأ حيث ينتهي الاضطراب والقلق" (ديورانت، 1984، 3). فهي بذلك نظام اجتماعي معين معقد ومتربط تحكم الماضي بالحاضر وتضم الفنون والآداب والمعتقدات والمعرفة والعادات والتقاليد وكل القدرات التي يتشبع بها الإنسان بكونه عضواً في المجتمع، وبالرجوع إلى تعريف وليم ديورانت لا بد وأن نرى في العناصر الأربعة المؤسسة للحضارة في نظره، أي الموارد الاقتصادية والنظم السياسية والتقاليد الخلقية ومتابعة العلوم والفنون، أنها تقوم على مجموعة من العقائد وعلى منظومة من الأخلاق وقيم الإيمان وعلى تصور متماسك وشامل للكون والحياة والإنسان، وهذه في نظري القاعدة الأساس لنشوء حضارة ما في أمة من الأمم. فالحضارة هي استثمارية تاريخية يتداخل فيه الاقتصادي والجغرافي والاجتماعي والسياسي والأخلاقي والثقافي والعلمي. ولكل حضارة دستور أخلاقي، يتجلى في العقيدة وقوة النفس، وهي وحدة تاريخية والاستجابة للتحديات عند الإنسان، فرداً أو مجتمعاً هي سبب نشوء الحضارة. فالحضارة هي ثمرة كل جهد بشري يبذل لعمارة الأرض وفق ثقافة ما، أي أن لكل أمة منهجها الاجتماعي، ولكل أمة كفاءاتها ومهاراتها المادية أو بعبارة أخرى فإن لكل أمة ثقافتها ومدنيتها الخاصة بها، والثقافة والمدنية عاملان متكاملان في إقامة البناء الحضاري لكل أمة.

فهما كانت نوعية الحضارة، فهي نتاج تلاقي عدة شعوب وأعراق شتى، تنتمي إلى ثقافات متعددة تصب جميعها في اتجاه تتشكل منه الحضارة، فهي إذن لا ترتبط بجنس من الأجناس، ولا

تنتهي إلى شعب من الشعوب، على الرغم من أن الحضارة قد تنسب إلى أمة من الأمم أو إلى منطقة جغرافية من مناطق العالم على سبيل التعريف ليس إلا، بخلاف الثقافة التي هي رمز للهوية، وعنوان على الذاتية، وتعبير عن الخصوصيات التي تتميز بها أمة من الأمم، أو يتفرد بها شعب من الشعوب"، فالحضارة هي "وعاء لثقافات متنوعة تعدد أصولاً ومشاربها ومصادرها، فامتزجت وتلاقحت فشكلت خصائص الحضارة التي تعبر عن الروح الإنسانية في إشراقاتها وتجلياتها وتعكس المبادئ العامة التي هي القاسم المشترك بين الروافد والمصادر والمشارب جميعها" (التويجري، 2006: 182).

الثقافة ضد الحضارة:

يرى علي عزت بيجوفيتش أن الثقافة والحضارة هما انعكاس لازدواجية الحياة حيث يرى "أن هنالك خلط غريب بين فكرة الثقافة وفكرة الحضارة. فالثقافة تبدأ "بالتمهيد السماوي" بما اشتمل عليه من دين وفن وأخلاق وفلسفة، وستظل الثقافة تعنى بعلاقة الإنسان بتلك السماء التي هبط منها، فكل شيء في إطار الثقافة إما تأكيد أو رفض أو شك أو تأمل في ذكريات ذلك الأصل السماوي للإنسان (بيجوفيتش، مرجع سابق، 107). تتميز الثقافة بهذا اللغز، وتستمر هكذا خلال الزمن في نضال مستمر لحل هذا اللغز. أما الحضارة فهي استمرار للحياة الحيوانية ذات البعد الواحد، التبادل المادي بين الإنسان والطبيعة. هذا الجانب من الحياة يختلف عن الحيوان فقط في الدرجة والمستوى والتنظيم. هنا لا نرى إنساناً مرتبكاً في مشاكله الدينية، إنما هو عضو المجتمع المغفل، وظيفته أن يتعامل مع سلع الطبيعة ويغير العالم بعمله وفقاً لاحتياجاته.

ويستمر علي بيجوفيتش بلغة الفيلسوف أحيانا ولغة الصوفي في أخرى، يبين ازدواجية الأدوار بين الثقافة والحضارة فيقول "الثقافة هي تأثير الدين على الإنسان أو تأثير الإنسان على نفسه، بينما الحضارة هي تأثير الذكاء على الطبيعة أو على العالم الخارجي. الثقافة معناها "الفن الذي يكون به الإنسان إنساناً" أما الحضارة فتعني "فن العمل والسيطرة وصناعة الأشياء صناعة دقيقة" الثقافة هي "الخلق المستمر للذات". أما الحضارة فهي "التغيير المستمر للعالم" وهذا هو تضاد: الإنسان والشيء، الإنسانية والشيئية (المرجع السابق، 108).

ثم يبين أدوار كل منهما في الحياة فيجعل دور الحضارة هو التعليم ودور الثقافة هو التأمل "فالحضارة تعلم أم الثقافة فتتور، تحتاج الأولى إلى تعلم، أما الثانية فتحتاج إلى تأمل. فالتأمل جهد

جواني للتعرف على الذات، وعلى مكان الإنسان في العالم، هو نشاط جد مختلف عن التعلم وعن التعليم وجمع المعلومات عن الحقائق وعلاقتها ببعضها البعض. يؤدي التآكل إلى الحكمة والكياسة والطمأنينة، إلى نوع من التطهير الجواني، إنه تكريس النفس للأسرار والاستغراق في الذات للوصول إلى بعض الحقائق الدينية والأخلاقية والفنية. أما التعلم. فيواجه الطبيعة لمعرفتها ولتغيير ظروف الوجود. يطبق العلم الملاحظة والتحليل والتقسيم والتجريب والاختبار. بينما يعنى التأمل بالفهم الخالص (بيجوفيتش، مرجع سابق، 110-11).

هذا المفهوم يقود إلى أن تسمية الحضارة الإسلامية، تسمية خاطئة، بل الأقرب للصواب هو تسمية الثقافة الإسلامية، فالإسلام أتى لكل البشرية وله ثقافة عامة تتمازج مع ثقافة الشعوب، فالإسلام يقوم على التأمل وصولاً للحقائق الكلية ثم العمل بالحقائق العلمية لإصلاح الأرض وعمرانها. فالإسلام ثقافة ذكر وبين الذكر والتأمل صلة وثيقة باعتبارهما طريقين يحرران الذاكر والمتأمل من آنية الوعي وقيوده إلى رحاب المطلق، بكل اتساعه ونوره. فعندما تذكر الله سبحانه وتعالى، فإن الله سيذكرك، وعندئذ فإن مستوى النور في أعماقك يتسع، ومنسوب الحكمة يرتفع، والإدراك الروحي يبدأ بينك الهامات واشراقات تصلح كل إعوجاج في ميع أركان حياتك لأن بذكر اله تعمر الطمأنينة القلب وينتصر اليقين على الشك.

ويميل بيجوفيتش بحكم نزعتة الدينية ورؤيته الفلسفية للحياة، أن يعتبر أن الثقافة هي الروح بالنسبة للإنسان بينما يرى أن الحضارة هي حالة وجود مجتمعي، وهو الخصوصية الشخصية لكل مجتمع، أما الحضارة فهي واقع وجود لا يمكن رفضه حتى لو رغبتنا في ذلك. ولكن الشيء الوحيد الضروري والممكن هو أن نحطم الأسطورة التي تحيط بالحضارة. هذه الأسطورة التي جعلت من

الحضارة الغربية تنظر لبقية الحضارات نظرة الدون، وجعلت من الإنسان الغربي هو "الإنسان السوبر" حسب نيتشه، "خاتم البشر" حسب فوكياما، الإنسان المثالي حسب هنتجتون. وهو ما قاد إلى صراع ثقافي في المجتمعات الأخرى ما بين مؤيد للحضارة الغربية ممثلة في "العولمة الثقافية" ومنافح لها ورافض لها كليةً. من ذلك، يقوم الباحث فيما يلي بتسليط الضوء على مفهوم العولمة الثقافية.

العولمة الثقافية:

إن مصطلح العولمة الثقافية هو مصطلح يعتبر نقيض ما تبحث الدراسة فيه من مفاهيم للتعارف بين الحضارات، التي يمكن أن تعتبر نتاج لمفاهيم صدام الحضارات والحوار بين الحضارات، فالعولمة الثقافية هي فكر يبحث عن توحيد العالم نحو نمط ثقافي محدد. فهنا يهتم الباحث بذكر والتفصيل به إتباعاً للقاعدة الفكرية – معرفة الشيء تتم بمعرفة نقيضه. لذا بعد أن أبرز الباحث مفهوم الحضارة سيحاول في هذا الجانب إبراز مفهوم العولمة الثقافية، ومن ثم يبرز بعدها مفهوم التواصل بين الحضارات والثقافات.

1/ مفهوم العولمة الثقافية:

إن العولمة الثقافية تعني إلغاء الحدود والحواجز الثقافية بين الأمم والمجتمعات، وجعل العالم قرية صغيرة من خلال وسائل الاتصالات الحديثة وشبكات الانترنت والتكنولوجيا. قد يبدو للوهلة الأولى أن العولمة الثقافية هي ترك الحرية المطلقة للثقافات الأخرى أن تعبر عن نفسها وتنتقل من نطاقها الضيق إلى آفاق رحبة وواسعة من العالم وفق فرص متكافئة بحيث تتفاعل الثقافات في ما بينها في ظل ثورة الاتصالات التي تسهل من نقل الأنماط الحضارية والثقافية من منطقة إلى أخرى. لكن الواقع يخالف ذلك وينقضه، لأن تدفق المعلومات يجري باتجاه واحد من

الغرب إلى الشرق، وهناك عدم تكافؤ نتيجة التفوق الإعلامي بالإضافة إلى تحصن الغرب ضد التأثيرات الثقافية العربية والإسلامية من خلال تشويه صور الإسلام والمسلمين في نظر المواطن الغربي.

إن العولمة هي محاولة جهة ما تعميم تطبيق أمر ما على العالم كله، ومن خلال هذا التعريف يمكن القول عن العولمة الثقافية هي محاولة مجتمع ما تعميم نموذجه الثقافي على المجتمعات الأخرى من خلال التأثير على المفاهيم الحضارية، والقيم الثقافية، والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات بوسائل سياسية مختلفة وتقنيات متعددة. وتعبير أدق هي محاولة إحدى الدول الكبيرة فرض سياساتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية على العالم بأسره من دون اعتبار الحدود أو خصوصيات الدول الأخرى. والدولة التي مهياة وقادرة وتسعى للعب هذا الدور هي الولايات المتحدة الأمريكية، مما جعل بعض الباحثين يسمون العولمة بالأمركة. حيث أن الهدف المعلن للعولمة هي خدمة البشرية عامة وذلك بتوحيد المصير وزالة الحواجز الجغرافية وإشاعة القيم الإنسانية وحمايتها، وتوحيد الجهود لتحسين حياة الإنسان عن طريق نشر التقنية الحديثة من مراكزها في العالم المتقدم إلى أقصى أطراف الأرض، والمساعدة في حل مشكلات جميع الدول حبا في الخير للإنسانية. وهذه الأهداف هي أقصى ما يتمنى المرء، ولكن ما خفي كان أعظم، فالأهداف الحقيقية للعولمة هي رغبة المجتمع الغربي وعلى رأسه أمريكا في محو الهويات المختلفة للمجتمعات وتكريس الهوية الغربية.

كما تعرف على أنها محاولة إيجاد ثقافة عالمية، تعني بتوحيد القيم، حول المرأة والأسرة، وجميع ما يمكن أن يندرج تحت لفظة الثقافة، فهي توحيد للثقافات بغير حدود، وآلة ذلك الإعلام

بوسائله المختلفة، والاتصالات بقطاعاتها المتعددة، وهذه العولمة مبنية على سرعة انتشار المعلومات، وسهولة حركتها مع إمكانية الوصول إليها بغير رقيب أو حسيب (التويجري، 2001: 30). وهي بهذا المفهوم تعني اغتصاب ثقافي وعدواني رمزي على سائر الثقافات، وبخاصة ثقافتنا العربية.

2/ أهداف العولمة الثقافية:

- إن ما تهدف إليه العولمة الثقافية هو إيجاد ثقافة عالمية، تعني بتوحيد القيم، ويمكن إجمال أهداف العولمة الثقافية في هذه المنطقة العربية إلى:
- اختراق المجتمعات العربية والإسلامية، وزرع القيم والأفكار الثقافية للقوى المسيطرة في أبناء العالم العربي.
 - التأسيس لهوية ثقافية وحضرية للمجتمعات العربية بعد إسقاط عناصر الممانعة والمقاومة لديها.
 - فرض سياسة إعلامية قادرة على إعادة صياغة الأخلاق والقيم والعادات وفرض هيمنة ثقافية جديدة تصب في مصلحة الدول الغربية.

3/ تحديات العولمة الثقافية:

هنالك مجموعة من التحديات التي تفرضها العولمة الثقافية على كل العالم، والتي يمكن تحديدها في النقاط التالية (نزاري، 2011: 32-33):

- الثورة الإعلامية المتمثلة بشبكة الانترنت والقنوات الفضائية التي تروج للثقافة الغربية، وتدعو إلى أنماط جديدة للحياة، وزرع القيم والأفكار الغربية في مجتمعات هذه الدول والترويج لثقافة الاستهلاك بعيداً عن القيم السامية والمثل العليا.
- الدعوة لحرية التعبير المطلق التي تؤدي في بعض الأحيان إلى الخروج من العادات والأخلاق الدينية. وهي من أكثر التحديات التي تواجه العولمة في الانتشار في الدول الإسلامية والعربية، لتعارض حرية التعبير المطلق مع الأنظمة السياسية والأنظمة الدينية (دول الخليج على سبيل المثال).
- انتشار بعض القيم الغربية.
- تهديد اللغات من خلال التركيز على استخدام اللغات العالمية كاللغة العربية والفرنسية في الجامعات والمعاهد، وفي التعاملات التجارية حتى داخل الدولة الواحد، ومن خلال التخاطب عبر الانترنت.
- الاختراق الثقافي من قبل الدول الغربية من خلال السيطرة على وسائل الاتصال وقنوات الإعلام المختلفة، وتأثر وسائل الإعلام في العالم بمثيلاتها الغربية ومحاولة تقليدها، مما أدى إلى طمس الهوية الثقافية ولو جزئياً، ومحاولة طمس معالم الدين من خلال بث الشبهات والشهوات، وإشاعة الأنماط السلوكية والمفاهيم الغربية.
- الدعوة إلى فصل الدين عن الأمور الأخرى وإهمال الجوانب الروحية وتهميشها، والتركيز على الجوانب المادية، والحيلولة دون عودة الإسلام إلى واقع الحياة من خلال تصويره بالرجعية، ووسمة بالإرهاب، وأنه عدو التقدم والعلم. فعلى الرغم من أن العمليات الإرهابية لم تستثني

مجتمعات متطورة ولا أخرى في طريقها إلى التطور. أو مجتمعات نامية، إلا أن الدعوة أن الإسلام مرتبط بالإرهاب أصبحت لا تؤكد الحقائق، مما جعل بعض الباحثين يطلقون مصطلح "الإسلامفوبيا" على المجتمعات الغربية التي ترى أن الإسلام هو سبب الإرهاب العالمي. ويمكن تأكيد هذه الظاهرة في خطاب "ترامب" الأول حيث طمأن مواطنيه بأنه سيعمل على القضاء على الإرهاب الإسلامي المتطرف.

يرى الباحث أن العولمة الثقافية رغم المخاطر والتحديات التي تم التطرق لها من قبل العديد من الدراسات والكتاب، إلا أنها اعتبرت من أهم المداخل التي أسست لمفهوم التعارف بين الحضارات، حيث أن النظرة الشمولية لمفهوم العولمة التي يرى فيه الغربيين أنه البديل الحضري القادم الوحيد، وما قبله من تخوفات أصولية خصوصاً من الجماعات الإسلامية، وما ساد وفقاً لهذا الصراع الخفي من صراعات في العالم الإسلامي، هو ما قاد إلى تنازل كل من الطرفين عن نظرتهم الأحادية، وساهم في خروج العديد من الأصوات التي تنادي بالتعارف بين الحضارات ومبدأ التعايش الحضاري العالمي. يعاني العالم من صراعات وتبدلات سياسية وأيديولوجية ومنازعات عسكرية وتحولات ديمقراطية، ويعيش الناس حالة من التطور السريع، ويتأثر الفكر والحوار السياسي بالعديد من المتغيرات، وعلى رأسها العولمة، والإرهاب الدولي، وتبعات الاحتباس الحراري، والنفط، والخلافات والنزاعات في العديد من المناطق. وهو سيناريو معقد يبدأ من عودة نشوء نظام عالمي متعدد الأقطاب إلى نهضة دول آسيا في مواجهة الغرب. وبينت السوابق التاريخية أن لمثل هذا الصراع والتبدلات والتحولات أبعاداً داخلية وإقليمية ودولية، وعناصر يجب مراعاة التفاعل فيما بينها، لأنها تؤثر وتتأثر

في جوانب ومجالات متعددة، يأتي المجال الإعلامي في مقدمتها (عبد الرازق والساموك، 2011: 11).

إن الإعلام يمارس دوره داخل المجتمع، وتتعدد بالتالي قراءة تاريخه ومعالجة وضعه الراهن والتنبؤ بآفاق تطوره بمعزل عن السياق الاجتماعي السياسي الاقتصادي التقني، والثقافي (الفكري - الروحي) الذي يعمل فيه هذا الإعلام لذا أثرت تلك المتغيرات مجتمعة في المال الإعلامي الدولي والمحلي على عد سواء وأفرزت مظاهر إعلامية جديدة على مستوى العالم وفرت قنوات وممارسات ومضامين إعلامية جديدة.

إن التطور الحاصل في علم الاتصال أدى إلى إنتاج إشكاليات جديدة، لا يمكن حلها إلا بالرجوع إلى مقاربات جامعة وشاملة تأخذ بعين الاعتبار تعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل ووضعها الديناميكي والمتغير من جهة إلى أخرى، إذ أصبح من المستحيل دراسة العملية الاتصالية بشكل عام من منطلقات جزئية (خضور، 2008: 42). من هذا المنطلق يمكن تحديد أربعة متغيرات رئيسية لدراسة الظاهرة الإعلامية الجديدة في ظل الواقع الدولي الجديد، وهي: المتغير السياسي/ الإيديولوجي، المتغير التقني (التكنولوجي)، المتغير الاقتصادي، المتغير الإعلامي.

أولاً: المتغير السياسي/ الإيديولوجي:

يشير باحثون في التاريخ السياسي إلى أن الحرب الباردة قد أثرت في المنطقة العربية منذ مدة مبكرة، وأنه رغم من إنشغال قطبي الحرب الباردة في المواجهة حول جنوب شرق آسيا، والتي أخذت

منحى المواجهة العسكرية المباشرة في فيتنام، إلا أن المنطقة العربية لم تغب عن اهتمامها، لما تمثله من أهمية اقتصادية وإستراتيجية للغرب (آل طوبرش، 2005: 72).

لقد شكلت تداعيات الحرب الباردة أولى أهم المتغيرات الرئيسية السياسية/ الإيديولوجية على مستوى العالم والمنطقة العربية، التي تفرعت منها مجموعة متغيرات ظهرت عبر ملامح متعددة على صعيد المنطقة، يعد المتغير العراقي (الإستراتيجي الأمريكي في العراق، ومنه إلى المنطقة)، والمتغير الإيراني (قضية البرنامج النووي الإيراني، والمقاربة الأمريكية الخاصة بها) اللذان يؤثران في الحالة الدولية بشكل كبير من المتغيرات المهمة (عبد الرزاق، مرجع سابق، 12).

إن المتغير العراقي أفرز معطيات سياسية وعسكرية وأمنية وإعلامية ذات صلة بالمتغير الثاني، يتمثل المعطى الأبرز فيه بانتشار قوات أمريكية ذات ثقل متقدم في شمال الخليج العربي للمرة الأولى على الإطلاق في تاريخ المنطقة، وقاد هذا المعطى إلى إعادة صوغ الانتشار الأمريكي في الداخل الخليجي، ومن ثم إعادة رسم موقع هذا الداخل في خارطة الوجود العسكري الأمريكي في الساحة الدولية، وما تبع ذلك من نتائج سياسية على مستوى العالم (محمد، 2008: 56).

كم ساعد المتغيرين على عودة الوجود الروسي إلى المنقطة بثقة كبير لأول مرة منذ انتهاء الحرب الباردة، منافساً تقليدياً للولايات المتحدة في العالم من خلال زيادة التقارب الروسي/ الإيراني، وما يخلفه ذلك من زيادة الاتجاهات العسكرية والتسليحية للمنطقة وتأجيج الصراع لسياسية والأيديولوجية، يؤدي الخطاب الإعلامي دوراً مهماً فيه.

أما المتغيرات السياسية/ الإيديولوجية الرئيسية فتظهر بشكل عام على مستوى العالم بوضوح عبر ملامح متعددة، يمكن تحديد أبرزه في الآتي:

1/ شيوع العولمة:

فرضت العولمة نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة، وأفرزت نظاماً عالمياً يعتمد على الانفتاح الإعلامي الدولي، وعلى التجدد السريع للتكنولوجيا، وزيادة التقارب الاتصالي بين الدول، الذي كان من ميراث الثورة الاتصالية التي رافقتها حركة اجتماعية دولية، وأصبحت تستخدم بموجبها أشكالاً جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية، خلقت نوعاً من التلقي الأممي (عبد الرازق والساموك، مرجع سابق، 13).

ومن هنا يذهب قسم من الباحثين إلى الحديث عن مفهوم عولمة الإعلام بوصفه عملية تهدف إلى التعاظم المتسارع والمستمر في قدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية بين المجتمعات، بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديث، وذلك لعدم توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات، على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجال الإعلامي من ناحية أخرى (طلب، 2009: 108).

وكما يرى بعض الباحثين أن العولمة ما هي إلا من إفرازات الثورة المعلوماتية، وما يرافقها من تطورات في مجال الاتصال والإعلام، حيث يعرفون العولمة بأنها "هي توحيد للاستهلاك وخلق عادات استهلاكية على نطاق عالمي، وهي تزيد من التشابك والترابط بين الدول والمجتمعات والتفاعل بينها" (حنفي، العظم، 1999: 73).

فالعولمة بعد اتصالي لا بد من إبراره حيث تعرف عملية لاتصال الدولي بأنها العملية التي يتم من خلالها نقل الأفكار والمعاني بين الأفراد أو الجماعات عبر الحدود الإقليمية للدول، وهكذا يتضح أن مجمل الأبعاد الاتصالية لظاهرة العولمة التي تشمل كافة أشكال الاتصالات الإعلامية والدعائية

بأجهزتها ووسائلها المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك كافة عمليات نقل وتداول المعلومات والبيانات والأخبار والصور والأصوات عبر الوسائل الإلكترونية كشبكة الانترنت وغيرها، لها صلة بالعلومة، سواء بهدف الترويج لها، أو من خلل التأثير بها، والحق إن علاقة العولمة بكل من الثورة المعلوماتية وثورة وسائل الاتصال وثورة المعلومات هي علاقة تبادلية نفعية، حيث تؤثر وتتأثر كلاً منها بالآخرى. ويمكن أن نذكر منها ما يلي (منصور، 2001: 107):

- أ. إن ثورة الاتصالات والمعلوماتية قد أحدثت تغيرات اجتماعية هائلة.
- ب. إن ثورة الاتصالات والمعلومات تعدت العلاقات الاجتماعية داخل البلد الواحد إلى العلاقات الدولية.
- ج. إن ثورة الاتصالات والمعلومات قد أدت إلى زيادة الوعي العالمي بفكرة الوحدة العالمية أو الكونية، أي أنها تدعم الاتجاهات الكبرى للعلومة.

2/ الإرهاب:

عُدَّ الإرهاب من السمات البارزة للمتغير السياسي/ الإيديولوجي المعاصر. إن التغطية الإعلامية والإرهاب تربطهما علاقة وثيقة، وهما عملياً متلازمان ضمن حدود تلك العلاقة، إذ يغذي كل منهما الآخر لتحقيق دوافع سياسية وأيديولوجية، فضلاً عن تحقيق الربح التجاري، ويظهر هذا التلازم عن طريق (رامبتون، 2004: 130):

- أ. يحتاج الانتحاريون إلى وسائل الإعلام للفت الانتباه نحو قضاياهم.
- ب. إن نشاطاتهم تجذب الاهتمام العالمي، وتحلّ موقِعاً بارزاً ضمن اهتمامات وسائل الاتصال الجماهيري، وتعدّها بعض هذه الوسائل من الأحداث التي تؤدي تغطيتها إلى تعزيز مكانة

الوسيلة الإعلامية، وأنها تحتاج إلى الإطالة والتعمق في قصص تلك لأحداث لأن ذلك يكسبها مزيداً من المتلقين.

ويأتي اهتمام وسائل الإعلام بتلك الأحداث لأسباب تنطلق من عدة جوانب يمكن حصرها في ثلاثة جوانب أساسية هي: الجانب الموضوعي، الجانب الوقائي والجانب السياسي. ويمكن تفصيلها في الآتي (عبد الرازق والساموك، مرجع سابق، 14-15):

أ/ الجانب لموضوعي:

إن تلك الأحداث غالباً ما تتسم بالأهمية والضخامة فيما يتعلق بالجمهور لأنها تمس يومياتهم، وإن عدم تناقل المعلومات المتعلقة بها، قد يتنافى مع موضوعية الإعلام. ولكن تبقى طريقة المعالجة الإخبارية لتلك الأحداث التي يجب أن لا تقدم منفذي تلك القصص على أنهم من مستحيي التعاطف والثناء والرواج.

ب/ جانب وقائي:

يأتي هذا الاهتمام ضمن سياق إعلامي للدولة وأجهزتها الأمنية، للتعريف بخطر تلك لأحداث على مجتمعاتها، وتوفير مسوغات جماهيرية لرفضها ومواجهة منفذيها وتحريك الرأي العام بالضد من فعاليتهم، وخلق وعي أمني واتخاذ إجراءات وقائية. وقد بدأت هذه الأجهزة بابتكار الأساليب التي

تعالج قضايا الإرهاب، لتكون مادة إعلامية تتناولها وسائل الإعلام، للتذكير والتنبيه بأخطار الإرهاب على الدوام.

ج/ جانب سياسي:

إذ بدأت بعض وسائل الإعلام الترويج لموضوع الإرهاب وصولاً إلى أهداف وأجندات سياسية معين، لا سيما في تلك الدول التي تشير إلى أن متغير الإرهاب بات السمة الأبرز التي تواجه المجتمع الدولي المعاصر، وأن آثارها ستستمر لوقت مفتوح، ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية.

3/ الديمقراطية والإصلاح:

عد التحول إلى الديمقراطية من ملامح السياسة العالمية الرئيسية خلال العقود الثلاثة الأخيرة، ابتداء من انهيار الأنظمة السلطوية في جنوب أوروبا وامتداداً إلى أمريكا الجنوبية وآسيا، ليبلغ ذورته في التحول الكبير إلى الديمقراطية في أوروبا الشرقية. وكان العديد من التحولات سلمياً نسبياً، وتعكس استجابة الحكام السلطويين المتفاوض عليه لضغوط المواطنين عليهم (الموند وباويل، 1998: 103). إن المتغيرات السياسية الحديثة، وموجة التحول إلى الديمقراطية، استوجبت الدعوة إلى إجراء إصلاحات على المستوى الدولي، عبر استحداث موازين للقوى العالمية لمواجهة القطبية العالمية الواحدة، وهو ما دعا دولاً كانت خسرت الحرب العالمية الثانية، ومنها ألمانيا واليابان، إلى الدعوة لإجراء إصلاح في مجلس الأمن الدولي، وإبراز مسألتين مهمتين (المرجع السابق، ص 40):

1. إجراء إصلاح حقيقي لمجلس الأمن، بدعوى مواعته مع متغيرات العصر والأوضاع الدولية

الحالية.

2. وجوب صياغة اقتراح إصلاح أمني، يكون ممكناً مناقشته في الجمعية العمومية للأمم المتحدة، مع ضرورة أن يحظى بأغلبية ثلثي الأعضاء.

وعلى مستوى المجتمعات المحلية للدول، فإن وجود عوامل (أو مجموعة منها) يمكن أن ينتج واقعاً بحاجة فعلية إلى الإصلاح. وتتلخص هذه العوامل في الحدود المنتهكة ومشكلات التنمية، وغياب الاقتصاد القوي الذي يمكن الاعتماد عليه، وعدم الاستقرار في السياسات المختلفة، التوتر السياسي، وغياب المشاركة السياسية.

لقد ركزت وسائل الإعلام الدولية والخطابات الرسمية في مناسبات متعددة على مضامين نادت بهذا الإصلاح، عبر محاور مختلفة جسد كل منها موضوعاً أو نمطاً إصلاحياً بعينه، وأهمها الآتي (عبد الرزاق والساموك، مرجع سابق، 17):

- إصلاح سياسي: يكون عبر تكرار عبارات: (إصلاح أو تغير النظم السياسية في المنطقة، وإطلاق مناخ حريات التعبير والإعلام، وتعزيز المشاركة الشعبية، والتعددية السياسية، وإطلاق الأساليب الديمقراطية في الحكم)، يمكن أن نعدّها من بين أبرز قضايا الإصلاح السياسي المطروحة.
- إصلاح اقتصادي: عن طريق الدعوة إلى إصلاح البنى الاقتصادية وفتح الأسواق وتعزيز دور القطاع الخاص وتقليص هيمنة الدولة على الاقتصاد.
- إصلاح تشريعي وإداري: بالمطالبة بإصلاح البنية التشريعية وتفعيل دور المؤسسات على وفق القانون.
- إصلاح تربوي وتعليمي: يكون في تحديث مناهج التعليم وأساليب الإدارة العلمية والتربوية.

ثانياً: المتغير التقني (التكنولوجي):

بدأ عصر ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها، وسرعتها المستمرة، فضلاً عن قدرتها على اختراق الآفاق واختزال الأبعاد والمسافات، يزيد من التشابك السريع للمعطيات يوماً بعد يوم. وهذا ما يؤدي بدوره إلى انتشار الثقافات بصورة لا مثيل لها من قبل. وبذلك أصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على الإعلام الوافد. واليوم ليس بمقدور أي بلد من العالم أن يعيش بمعزل عن العالم. ويضاعف من أهمية ذلك إن تقنيات الاتصال ذاتها قد بدأت بتحديث تقنياتنا الفكرية (جرار، 2001: 25).

لقد حمل المتغير التقني أبعاداً علمية، وباتت الدراسات الإعلامية المعاصرة تنظر إلى الإعلام بعده علماً متخصصاً بنظرياته، ولا يمكن القيام بأي نشاط إعلامي فاعل بدون قواعد علمية، وبات من الخطأ والخطر ممارسته بشكل ارتجالي وعشوائي، وكثيراً ما تضررت قضايا وأهداف بسبب سوء التوجيه الإعلامي. فالأساليب الإعلامية المستخدمة والمنتشرة بشكل واسع حالياً، لم تكن إلا نتاجاً للنقد العلمي في مجال وسائل الإعلام، ونتيجة للأبحاث العلمية في مجال الإعلام، وغيره من علوم المعرفة الإنسانية، التي جرت في النصف الأول من القرن العشرين، ولم تنزل مستمرة في التطور في العالم كله (راضي، 2007: 39).

فما قامت الثورة الصناعية بتضخيمه في القرن التاسع، أخذت تكنولوجيا الاتصال بتحجيمه وتصغيره، إن التضخيم كان منتجاً للثورة الصناعية، في حين أن الحد من هذا التضخيم كان منتجاً لثورة الاتصالات والمعلومات. وأن نظرة واحدة لما أحدثته صناعات وسائل الإعلام، والقائمة على أدوات مختلفة للاتصال يمكن أن تؤكد ذلك (اللبان، 2007: 68).

إن عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة على المشاركة في عملية التأثير والتفاعل المتبادل جميعها تسهم في هذا الجانب عن طريق عملية التبادل الإعلامي المستمر داخل المجتمع المحلي والدولي، عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت فيها تقنيات الحاسب الآلي الحديثة المتطورة تشكل العنصر المهم والفاعل في حسم القضية لصالح العولمة بأشكالها وأبعادها كلها، حتى إن مقياس التقدم في المستقبل القريب سوف يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمن يمتلك تلك الأجهزة، وبمن يطورها ويطور تطبيقاتها، بما يتناسب واحتياجاته وحاجة العصر المتداخلة (اللبان، 2008: 204).

إن أشكال التغير ستكون على مستويات عدة، أولها إن هذه التغيرات سوف تصب في موضوع (القناعات)، ففي السابق كانت وسائل الإعلام التقليدية تسهم إسهاماً فعالاً وكبيراً في تكوين الرأي العام، لأن هذه الوسائل كانت من أكثر المصادر أهمية وهي المحركة للناخبين. إلا أن شبكة الانترنت ساعدت على تقليل درجة الاعتماد على القنوات الفضائية والإذاعات والصحف الكبيرة، وهي تقوم اليوم بإنجازات اتصالية مهمة (المقدادي، 2009: 12).

ثالثاً: المتغير الاقتصادي:

شهد العقدان الأخيران تحولاً غير مسبوق في قطاع الاتصالات في معظم الاقتصاديات العالمية، وأصبحت الاتصالات إحدى أسرع القطاعات نمواً وتطويراً لاستثمارات القطاع الخاص في أنحاء العالم جميعه، وميداناً رئيسياً للاستثمارات الأجنبية عابرة الحدود، وكان ظهور الانترنت وتحول العالم إلى اقتصاد معلوماتي قد أطلق فرصاً كبيرة للاستثمار الإعلامي، في ظل زيادة غير مسبوقة في الروابط الاقتصادية للدول وبين اقتصاديات العالم، فحجم ترابط العلاقات بين الدول وبين التكتلات

والمنظمات الدولية، بلغ درجته القصوى، فضلاً عن بروز المنظمات لتجارية والاقتصادية والمالية العالمية التي بدأت تلغي تدريجياً مفهوم السيادة المطلقة (خضور، 2002: 51).

وفيما بينت التجربة في عدد من البلدان، ومنها دول الشرق الأوسط، أن ظهور اقتصاد السوق وما ينتج عنه من موارد واستثمارات في المجال الإعلامي، عمل على تحرير هذا المجال من الاعتماد على الجماعات السياسية أو الحكومية (خضور، مرجع سابق، ص58). أظهر المتغير الاقتصادي حقيقتين إعلاميتين أساسيتين هما:

1. تحول المؤسسة الإعلامية إلى مشروع اقتصادي ضخم بحاجة إلى استثمارات مالية كبيرة، مما أدى ذلك إلى حصر ملكية هذا المشروع بيد الدولة أو رأس المال، وتحددت حرية التعبير بموجب ذلك، على هاتين القوتين، وبموجب ذلك فإن الحقيقة المؤكدة، إن وسائل الإعلام الجماهيرية أصبحت عبارة عن مشاريع تجارية ضخمة (ماكدوغال، 2000: 38).

2. تزايد الدور الذي يقوم به الإعلام في تكوين الأنساق المعرفية والفكرية للمواطن العادي، على حساب دور المؤسسات التكوينية والتربوية التقليدية (البيت، والمدرسة.. وغير ذلك)، ونجم عنه ازدياد تلاصق الإعلام برأس المال الضخم، قابليته زيادة تلاحم الدولة الحديثة برأس المال، وهو ما أدى إلى تحول المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى مشاريع اقتصادية ذات مرتكز أيديولوجي تنطلق من مواقع سياسية واقتصادية وثقافية حددته القوى الاقتصادية التي تملكه، فالقوى المالكة والموجهة للوسيلة الإعلامية هي التي تحدد إستراتيجيات وسياسات ومنطلقات وأهداف ووظائف هذه الوسيلة (خضور، مرجع سابق، 40).

رابعاً: المتغير الإعلامي:

أسهمت نتائج المتغيرات الدولية السابقة، وظهور قوى جديدة غير حكومية دخلت الإعلام كمجال للاستثمار الاقتصادي أو للبحث عن امتلاك التأثير السياسي أو الأيديولوجي ضمن المجتمعات المحلية، في تكون متغير رئيسي آخر، اشتمل على المتغيرات السابقة جميعها، تمثل بالمتغير الإعلامي، الذي عاد هو الآخر بنتائجه على تلك المتغيرات، وأسهم في عمليات حراكها الدولي، وامتدادات ذلك الحراك في المجتمعات المحلية المختلفة. وقد أسهم هؤلاء الفاعلون الجدد في عملية تغيير الأنماط الإعلامية السائدة (الحمامي، 2007: 12).

إن نشوء المجتمع المعلوماتي يهيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي (السلبى) في عملية الاتصال الجماهيري الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه ولمجتمعه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، في جوانب اختيار أو إعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات، عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والإفادة من المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائح كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام، بما يوفر فرص الحوار، والتفاهم والتفاعل (عبد الرازق والساموك، مرجع سابق، 21).

كان من بين أبرز سمات المتغير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالتفاعلية، فلقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية، ابتداء من نظرية شانون وويفر مروراً بنظرية الطلقة السحرية، ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين، ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي، وصولاً إلى نموذج وبستلي وماكلين، ومفاهيمها عن حراس البوابة، على أن وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل اتصالية ذات اتجاه

واحد، وتفتقر إلى رجع الصدي الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذي اتجاهين، أو اتجاهات متعددة (اللبان، مرجع سابق، 65-66).

ومع ظهور وسائل الاتصالات الحديثة أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب تمثلت في (اللبان، مرجع سابق، 67):

1. إن الطريق السريع إلى المعلومات مدت المجال الاتصالي بوسائل إعلام جديدة (New Media) والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.

2. وقد تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.

3. خلق الطرق السريع للمعلومات وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية، كل من مكانه.

المبحث الثاني

صدام الحضارات والحوار بينها

اختلفت وتعدد المقاربات التي اهتمت بروح العصر الممتدة بين التسعينيات من القرن الماضي والوقت الراهن فهماً وتفسيراً لمكوناته ومناحيه. بعضها تتبع الأحداث الكبرى التي مثلت في حينها ولا تزال، محطات زمنية كان لها وقع أكيد على البشرية. لا تكاد تخلو التحليلات التي تتدرج تحت خانة هذه المقاربات، من الوقوف عند محطة سقوط جدار برلين سنة 1989م، كمحطة فارقة في التاريخ، أعلنت عن نهاية حقبة تاريخية اتسمت بتوتر شديد سببته الحرب الباردة التي انتهجها قطبا العالم آنذاك.

كما لا تقل محطة حرب الخليج الأولى ولا محطة حرب الخليج الثانية وتوسط حدث 11 سبتمبر 2011م لهما، أهمية من حيث التأثير على المتغيرات الدولية. ويذهب بعض العاملين في هذه المقاربات، ومنهم إيريك هوبزباوم إلى الحد الذي يقترحون فيه ضرورة التاريخ للقرون بالأحداث الفاعلة فيه وليس بعدد سنواته الزمنية وهذا ما جعل مفكراً عربياً مثل رضوان جودت زيادة يؤكد على "إن القرن الواحد والعشرين لم يبدأ مع اليوم الأول فيه بقدر ما ابتداء مع 11 سبتمبر، كما أن القرن العشرين لم ينته في يومه الأخير بقدر ما انتهى مع سقوط الاتحاد السوفيتي" (زيادة، 2003: 142). فالقرن الحادي والعشرين كان عنده تأثير على الثقافة حتى من قبل أن يبدأ، فالأحداث والحروب التي شهدتها القرن العشرين سواء كانت حروباً عالمية كالحربين العالميتين أو حروباً إقليمية أو حروباً باردة، وتطور

الفكر والتقنية بصورة مضطربة، جعلت التساؤلات تترى عن الثقافة والحضارة وما ستكون عليها في هذا القرن.

يهتم النمط الثاني من المقاربات بالعالم والعصر الذي يعيشه من حيث أنه مصدر رعب وخطر دائمين: التقدم المذهل الذي حققه الإنسان في مجال العلم والمعرفة، خلف رواسب مدمرة على الكون والإنسان، مما ترك أثراً بالغاً على العلاقة بين الإنسان والطبيعة من جهة، وبين الإنسان والإنسان من جهة أخرى. خطت الإنسانية خطوة عملاقة عندما تحكم العلماء في عملية الاستنساخ بظهور "دولي" ولكن سرعان ما "ارتعدت فرائض العالم" عندما تقطنت إلى احتمال الاستعمالات غير العلمية للاستنساخ. كثر الحديث حول تحكم العلم في علم الجينات ولكن بالمقابل ظهرت أنواع جديدة من الأمراض والأوبئة. ضمن العلم أسباب الراحة ولترفيهه ولكنه مثلاً تسبب في ظاهرة ضعف طبقة الأوزون.

أما النمط الثالث من المقاربات ومن خلال أفكار العديد من الباحثين والمفكرين، فقد دعم وأحياء خطاب النهايات الذي عرف رواجاً أكيداً بأطاريح نهاية الإنسان ونهاية الدين ونهاية الأيديولوجيا. ظهرت أفكار فوكوياما وقرأ فيها البعض نظرة تفاؤلية لمستقبل الغرب. وظهرت أفكار نهاية الأيديولوجية والتي تنتبأ بأن المستقبل يمكن أن يتجاوز الحاضرة بصورة أساسية.

هذا النمط نظر إلى نهاية التاريخ كاتجاه وليس كأحداث، ونظر إلى الديمقراطية والليبرالية كتنويع للتطور الأيديولوجي الإنساني، الذي سمي بـ"خطاب العقل" وهو الخطاب الذي يتبنى تلك الأدبيات الفكرية التي تكلمت كثيراً عن العقل والمعرفة والمنهج، باعتباره هو أحد أوجه المناخ الأيديولوجي الجديد، الذي يستوعب جميع العالم، بمختلف أيديولوجياته.

وأخيراً وكنمط رابع من المقاربات، ظهرت أفكار تحاول أن ترصد طبيعة العلاقة بين الغرب وباقي العالم بحسب مقولة صموئيل هنتغون في أطروحة صدام الحضارات - ما ستكون في المستقبل، فهي علاقة صدام ولا مفر من حدوث ذلك. ومن جهة أخرى ظهرت أطروحة حوار الحضارات على أنقاض أطروحة صدام الحضارات وبعد أحداث 11 سبتمبر 2001م، في سياق زمني ضعف فيه العرب وأصبحوا عبارة عن وحدات منعزلة عن بعضها البعض وغير قادرة على التضامن والتنسيق ووصفت بالانفعال وليس الفعل، ووصفت رداً فعلها تجاه صدام الحضارات وحوار الحضارات بأنها دهشة سياسية وليست معرفية.

هذه الأفكار في مجملها (صدام الحضارات وحوار الحضارات) تبشر بمستقبل من طبيعة معينة، وتقترب نفسها على مظهر السيناريو الذي سيتحقق بالنظر إلى إسناده بشواهد إحصائية ومعطيات واقعية. وسوف يحاول الباحث إبراز هذه الأطروحات فيما يلي.

أولاً: أطروحة صدام الحضارات: صمويل هنتجتون:

أطروحة صدام الحضارات أو صدام الحضارات (Clash of Civilizations) أو كما تسمى في بعض الأدبيات بعنوان (صدام الحضارات وإعادة تشكيل النظام العالمي). تعتبر من أكثر الأطروحات التي نالت رواجاً في القرن الواحد والعشرين، حيث اضطلع كثير من الكتاب والباحثين مؤيد أو منتقد للأطروحة، وشكلت مناخاً فكرياً خصباً ساهم فيه الكثيرون بأفكارهم تجاهها من مختلف أنحاء العالم.

صمويل هنتجتون أمريكي من أصل يهودي، متخصص في الإدارة العامة وأستاذ علم الحكومة. مدير معهد جون أولين للدراسات الإستراتيجية بجامعة هارفارد. أسندت إليه ما بين 1977 - 1978 مسؤولية قسم التحليل والاستشراف بمجلس الأمن القومي الأمريكي.

ظهرت دراسته "صدام الحضارات" في مجلة "شؤون خارجية الأمريكية صيف عام 1993 وهي محصلة لمشروع دراسي بحثي قام به معهد جون أولين حول موضوع "الظروف الأمنية المتغيرة والمصالح القومية الأمريكية". وقد طور هنتجتون مقالته هذه إلى كتاب شهير أصبح يعرف عند بعض المفكرين العرب بالنص - الظاهرة، موسم ب: صدام الحضارات وإعادة صنع النظم العالمي (هنتجتون، مرجع سابق، 8-23).

إن فكرة صدام الحضارات قامت على خلفية نظريات الصراع التي عرفت انتشاراً في فترة الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي، وهي مستوحاة أساساً من أفكار أرنولد توينبي (زيادة، مرجع سابق، 99).

أفكار أرنولد توينبي:

أرنولد جوزيف توينبي مؤرخ إنجليزي ولد عام 1889م في أسرة معروفة بمكانتها العلمية، استخدم توينبي أفكار جديدة في دراسته للتاريخ. وأصبح من أهم المفكرين والمؤرخين، ونال شهرة عالمية في فهم التاريخ القديم.

يقوم طرح أرنولد توينبي حول صدام الحضارات على أساسين محوريين:

- الدين هو المحرك الأساسي للحضارات.
- يحدد الصراع طبيعة العلاقة بين الحضارات في المستقبل.

طرح أرنولد توينبي أفكاره وتحليله، أولاً في محاضرة موسومة ب: "الصراع بين الحضارات" في عام 1947 ضمن سلسلة من لمحاضرات في كلية برين مور في شهري مارس وفبراير عن مؤسسة "ماري فلكتر". نشرت المحاضرة في مجلة هاربر لعدد أبريل 1947 ثم أعيد نشرها في كتابه "الحضارة في الميزان".

أبرز أرنولد توينبي في محاضراته الصدام بين الحضارات كأقوى حدث في القرن العشرين وذلك من خلال تبيانته بأن الحضارة الغربية باصطدامها بالحضارات الأخرى وحدت العالم في مجتمع واحد وذلك من خلال تحطي التراث الاجتماعي الإقليمي للحضارات.

ينظر توينبي إلى تاريخ الحضارات على أنه صراع بين الحضارات وأن هذه الحضارات قائمة على الدين كمعتقد رئيسي ومرجع أساسي في قيامها وهذه الرؤية إلى التاريخ الحضاري ليست جديدة، لكن الجديد يكمن في الإسقاطات النظرية التي اقترحها على التاريخ المعاصر والمستقبل. وندرج هذه الفقرة التي تضمنت تكهنات تلقفه هنتجتون سنوات بعد ذلك، التكهن الذي يربط بين خطر محقق بالغرب وبين مجموعة من الحضارات ستكون في هجوم مضاد حيث أن العالم الغربي ما يزال في الفصل الأول فقط من قصة صراعنا مع حضارات المكسيك والبيرو والمسيحية الأرثوذكسية والإسلام والعالم الهندوسي والشرق الأقصى، وقد أخذنا منذ زمني وجيز جداً نشاهد بعض آثار صراعنا مع هذه الحضارات، ولكننا لم نبدأ في مشاهدة آثار الهجوم المضاد الذي ستقوم به علينا، وستكون هذه الآثار هائلة بلا شك (زيادة، مرجع سابق، 109).

يتجاوز توينبي بعد ذلك حالة التكهن حينما يلجأ إلى معطيات واقعية معيشة في ذلك الوقت ليؤكد أن الحضارات غير الغربية مثل الحضارة الروسية والهندية والصينية في هجومها المضاد تمثل

خطراً ليس بقدراتها العسكرية فحسب ولكن بالأخص يكمن الخطر في قدرة هذه الحضارات على هداية الغرب 'لى مذهب فلسفي غير غربي، وبالتالي قد يكون المستقبل غير غربي. وفي موضع آخر يؤكد خشيته من الدور التاريخي الذي يلعبه الإسلام في حالة تغير الوضع الدولي حيث يقول: "الإسلام يمكن أن يتحرك ليلعب دوره التاريخي إذا تغير الوضع الدولي وأرجوا أن لا يتحقق ذلك" (زيادة، مرجع سابق، 118).

أفكار صمويل هنتجتون:

ضمن هنتجتون في كتابه جملة من الافتراضات. أول هذه الافتراضات هو التأكيد على أن مصدر النزاعات في العالم الجديد لن يكون أيديولوجيا أو اقتصادياً وإنما سيكون ثقافياً. حيث يقول "أن السياسة الكونية يعاد تشكيلها الآن على امتداد الخطوط الثقافية، مدفوعة بالتحديث. الشعوب ذات الثقافات المتشابهة تتقارب، والشعوب والدول ذات الثقافة المختلفة تباعد. الانحيازات التي تعتمد على الأيديولوجية والعلاقات مع الدول الكبرى تفسح الطريق لتلك التي تعتمد على الثقافة والحضارة. الحدود السياسية يعاد رسمها لكي تتوافق مع الحدود الثقافية: العرقية والدينية والحضرية. المجتمعات الثقافية تحل محل تكتلات الحرب الباردة. وخطوط التقسيم بين لحضارات تصبح هي خطوط الصراع الرئيسية في السياسة العالمية (هنتجتون، مرجع سابق، 203).

استناداً إلى هذه الافتراضات يثري هنتجتون تحليلاته ليبين بأن الثقافة والهويات الثقافية هي على المستوى العام هويت حضارية، ونشير إلى أنه يعتمد استعمال مفهومي الثقافة والحضارة بنفس المعنى وهذه من المآخذ المعرفية التي أبداها البعض بحق أفكاره.

إذن، الهويات الحضارية برأيه هي التي تفسر أسباب تماسك مجموعة من الحضارات وتفسخ الحضارات الأخرى وهي التي تحدد طبيعة الصدام الذي سيحدث في عالم ما بعد الحرب الباردة. حيث إن العلاقة مع الآخر ستكون شكلاً طاعياً وسيفرض نفسه على سطح العلاقات السياسية في المستقبل لسبب قوي هو أن الآخر جزء مهم في تحديد الذات والهوية.

يتضمن لافتراض الثاني بنوء فرز سبع أو ثمان حضارات كبرى في المستقبل هي: الحضارة الغربية والكونفوشيوسية واليابانية والإسلامية والهندية والسلافية والأرثوذكسية بالإضافة إلى حضارة أمريكا اللاتينية والحضارة الأفريقية (هنتجتون، مرجع سابق، 75-80). حيث يرى أن هذا الفرز سيتم بتأثير المقياس الإثني وخاصة المقياس الديني ومن خلال الدين الذي برأيه هو الوحيد القادرة على يفي الاحتياجات النفسية والعاطفية والأخلاقية للبشر في المستقبل.

هذا الفرز يؤدي باستمرار إلى مزيد من التحالفات بين الحضارات ذات الهويات الثقافية المتشابهة. وفي الأخير هذا الفرز القائم على تحديد الهويات الثقافية يؤدي إلى صدام حتمي بين الحضارات.

الافتراض الثالث والذي يتسق مع ما سبق هو إمكانية تجاوز حالة الصدام بتوفر شرطين محوريين هما قانون الامتناع وقانون الوساطة المشتركة. القانون الأول يعني أن الحضارات الغربية يجب أن تمتنع من التدخل لفض الصراعات المحتمل حدوثها في الحضارات غير الغربية. والقانون الثاني يفترض أن حضارات المركز يجب أن تعمل على مواجهة وتسوية الصدمات الداخلية والتي تحدث في إطار البلدان المشكلة لهذه الحضارات.

هذه النبرة التفاضلية سرعان ما يذبيها في تحليل بين فيه بأن صدم الحضارات في المستقبل قد يخفت ويتلاش في فترات زمنية معنية ولكنه سيعود حتماً . وهنا يتساءل (عماد، 2006: 260) حول الحكمة التي تقول بأن كل حرب يجب أن تنتهي وهل تنطبق على حروب "خط الصدع" أحد المفاهيم المحورية في عمل هنتجتون؟ فيجيب على لسان هنتجتون بنعم ولا، والفقرة التالية توضح ذلك "إن عنف خط الصدع ربما يقف كلياً لبعض الوقت، ولكنه من النادر أن ينهي دائماً إلى الأبد. هو يتميز بدنات ووقف لإطلاق النار، وليس باتفاقيات شاملة وكاملة، لأن العنف متجذر في هذه المجتمعات. فالصراع ينبع من القرابة والتجاوز الجغرافي والاختلاف الديني والثقافي، ويستند إلى هيكل طبقي مفصول وشحنة من الذكريات التاريخية تكونت في مجرى القرون، وهذا ما يطور الصراع والصراع التحتي. قد يختفي ويتلاشى الصراع بسرعة ووحشية إذا ربح أحدى الجماعتين، لكن إذا لم يحصل أي من هذا، فالصراع سيستمر منقطعاً، صراعت خط الصدع طويلة، وغير متناهية".

وقد قام الدكتور محمد سعدي بتحديد مضمون أطروحة صدام الحضارات، ويبرز الباحث أهم الجوانب التي بينها في الآتي (سعدي، 2006: 107-144):

يقول صموئيل هانتجتون "الفرض الذي أقدمه هو أن المصدر الأساسي للنزاعات في هذا العالم الجديد لن يكون مصدراً أيديولوجياً أو اقتصادياً في المحل الأول. فالانقسامات الكبرى بين البشر ستكون ثقافية، والمصدر المسيطر للنزاع سيكون مصدراً ثقافياً. وستظل الدول/ الأمم هي أقوى اللاعبين في الشؤون الدولية، ولكن النزاعات الأساسية في السياسات العالمية ستحدث بين أمم ومجموعات لها حضارات مختلفة. وسيطر الصدام بين الحضارات على السياسات الدولية، ذلك أن

الخطوط الفاصلة بين الحضارات ستكون هي خطوط المعارك في المستقبل". من هذه المقولة حدد

محمد السعدي مضمون أطروحة صدام الحضارات في ثلاثة أبعاد هي:

1/ الصراع الحضاري محور السياسة العالمية:

إن الأطروحة هي بمثابة صياغة جديدة وحديثة للعلاقات الدولية وموازن القوى، تطرح العامل الثقافي كمبدأ محرك للجيوستراتيجية العالمية.. وهذا يظهر جلياً من تعريف هانتغون للحضارة التي بين أنها كيان ثقافي، فالقرى والأقاليم والمجموعات الاثنية والقوميات والمجموعات الدينية لها جميعها ثقافات متميزة، وأن تكن على مستويات مختلفة من عدم التجانس الثقافي فقد تكون ثقافة قرية ما في جنوب إيطاليا مختلفة عن قرية في شمال إيطاليا، لكنها تشتركان معاً في ثقافة إيطالية مشتركة تميزها عن القرى الألمانية والمجتمعات الأوربية بدورها تتقاسم ملامح ثقافية تميزها عن المجتمعات العربية أو الصينية (السعدي، مرجع سابق، 107-108).

إن هانتغون لا يميز ويفصل بين مفهوم الثقافة ومفهوم الحضارة فهو يرفض التمييز بينهما ويستعملهما في كثير من الأحيان كمرادفين. وهذا ما جعله يقسم العالم إلى ثماني مجموعات حضارية: الحضارة الغربية، الأمريكية اللاتينية، الإسلامية، الصينية الكونفوشية، اليابانية، الهندية، السلافية الأورثوذكسية، وربما الأفريقية. ... وهذا التصنيف يبين أن الحضارة تعني بالمفهوم الهانتغوني هي كائنات غائية، حيوية ولكنها أيضاً كيانات مغلقة إلى حد بعيد. فهو يقلو بأن "الحضارات كيانات هادفة وعلى الرغم من أن الخوط التي تفصل بينها نادراً ما تكون حادة فهي تبقى خطوطاً حقيقية" (السعدي، مرجع سابق، 109-110).

هذا التقسيم للحضارات والدمج بين مفهومي الثقافة والحضارة عند هانتغتون، هو من صميم جوهر فرضية هانتغتون على وجه التحديد في الفكرة القائمة على أننا في طور جديد من السياسات العالمية ستكون فيه الثقافة هي الباعث الرئيسي للانقسامات الكبرى بين الشعوب والمصدر المسيطر والسائد للصراع الدولي. ... وبهذا فإن هانتغتون يقلل من دور الدولة ليضع محلها لحضارة ككيان سياسي متماسك سيهيمن على مسار السياسة الدولية... ويعتقد هانتغتون أن الصراع بين الحضارات سيكون آخر نمط وحلقة في تطور الصراعات العالمية، .. لذلك يفترض هانتغتون أن الانتماء الحضاري سيشكل محوراً موجهاً للصراعات الدولية حيث سيتشكل العالم الجديد من خلال التفاعل بين عدة حضارات، وهذا سيؤدي إلى تبلور صراعات ستأخذ في صورتها العامة شكل صراع بين الغرب وباقي العالم. ومن المرجح أن تفاعلات الصراع في العالم ستحدد وفقاً لطبيعة استجابات وردود فعل الحضارات غير الغربية على القوة العسكرية والقيمية الكاسحة للغرب. وتتخذ هذه الردود ثلاثة أشكال وهي: الانغلاق: ويعني الاكتفاء الذاتي عن الغرب، أو الاندماج، أي الانضمام إلى الغرب وتبني قيمه ومؤسساته والمشاركة في المجتمع الدولي، وثالثهما محاولة موازنة الغرب، ببناء قوة عسكرية واقتصادية كفيلة بتحقيق التكافؤ مع الغرب.

وقد حدد هانتغتون مجموعة من العوامل التي تبرز حسب رأيه اعتبار الانقسام الحضاري فاعلاً أساسياً في تحديد طبيعة النزاعات القادمة كالتالي (السعدي، مرجع سابق، 117-119):

- التمايزات الحضارية هي أكثر حدة من التمايزات الأيديولوجية والسياسية، فهي كثيراً ما تولد أطول النزاعات وأكثرها عنفاً، فالحضارة التي تشمل الدين والثقافة والعادات والتاريخ المشترك هي أقوى الهويات. ويتفق الباحث مع هنتجتون في هذه الجزئية، حيث أن الصراع بين شمال

السودان وجنوب السودان يعتبر أطول صراع في تاريخ أفريقيا، ويعود أساساً إلى التمايزات الحضارية، للاختلاف في الدين والثقافة والعادات وعدم وجود التاريخ المشترك، مما أدى في نهاية المطاف إلى انفصال الدولتين بعد صراع مرير مازال آثار مستمرة.

- إن كثافة التفاعلات والاحتكاكات بين الحضارات المختلفة قرب بعضها من بعض، وهذا ما أدى إلى تنامي الوعي الحضاري عبر إدراك الاختلافات العميقة بين مختلف الحضارات والشعور بالانتماء الحضاري المشترك داخل الحضارة الواحدة.
- بفعل التحديث الاقتصادي وتراجع دور الدولة كمصدر للهوية وما نتج من هذا من تحولات اجتماعية جذرية في كل أنحاء العالم، فإن الشعوب دخلت مرحلة اضطراب في هويتها وانتماءاتها الثقافية القديمة والراسخة.
- في الوقت الذي يوجد فيه الغرب في أوج قوته واكتساحه للثقافات الأخرى، يتنامى الشعور بالتمايز الثقافي والحنين للعودة إلى الجذور الحضارية لدى الثقافات غير الغربية.
- إن المميزات والاختلافات الثقافية غير قابلة للتغيير والتحول وغير خاضعة للتسويات والحلول الوسطى، عكس الاختلافات السياسية والأيدولوجية والاقتصادية.
- صعود النزعة الإقليمية الاقتصادية على شكل كتل جهوية اقتصادية ناجحة، وثمة علاقات تفاعلية بين الاندماج الاقتصادي وواقع الانسجام الثقافي. فالانسجام والوحدة الثقافية هي شرط ضروري لتحقيق التكامل الاقتصادي الناجح.

- إن الصدام الحضاري في شكله الحاد والعنيف سيكون نتيجة الحيوية الديموغرافية في
بالجنوب مقابل التراجع الديموغرافي في الغرب، وهو يركز بشكل أساسي على الديموغرافية
الزاحفة للعالم الإسلامي والتي يعتبرها أحد المصادر الرئيسية للنزاعات في العالم.

2/ خطوط الصدام الحضاري:

يعتقد هانتغتون أن خريطة العالم الجديد لما بعد الحرب الباردة ستكون مرتبطة بالتفاعل بين
سبع أو ثماني حضارات كبيرة - تم ذكرها - ويركز هانتغتون بشكل واضح أن البؤرة المركزية للصراع
في المستقبل ستكون بين الغرب من جهة والإسلام والكونفوشيوسية من جهة أخرى. حيث يركز أن
تجليات الصدام الحضاري ستكون بين الغرب والرابطة الإسلامية الكونفوشيوسية للعديد من الأدلة
وأهمها: حرب الخليج لثانية التي يرى فيه حرباً حضارية بين الغرب والإسلام، والانتصارات العسكرية
لأرمينيا في عامي 1992-1993م وإبداء الرأي العام الغربي تعاطفاً ومساندة للمسلمين واستنكاراً
للجرائم التي ارتكبتها الصرب في يوغوسلافيا (سابقاً). والمواجهة في المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان
بفينا بني الغرب الذي يؤيد مبدأ عالمية وكونية حقوق الإنسان، وبعض الدول الإسلامية
والكونفوشيوسية التي تدافع وتطالب بإقرار مبدأ النسبية الثقافية واحترام الخصوصية المحلية للشعوب.
وبيع الصين مكونات الصواريخ لباكستان والحديث عن وجود تعاون بين الصين وإيران في مجال
التكنولوجيا النووية. وانتهاج الولايات المتحدة سياسة الاحتواء المزدوج تجاه كل من إيران والعراق،
ورفض العالم الغربي انضمام تركيا للاتحاد الأوربي (السعدي، مرجع سابق، 120-122).

أما جبهات الصدام الحضارية، فهنتغتون يرى أن خطوط التقسيم بين الحضارات تحل محل
الحدود السياسية والأيدولوجية للحرب الباردة باعتبارها نقاطاً للأزمات والنزاعات الحادة. وقام بوضع

خريطة ما يسميه بـ "الصدامات الحضارية المقبلة" أي ترسيم حضور الحضارات حيث يقدم تخطيطات جغرافية في دراسته يتفاعل داخلها التاريخ والجغرافيا والثقافية، في الآتي (السعدي، مرجع سابق، 122-129):

أ/ الصدام الحضاري في أوروبا: حيث سيحتدم الصراع بين المسيحية الغربية من ناحية، والمسيحية الأورثوذكسية والإسلام من ناحية أخرى. وعلى هذا الأساس يقسم أوربا إلى قسمين متمايزين، أولهما القسم الواقع شمال وغرب هذا خط الحدود الفاصلة بين المسيحية الغربية والمسيحية الشرقية، وتقطنه شعوب تدين بالديانة المسيحية البروتستانتية أو الكاثوليكية. أما القسم الثاني فهو يقع شرق وجنوب هذا الخط ويحتوي شعوباً تدين بالديان الأورثوذكسية أو بالإسلام. وتنتمي تاريخياً إلى الإمبراطورية القيصرية أو الإمبراطورية العثمانية.

ب/ الصدام الحضاري في أفريقيا: وهو صراع بين الإسلام والمسيحية وأهم تجسيدات: الصراع الدائر في القرن الأفريقي بين المسلمين والمسيحيين. والنزاعات الدينية والعنف الطائفي بين المسلمين والمسيحيين في نيجيريا.

ج/ الصدام بين الإسلام والحضارة السلافية لأورثوذكسية: حيث زادت النزاعات والأزمات على الحدود الشمالية للإسلام بين الشعوب الأورثوذكسية والشعوب الإسلامية، والأمثلة على ذلك كثيرة مثل مجازر البوسنة والشيكان.

د/ الصدام في شبه القارة الهندية: ويتمثل في الصدام الحضاري بين المسلمين والهندوس والذي يأخذ أشكالاً متعددة منها العلاقات المتأزمة والمناوشات العسكرية المستمرة بين باكستان والهند ومشكلة كاشمير.

هـ/ الصدام بين الصين والغرب: حيث تواجه الصين نزاعات إقليمية مستمرة مع جيرانها وقد نهجت سياسة صارمة مع الشعب البوذي في التبت ومع الأقلية المسلمة في تركمنستان الشرقي. وبسبب هذه الأزمات توترت العلاقات بين الصين والغرب، ففي زيارة رئيس تايوان إلى الولايات المتحدة وحصوله على 150 طائرة من نوع F16. واعتراف الولايات المتحدة بالتبت كياناً ذا سيادة خاضعاً للاحتلال الصيني.

و/ الصراع الحضاري بين اليابان والحضارة الغربية: ويصفها هانتغتون بالحرب الباردة الجديدة فهناك علاقات معقدة بين اليابان والولايات المتحدة والتي تتميز بالتنافس الاقتصادي العنيف والاختلافات الحضارية بين الشعبين الياباني والأمريكي. وقد أخذ هذا الصراع صورة حادة في المجال التجاري، ففي مارس 1994م وقع الرئيس كلينتون مرسوماً لتطبيق عقوبات تجارية صارمة على اليابان.

ز/ الصدام بين الإسلام وباقي الحضارات: وهي صراع يتفاوت في الحدة، إلا أن التصادم بين الحضارة الإسلامية وباقي الحضارات يتسم بالعنف والدموية. ويرجع تعدد الصراعات داخل العالم الإسلامي ومع باقي الحضارات إلى أن هناك جذور تاريخية لهذه الصراعات والتاريخ لا يخمد أبداً، ويرى هانتغتون أن الإسلام دين توسعي يمجّد قيم العنف وهو لا يفصل بين الديني والسياسي. والتضخم السكاني للمسلمين وبخاصة فئة الشباب التي تشكل خزاناً للتعبئة لدى الحركات الثورية. وصعوبة الاندماج والتعايش الثقافي للمسلمين مع غير المسلمين.

أما الرابطة الإسلامية الكونفوشيوسية، فيلاحظ هانتغتون أن حجم المشكلات التي تقف في وجه انضمام البلدان غير الغربية إلى الغرب يتفاوت بصورة كبيرة بين مختلف الحضارات، ويعتبر

هانتغتون أن الرابطة الإسلامية الكونفوشيوسية أهم وأقوى المحاور التعاونية التي انبثقت لتتحدى المصالح والقيم الغربية، وقد تجسد هذه التعاون بين الحضارتين وبخاصة من خلال مجالين هما:

أ/ المجال العسكري: حيث أنه إذا كانت البلدان الغربية قد بدأت في تقليص قوتها العسكرية، فإن بلداناً مثل الصين وكوريا الشمالية وكثيراً من دول الشرق الأوسط تكثف من قدراتها العسكرية. ويرى أن المحور المركزي للنزاع بين الغرب والدول الكونفوشيوسية والإسلامية يكمن في تطوير هذه الدولة قدرات عسكرية تسليحية مضادة للغرب. وذكر هانتغتون العديد من الأمثلة التي تجعله يعتقد بقيام رابطة عسكرية كونفوشيوسية إسلامية تهدف إلى دعم حصول أعضائها على الأسلحة وتكنولوجيات السلاح اللازمة لمواجهة القوة العسكرية الغربية.

ب/ مجال الديمقراطية وحقوق الإنسان: برز في المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان بفينا في يونيو 1993م، عدة دول رافضة لعالمية حقوق الإنسان منها أربع دول كونفوشيوسية، هي سنغافورة، فيتنام، كوريا الشمالية والصين، وتسع دول إسلامية: ماليزيا، أندونيسيا، باكستان، إيران، العراق، سوريا، اليمن السودان وليبيا. ويرى هانتغتون أن الافتراض الغربي الذي يرى أ، حكومات منتخبة بشكل ديمقراطي ستكون أكثر تعاوناً مع الغرب. إلا أن الواقع يدلل أن انتخابات نزيهة في الدول غير لغربية ستهدد المصالح لغربية، لهذا فإن المسؤولين السياسيين الغربيين أصبحوا يحاولوا التأثير على هذه الانتخابات ولم يعودوا يتحمسون للدفاع عن الديمقراطية. حيث أن ترسيخ الديمقراطية يواجه اليوم مجموعة مشاكل في العالم غير الغربي وتتمثل في أن الديمقراطية قد تصبح وسيلة لخلق الصراعات والخلافات وخلق انزلاقات خطيرة من خلال توظيف الانتماءات الأثنية، العرقية والدينية.

3/ آثار الصدام الحضاري:

يحذر هانتغتون من مجموعة من المخاوف ويرمي من وراء ذلك إلى التحسيس والتنبية إلى هدف إستراتيجي أساسي يتمحور حول: كيف يؤمن الغرب بقيادة الولايات المتحدة تفوقه في عالم أصبح فيه مهدداً بمجموعات حضارية منافسة ومعادية له؟ من أجل ذلك يقدم مجموعة من الاقتراحات الإجرائية والأولويات التي يطالب الغرب بانتهاجها قصد احتواء مختلف التحديات في عالم أضحى متعدد الحضارات، وهي (السعدي، مرجع سابق، 132-140):

أ/ أولويات الغرب: يدعو هانتغتون إلى عدم الانخداع بالهدوء والاسترخاء الذي ساد جبهات الصراع بعد الحرب الباردة، وبالتالي التراجع عن سياسة تخفيف الدورات العسكرية الغربية والحفاظ على التفوق العسكري، وفي الوقت نفسه السعي نحو الحد من الأسلحة وتصنيعها لدى الدول غير الغربية. أما على المستوى الثقافي فيعتبر هانتغتون أن التعددية الثقافية هي بمثابة خطر كبير على الهوية الثقافية والسياسية للولايات المتحدة، فتزايد الانقسام والتعدد الثقافي دخلها قد يؤدي إلى تفككها ونهايتها كدولة عظمى. ويرى هانتغتون أن أولويات الغرب الثقافية تكمن في ضرورة استعادة وحدة وتجانس الحضارة الغربية، وذلك بتدعيم التعاون داخل الغرب وبخاتمة بين الدول الأوروبية وأمريكا الشمالية، مع إدماج مجتمعات أوروبا الشرقية وأمريكا اللاتينية ذات الثقافات الغربية في الكيان الغربي. ويقدم هانتغتون جملة من التوجهات التي على الغرب بإتباعها للحفاظ على هيمنته، منها:

- تعزيز الاندماج السياسي، الاقتصادي، والعسكري وتنسيق السياسات بين الدول الغربية، لمنع استغلال الدول الأخرى للخلافات التي قد تقوم بينها.
- إدماج دول أوروبا الوسطى بالاتحاد الأوروبي والحلف الأطلسي.
- تشجيع عملية تغريب أمريكا اللاتينية ودفعها للالتحاق بالغرب.

- تدعيم التعاون مع اليابان ومنع كل محاولة لتقاربها مع الصين.

ب/ نحو عالم متعدد الحضارات والأقطاب: يسعى هانتغتون إلى تنفيذ الفكرة الخاطئة الكثيرة الشيوع في الغرب والتي مفادها أن العالم برمته يسير نحو ثقافة عالمية شاملة منسجمة بقيام العالم الغربي. ويرى أن القادم هو انعزال حضاري يؤدي إلى صراع حضاري.

النزعة الثقافية في أطروحة صدام الحضارات:

الثقافية مقترب فكري ينتمي في أصوله الأولى إلى مجال الأنثولوجيا والأنثروبولوجيا الثقافية التي أعتبرت المجال الثقافي كأساس لتحديد نظام القيم داخل المجتمع. وقد قدم العديد من الأنثروبولوجيين عند النصف الأول من القرن العشرين الثقافة كنوع من التراث الذي ينتقل وراثياً من جيل إلى آخر دون أن تلحقه إلا تغيرات خفيفة، والفرد لا يمكنه أن يتخلص من قيمه الثقافية اللصيقة به والتي تشكل طبيعته الثانية. وهنا يكتسب مفهوم الثقافة حمولة عرقية إثنولوجية واضحة تنطلق من خلفيات عنصرية.

وترتكز الثقافية في إطارها العام على مجموعة من المنطلقات المفاهيمية الفكرية أهمها: الحتمية الثقافية، النسبية الثقافية، المنطقة الثقافية، التماسك الثقافي.

حيث يمكن القول أن أطروحة صدام الحضارات هو امتداد لصعود الثقافية، في أواخر القرن العشرين. وهنا يتبادر سؤال مهم ما هي تجليات صعود الثقافية في هذه الفترة؟

ثمة عدة عوامل ومظاهر لهذه العودة القوية للثقافي وتأثيراته إلى معترك الحياة الدولية كبعد من الأبعاد الرئيسية المساهمة في تحليل وتفسير مختلف الظواهر والأزمات الدولية، وقد أصبح المقترب الثقافي بمثابة إغراء يجذب إليه العديد من المحللين لتمييزه بنوع من التبسيطية التي تفقدها

باقي المقاربات التحليلية. والثقافية هي أيديولوجية سلبية انفعالية تحاول تبسيط التفاعلات المعقدة للعالم، فهي تعتبر أن البشر هم ما هم عليه لا أفق لهم لتغيير ثقافتهم.

إن الثقافية التي نعاينها اليوم على الكثير من المستويات هي نابعة من التعصب والتطرف لذلك فهي غالباً ما تحال إلى الدين (طرابلسي، 1997، 4). وغالباً ما يتم توظيفها من طرف الديماغوجيين والشعوبيين. لكنها في العمق رد فعل واحتاج من طرف المهمشين والضعفاء الذين لم يجدوا لهم مكاناً أو مكسباً في فضاء العولمة الجديد، والذي لا سلطة فيه إلا للأقوياء اقتصادياً وسياسياً وثقافياً. ففشل سياسة التحديث والاعدالة الاجتماعية وعدم الاندماج السياسي داخل المجتمعات وفقدان المرجعيات لمعانيها جعل من الهويات الثقافية للجماعات النقطة الوحيدة التي تنتصف بالاستقرار.

وهذا ما يؤدي إلى العديد من المفارقات التي هي في عمقها ليست إلا وضعيات منطقية لها مدلولها الخاص، فنحن اليوم نشهد اندفاعاً مستمراً نحو كونية القيم، وفي الوقت نفسه اتجاهاً معاكساً ينحو نحو رفض هذه الكونية. فالعالم يشهد بروز ونمو نوع من التناقض بين الاقتصادي والثقافي على الصعيد العالمي، تتناقض أساسه ميل الأنشطة والتدفقات الاقتصادية نحو الكونية من جهة، وميل الجماعات الإنسانية في جميع أنحاء العالم نحو الاحتفاء بالهويات المحلية والتوقع في أطر اجتماعية ضيقة كالنعرات الاثنية والطائفية والأصوليات الدينية من جهة أخرى. وبالتالي فانبعثت الثقافية هو تعبير وإفراز لفشل المشاري التنموية الحداثية في خلق الحد الأدنى من التوافق الاجتماعي والاقتصادي والثقافي على المستوى العالمي(السعدي، مرجع سابق، 166-167).

تقييم ونقد أفكار هنتجتون:

تعرضت أفكار هنتجتون لتقييمات مختلفة من داخل العالم الغربي، وكذا العالم العربي من خلال العديد من المفكرين يصعب حصرهم. ويمكن أن نجمع القضايا التي أوردها هؤلاء بحق النص – الظاهرة فيما يلي:

أفكار هنتجتون ذات وظيفية أيديولوجية من الضروري تفجير أسسها بالمعرفة المدركة، أو التعامل معها على أساس الدهشة المعرفية وليس على أساس الدهشة السياسية. فالتوظيف الأيديولوجي لأفكار هنتجتون برز بأكثر حدة بعد تفجير برج مركز التجارة العالمي بنيويورك يوم 11 سبتمبر 2001م. بعد أيام خرج الرئيس الأمريكي جورج بوش على العالم، مطلقاً مقولته الشهيرة: "العالم بعد 11 سبتمبر لم يعد العالم الذي نعرفه قبل الحدث" أطلق هذه المقولة مسنداً بالمحافظين الجدد الذين تحكموا في زمام السياسة الأمريكية والعالمية وخاضوا منذ ذلك الوقت حرباً دعائية كثيفة ومستمرة أظهرت الولايات المتحدة بأنها الدولة التي انتدبت نفسها لتحقيق العدالة في العالم. لكنها بالمقابل، حددت لنفسها عدواً يجب محاربته دون هوادة تحت شعار محاربة الإرهاب. وجد العرب والمسلمون أنفسهم في موقع المتهم ودافعوا على حقهم في استصدار تعريف للإرهاب يميز بين الإرهاب والمقاومة وخاصة أن الإدارة الأمريكية قسمت العالم على ضوء معيار مححف: الدول التي تقف مع الولايات المتحدة الأمريكية ضد الإرهاب والدول التي تقف مع الإرهاب ضد الولايات المتحدة. ظهر بالتالي شعار محور الشر يضم مجموعة من البلدان العربية ويضاف إليها كوريا الشمالية. كما أن عملية التمييز هذه انسحبت لتشمل كل موقف لا يذهب باتجاه تعيين العدو واللجوء بدلاً من ذلك إلى التفسير الاقتصادي أو عدم توازن السياسة الخارجية في الشرق الأوسط.

هذه الواقع بين أن العرب والمسلمون منذ وقت ليس بغير بعيد أعلنوا ولازالوا بأنها مواجهة الغرب هي مواجهة حضارية. وأن بروز أطاريح مثل صدام الحضارات في المجتمع الأمريكي من المفروض أن لا يثير عند العرب أي ضرب من ضروب الاستغراب فليس غريباً أن تروج في الولايات المتحدة خطابات، وإن بدت في ظاهرها محرصة على القوة والهيمنة، فهي تخفي شعوراً حاداً بالتوجس والضعف (هاني، 2001: 170).

مهد إدريس هاني لاستنتاجه هذا بتحليل أكد من خلاله تآزر المنتج الفكري لهنتجتون والمنتج الهوليويدي الذي يتأسس على زرع الرعب باستمرار في الفرد الأمريكي بغاية تدعيم التوجس من الآخر في الوقت الذي يطمئنه في نوع من الاحتفالية غير العادية ومن خلال مشاريع تتحو منحى الأسطورة، بوجود إمكانية الحؤول دون تحقق نبوءة انتصار الآخر – والممثل في الغالب بالعرب والمسلمين – على الولايات المتحدة الأمريكية. وبالتالي، ويرأى إدريس هاني. الثقافة العربية قائمة على اختلال ثقافي يجمع بين صورة الأمريكي المضطهد والأمريكي السوبرمن. فليس بدعاً أن نلمس في الأطاريح السياسية ما من شأنه تعزيز الآراء المؤسسة على تدعيم الغلبة وإرادة التفوق. إن هذا الهذيان المتواصل المسكون برهاب لا نهائي من الآخر هو مخاض طبيعي في المجتمع الأمريكي (المرجع السابق، 170).

ويشير إدريس هاني إلى قضية هامة في الثقافة الأمريكية وهي قضية الأقليات، ويرجع الضعف والتوجس في هذه الثقافة إلى بعد القلق المرتبط بهذه الأقليات، فالولايات المتحدة الأمريكية، وإن كانت تمثل الدولة الأقوى اقتصادياً وعسكرياً في العالم، إلا أنها من الناحية الثقافية تتميز بوضع

قلق، هو قلق الأقليات التي تمثل نقطة القوة والضعف معاً في المجتمع الأمريكي (هاني، مرجع سابق، 107).

إن ربط إدريس هاني بين فكرة صراع الحضارات والمنتج الهوليودي هي فكرة تستند إلى كثير من الأدلة ويكفي العودة إلى بعض الأفلام السينمائية التي عرفت رواجاً كبيراً في العالم، ليس في الولايات المتحدة فحسب، ولكن في معظم بلدان العالم، وخاصة المجتمعات الغربية التي تخاطبها هذه الأفلام ضمناً. يأتي على رأس هذه الأفلام سلسلة أفلام "رامبو" التي تحتفي بالفرد الأمريكي الذي لا يقهر، المواجه لكل الأخطار، والمنتصر دوماً مهما كانت طبيعة التحديات، وبالرغم والتي تذخر بفكرة وجود عدو دائم لأمريكا وثم دحر هذا العدو والتغلب عليه. ونجد أن هذه النوعية من الأفلام درت على المنتجين أرباحاً طائلة.

كما أن أفكار هنتغتون تمثل نبوءة تخفي في داخلها فقراً فلسفياً واضحاً يبرز خاصة في رفضه فصل الثقافة عن الحضارة. والصراع بأدي بنظرة هنتغتون وهو ينفي إمكانية تجاوزه في ضوء المتغيرات وهذا يفسره بعض الباحثين بالحاجة الملحة التي تحتاجها الولايات المتحدة الأمريكية والتي تفرضها طبيعة المجتمع الأمريكي. كما أن أفكار هنتغتون في مجملها تضحي بالبعد المعرفي وتغلب البعد الوجودي.

ثانياً: حوار الحضارات:

عرفت نظرية حوار الحضارات رواجاً كبيراً مباشراً بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م، والذي دمر فيه بجري مركز التجارة العالمي، رمز الهيمنة الأمريكية، بمدينة نيويورك، هجوم بالطائرات وصف "بالإرهابي" قاده حسب التقارير الأمنية مجموعة من الشباب العرب. وبعد هذه الواقعة وإفرازاتها المتمثلة

في الهجمات العسكرية الأمريكية الغربية على الدول الإسلامية الممثلة في العراق وأفغانستان تعالت أصوات عن منابر عدة ومختلفة في العالم الغربي تدعوا إلى تجاوز مقولة صدام الحضارات وإحلال مقولة تشجيع ودعم حوار الحضارات، وكان هنتغتون الذي راجع نفسه، أول الداعين إلى ذلك. وظهرت في تلك الفترة حملة واسعة في وسائل الإعلام الغربية وفي كتابات الكثير من مفكري الغرب ينفون فيها وجود صدام الحضارات وبرزت دعوة إلى تغليب الحوار، بالرغم من إقرار هؤلاء بوجود خلافات محورية بين أمريكا والعرب والمسلمين حول عدة قضايا.

كما شعرت معظم الأنظمة العربية بأن وجودها مهدد أو هو قاب قوسين أو أدنى من الزوال إذا لم تؤخذ الرغبات الأمريكية محمل الجد، وهذا ما جعلها تكسب منفعة البقاء والاستقرار بدل الدخول في مخاطرة الرهان نحو تحقيق أجندة قومية أو حتى مطالب شرعية نصت عليها الأمم المتحدة في قراراتها (زيادة، مرجع سابق، 146).

كما برزت إلى الحوار الثقافي أسئلة أصبحت ذات أهمية كبرى من ذي قبل مثل ماهية العلاقة بين الأبعاد الثقافية الحضارية والأبعاد الإستراتيجية في الإستراتيجية الأمريكية تجاه الإسلام والمسلمين. وكذلك إمكانية استمرار حوار من عدمه وعن محددات فعالية هذا الحوار من ناحية، وعن أبعاد الحوار الدائر حول بعض القضايا الساخنة في العلاقات بين عالم المسلمين وعالم الغرب من ناحية أخرى (مصطفى، 2007: 6).

إن قضية حوار الحضارات رغم ظهورها بصورة مكثفة بعد أحداث 11 سبتمبر إلا أنها كمفهوم ظهرت قبل ذلك، حيث ظهرت والعالم مازال في ذلك الوقت يتعامل بواقع ثنائي القطب إلى حد ما خرج المفكر الفرنسي روجيه جارودي على العالم أجمع بنظريته الرائدة ومشروعه للجمع بين الحضارات

المختلفة على أساس أرضية مشتركة للتفاهم على مستوى شعوب الأرض وسماه بـ "حوار الحضارات" وكان مشروعه يتسم بنقد الهيمنة الغربية والسيطرة الأمريكية حتى أنه بشر في ثانيا نظريته بزوال الغرب عموماً وكان الأساس الفكري لتصوره لحوار الحضارات هو نظرية وحدة الأديان القائمة على مذهب وحدة الوجود لدى ابن عربي الذي وضع جارودي له مكانة خاصة في نسقه الفكري الإسلامي (خليل، 2004: 5).

غارودي وحوار الحضارات:

عند النظر في فكرة حوار الحضارات خلال القرن العشرين وما بعده، يمكن الحديث عن أربعة أزمنة أساسية، تشرح طبيعة الأطوار التي مرت بها هذه الفكرة، والسياقات والأرضيات الفكرية والسياسية التي تأثرت بها، كما تشرح طبيعة حركة هذه الفكرة، ومستويات الاهتمام بها، وكيفيات التعاطي معها، ومنظورات الرؤية لها، وهذه الأزمنة هي على النحو التالي (الميلاد، 2013: 6):

الزمن الأول: يتحدد في النصف الثاني من سبعينات القرن العشرين، حينما تبني هذه الفكرة المفكر الفرنسي المعروف روجيه غارودي، وشرحها في كتابه الشهير (من أجل حوار بين الحضارات) الصادر سنة 1977م، الكتاب الذي يمكن وصفه بمثابة مرافعة محكمة في الدفاع عن قضية حوار الحضارات، وتميز بمنطق شديد التماسك، وبخطاب موثق بالشهادات الوقائع والحقائق، وبالمنط الذي يمكن اعتباره من الصور الفعلية التي تجسد حوار الحضارات، وظهر غارودي في هذا الكتاب أحد أكثر المنظرين والمتحمسين لهذه الفكرة التي عرف واشتهر بها عالمياً.

هذه الدعوة في أطروحة غارودي مرت بثلاثة أطوار زمنية وفكرية، جسدت شخصية غارودي الفكرية في انتقالاته وعبره بين الأيديولوجيات والأديان، وكشفت عن طبيعته الجدلية والإشكالية،

وذهنيته الحائرة والقلقة، بحثاً عن الأمل الذي ظل يفتش عنه في الثقافات والحضارات الإنسانية، وهذه الأطوار هي:

الطور الأول: الدعوة للحوار بين الماركسية والمسيحية، وذلك حينما كان غارودي مفكراً في الحزب الشيوعي الفرنسي، وكان يصف نفسه آنذاك بالمحرك الرئيسي لهذه الدعوة في فرنسا وأوروبا، طيلة اثني عشر سنة، وكانت الغاية من هذه الدعوة حسب رؤية غارودي هي بناء العلاقة بين التحرر والإيمان، التحرر الذي تمثله الماركسية، والإيمان الذي تمثله المسيحية.

الطور الثاني: في سنة 1968م، تكونت عند غارودي رؤية لفت بها نظر المجتمع المسكوني للكنائس في جنيف، حيث اعتبر أن الحوار بين الماركسيين والمسيحيين سوف يظل إقليمياً حسب تعبيره، ولن يتقدم إلا في نطاق منطقة ثقافية واحدة، وهي منطقة الغرب، وأنه من الأهمية في نظره التحول نحو إدارة هذا الحوار على مستوى الحضارات، وكانت الغاية من هذا الحوار في نظر غارودي هي بناء العلاقة بين الإيمان والتاريخ، الإيمان والعالم، الإيمان الذي يعطي الشعوب القوة والأمل في تغيير العالم والحياة.

الطور الثالث: التأكيد والتركيز على الحوار بين الغرب والإسلام، وهي الدعوة التي ظهرت واضحة ومتجلية في الكتاب الذي أصدره غارودي سنة 1981م بعنوان (وعود الإسلام)، وفي كتابه أيضاً (الإسلام في الغرب: قرطبة عاصمة الروح والفكر)، فقد اعتبر أن العقبة الرئيسية التي تقف في وجه الحضارات هي النظرة التي حملها الغرب منذ مئات السنين عن الإسلام، وأن النظر للإسلام في رؤية غارودي إنما تتعلق بمستقبلنا، مستقبل البشرية الذي يتعرض مصيره للخطر، فالإسلام قوة حية ليس كامناً فقط في ماضيه، وإنما في كل ما يمكن أن يقدمه لصنع المستقبل.

وقد تأكدت قناعة غارودي بالإسلام الذي أعلنت اعتناقه له سنة 1982م، ووجد فيه الأبعاد الإنسانية المطلوبة، والفرص المفقودة في أنظمة الغرب الثقافية والفلسفية والاجتماعية والاقتصادية، لذلك أولى أهمية للدفاع عن الإسلام، والتعرف عليه، واكتشاف جمالياته، وتركيز النقد على الغرب في رؤيته وأنماط تعامله مع الإسلام، ومع التراث الإسلامي الذي يصفه بالتراث الثالث المكون للتراث الغربي، والذي رفضه الغرب كما يقول غارودي منذ ثلاثة عشر قرناً، التراث الذي كان باستطاعته ولا يزال، في نظر غارودي ليس الإصلاح بينه وبين حكم العالم فحسب، بل مساعدته بالتعرف على الأبعاد الإنسانية والإلهية التي انفصل عنها، عندما نمت أحاديماً لإرادته للسيطرة على الطبيعة والناس.

وما يعزز هذه القناعة عند غارودي رؤيته بأن الإسلام "لم يكمل ويخصب وينشر أقدم وأرفع الحضارات فحسب، كحضارة الصين والهند وفارس واليونان والإسكندرية وبيزنطة، بل حمل إلى إمبراطوريات مفككة وحضارات ميتة، روح حياة جماعية جديدة، وأعاد إلى الناس ومجتمعاتهم أبعادهم الإنسانية والإلهية من تسام وتوجد. كما أعاد خميرة تجديد العلوم والفنون والحكمة والتنبؤية والقوانين" (غارودي، 1984: 19).

وتساءل غارودي "لقد أنقذ الإسلام في القرن السابع الميلادي، إمبراطوريات كبيرة منهوبة، فهل يستطيع اليوم أن يحمل لنا جواباً عن قلق ومشاكل الحضارة الغربية؟ هذه هي المسألة التي يجهد هذا الكتاب - وعود الإسلام - في طرحها إذا لم يكن في حلها" (المرجع السابق، 25).

أما في كتابة (الإسلام في الغرب) فهو ينطلق من فكرة يحاول أن يعيد من خلالها قراءة بداية تاريخ النهضة في أوروبا، وحسب تصوره فإن نهضة أوربا الأولى لم تبدأ في إيطاليا، وإنما في أسبانيا خلال القرن الثالث عشر. النهضة التي كانت وعداً مشرقاً في أسبانيا، وكان لها اتجاه معاكس

ومختلف عن نهضة القرن السادس عشر في إيطاليا، ونهضة القرن السابع عشر في إنكلترا، ونهضة القرن التاسع عشر في فرنسا، ونهضات القرنين الأخيرين في الغرب (غارودي، 1991: 114).

ويختتم غارودي كتابه وفي السطر الأخير منه، يأمل أن تعطى الأندلس وقرطبة للعالم ثانية رسالة عصورها الذهبية، رسالة حضارة الكوني الشمولي (المرجع السابق، 252). ويستشهد في كتابه (وعود الإسلام) برأي المستشرق الهولندي دوزي (1820-1883م) الذي عرفه باهتمامه بحضارة العرب، في كتابه (تاريخ مسلمي أسبانيا)، حيث يرى أن الفتح العربي كان خيراً لأسبانيا، لأنه أحدث ثورة اجتماعية هامة، وقضى على قسم كبير من الشرور التي كانت تترجح البلاد تحتها منذ قرون (المرجع السابق، 51).

ومع أن غارودي كان ينطلق من مقولة حوار الحضارات في توجيه النقد التاريخي والفلسفي والاجتماعي للغرب، إلا أنه كان متوجهاً إلى الغرب في خطابه وليس للحضارات الأخرى، وأن الغرب هو المعنى بهذه الدعوة لحوار الحضارات، بقصد تصحيح مساراته بعد أن وصل إلى مأزق حضاري خطير.

فقد اكتشف غارودي بفكره النقدي، ومعرفته الواسعة، وانفتاحه على الثقافات غير الأوروبية، وجود أزمة حضارية عميقة في الغرب والحضارة الغربية، ولا سبيل لتجاوز هذه الأزمة وتداركها في نظره، إلا بالانفتاح على الحضارات الأخرى غير الأوروبية، والتحاور معها، والتعلم منها، لاكتشاف ما يسميه بالفرص المفقودة، والأبعاد الإنسانية والأخلاقية المطلوبة، التي نمت في الحضارات والثقافات غير الأوروبية.

وهذه الأزمة التي يعيشها الغرب في الربع الأخير من القرن العشرين، إنما ترجع في جذورها حسب رأي غارودي، إلى عصر النهضة، الذي ولدت معه الرأسمالية والاستعمار معاً، وما صاحبه من تنكّر وهدم لجميع الثقافات غير الأوروبية، فقد اتبعت الحضارة الغربية في نموها وتقدمها من القرن السادس عشر وحتى نهاية القرن العشرين، طريقة أوصلتها كما يعتقد غارودي، إلى أزمة داخلية عميقة، حدودها في ثلاثة أبعاد رئيسي، شرحها في كتابه (حوار الحضارات)، وهي (الميلاد، مرجع سابق، 8):

1. رجحان جانب الفعل والعمل، بالشكل الذي يتحول فيه الإنسان إلى مجرد آلة للإنتاج والاستهلاك، ويفقد جوهره المعنوي والأخلاقي.

2. رجحان جانب العقل، واعتباره قادراً على جميع المشكلات، بحيث لا توجد مشكلات حقيقية إلا تلك التي يستطيع العلم حلها، والنتيجة بعد ذلك هي عدم القدرة على تحديد الغايات الحقيقية، والسيطرة على الوسائل.

3. رجحان جانب الكم، وجعله معياراً ومقياساً لا نهائياً، بحيث يصبح النمو باعتباره نمواً كمياً صرفاً في الإنتاج والاستهلاك.

الأمم المتحدة وحوار الحضارات:

يعتبر غارودي هو الزمن الأول، ويليه هانتغتون الذي يعتبر الثاني بتبنيه أطروحة صدام الحضارات أما الزمن الثالث فهو للأمم المتحدة. فإذا كان هذا الزمن يتصل بالزمن الثاني ويتأثر به، إلا أنه يختلف ويفترق عنه في مستويات الاهتمام، وديناميات التطور، وطرائق التعاطي. ويؤرخ لهذا الزمن بموافقة الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الثالثة والخمسين لسنة 1998م، على اقتراح

باختيار سنة 2001م سنة الأمم المتحدة للحوار بين الحضارات، وهو الاقتراح الذي تقدم به السيد محمد خاتمي رئيس الجمهورية الإسلامية الإيرانية آنذاك، في خطابه الذي ألقاه بالجمعية العامة للأمم المتحدة في أغسطس 1998م.

والخلفيات التي أشر إليها قرار الأمم المتحدة بهذا الشأن، تنتمي وتتوافق مع أفكار وتصورات أولئك المفكرين والمؤرخين أصحاب النزعة الأخلاقية والإنسانية في البحث التاريخي والأنثروبولوجي، الذي يؤكدون على مفاهيم تنوع الثقافات، وتعدد الحضارات، والنظر لهذا التنوع والتعدد بوصفه مصدر إثراء واستلهم يبعث على التقدم والتواصل بين الأمم والحضارات.

وعن هذه الخلفيات، وتعزيزاً لهذا الاختيار، شرح قرار الأمم المتحدة رؤيته لحوار الحضارات منطلقاً من "الإقرار بالإنجازات الحضارية المتنوعة للبشر، وضرورة بلورة ثقافة تعددية، والقبول بتنوع المخلوقات البشرية، والأخذ بعين الاعتبار أن التعاملات الثنائية بين الحضارات على امتداد التاريخ الإنساني، كان مستمرة على الرغم من وجود الموانع النابعة من عدم التسامح والنزاع والحروب، ومع التأكيد على أهمية التسامح في العلاقات الدولية، والدور الرفيع للحوار بمثابة أداة للوصول إلى التفاهم وإزالة تهديدات السلام وتعزيز التعامل والتبادل بين الحضارات. ومع إعادة التأكيد بأن الإنجازات الحضارية تشكل ميراثاً مشتركاً للبشرية جمعاء، وتهيء مصدراً لسمو البشرية وتقدمها. والترحيب بالمساعي الجماعية للمجتمع الدولي، وباتجاه مزيد من التفاهم من خلال الحوار البناء بين الحضارات على عتبة الألفية الثالثة، تعلن عن عزمها الراسخ على تسهيل وترويج الحوار بين الحضارات (الميلاد، مرجع سابق، 12-13).

هذا التبنى من طرف الأمم المتحدة ساهم بصورة فاعلة وكبيرة في تحريك وتعميم مفهوم حوار الحضارات، وتحويله إلى مفهوم متحرك في مجال العلاقات الدولية، بطريقة بات يأتي على ذكره في المناسبات والاجتماعات الدولية، ويشار إليه في البيانات والتقارير الإقليمية والعالمية، وعقدت حوله الكثير من الندوات والمؤتمرات التي توزعت في دول العالم المختلفة، بحيث يمكن القول أنه لأول مرة يجري على هذا المستوى من الاهتمام العالمي بقضية حوار الحضارات.

من جهة أخرى اختير 2001م تحديداً، كان بقصد أن يستقبل العالم الألفية الثالثة بنوع من التفاؤل والثقة والشعور بالأمن والسلام، والاندفاع نحو تجديد وتطوير العلاقات الدولية بين الأمم والشعوب، وليكون قرناً مختلفاً عن القرن العشرين الذي عد قرن الحروب الكبرى، حيث بدأ بحرب عالمية مدمرة في أوروبا، هي الحرب العالمية الأولى سنة 1914م، وانتهى بحرب عالمية أخرى في الشرق الأوسط، وهي حرب الخليج الثانية سنة 1990م.

والتطور المهم الذي حصل في هذا الشأن مع مبادرة الأمم المتحدة، هو إحياء مفهوم حوار الحضارات، وتجديد العمل به في مجال العلاقات الدولية، واستخدامه في نقد وتقويض ومحاصرة مقولة صدام الحضارات، وبناء تراكمات فكرية وثقافية حوله، وفتح أوسع نقاش دولي عابر للثقافات والقوميات واللغات حوله، والتأكيد على بناء الجسور وتعزيز الحوار بين الحضارات (الميلاد، مرجع سابق، 13).

الصراع والحوار بين الحضارات تاريخياً:

بناء على ما جاء به الباحثون في التاريخ والحضارات فإن حضارات الشرق الأدنى هي أقدم وأول مصدر للحضارات الإنسانية حيث ظهرت فيها الجماعات البشرية على شكل أسر وعشائر وقبائل

قبل الحضارات الأخرى كالحضارة الفينيقية في الشام والفرعونية في مصر والكنعانية في فلسطين والسومرية والبابلية والآشورية والكلدانية في العراق. وهذه الحضارات كانت تقدر الآلهة الوثنية المصطنعة، إذ يعتبر الحاكم في أغلب الأحيان هو الإله المقدس وأشكال الصراع في هذه الحضارات كان أساسياً بين الإنسان والطبيعة، بينما الحوار كان عبارة عن خطب تقليدية أساسه التبشير والتبليغ بما يؤمن البشر به.

وحضارات الشرق الأقصى في الهند القديمة والصين القديمة اللتين تعتبران أم ومهد الحضارات القديمة اعتمدت على قوة حضارتها المتمثلة في العادات والتقاليد والقيم والأخلاق والأعراف التي كانت موجودة في المجتمعات المتعددة الثقافات واللغات واللهجات والأديان التي لم تفككها أو تشتتها حضارات القوة الدخيلة حيث بقى مؤسس البوذية الراهب الذي أعتزل العالم "سيد هارتا" (Siddhartha) والذي أصبح فيما بعد يعرف باسم بوذا (Buddha) الرجل المستنير المستيقظ والعالم الحاذق المتعلم الذي تخلّى عن أمواله وأبتعد عن الثراء والعيش عن الصدقات والعطايا. مما جعل أفكاره الفلسفية تتحول إلى ديانة تسمى البوذية (Buddhism) التي انتشرت انتشاراً واسعاً إذ تبشّر بالخلق من الأمم عن طريق ترك الرغبة وتحقيق التنوير الأعلى، وهي تسعى إلى تحقيق التغيير الاجتماعي وهي ضد البراهما (Brahma) العقيدة الهندوسية التي تشمل بدورها معظم العبادات المذاهب الدينية الهندية. والبراهما تقوم على عدم المساواة بين البشر وتصنف المجتمع إلى طبقات معينة. بينما البوذية انتشرت انتشاراً واسعاً في الشرق الأقصى وأنشأت حضارات وثقافات تعاقب عليها الأجيال واستطاعت أن تؤثر في الفلسفة والأدب والشعر والفن وسلوكات المجتمع المختلفة عامة والإقطاعي خاصة.

والبوذية التي دخلت إلى الصين عن طريق الهند كانت متغيرة ومتجددة مما جعلها تنتشر بسرعة وتكسب أنصار خارج الصين على الرغم من أنها كانت تكتب بالحروف الصينية وتلفظ بالهندية أي اللغة الأصلية للبوذية.

وفعلاً فالتواصل الثقافي بين الشعوب منذ نشأة هذه الأديان انتشرت البوذية في أنحاء المعمورة بفضل المؤمنين بمبادئها وفلسفتها وسياساتها الخطابية والتبشيرية استطاعت أن تؤثر في نفسية الأفراد وعواطفهم وتكسب أنصار عديدين في العالم وتؤسس مراكز بحوث ومؤسسات مختلفة ومدارس تهتم بدراسة فلسفتها الدينية في جميع أنحاء العالم. مما جعل المفكرين والباحثين في العصر المعاصر يهتمون بدراسة الحضارات القديمة وإحياء تراثها للتعريف بها كمهد للحضارات التي جاءت فيما بعد.

بالإضافة إلى البوذية نجد فلسفة الأديان الصينية لعبت دوراً فعالاً في تطوير حضارات الشرق الأقصى على الرغم من أنها أديان وضعية إلا أنها ساهمت في إحياء التراث والأدب والفنون والثقافات العديدة بما فيها الأخلاق والقيم والسلوكيات التي مازالت تتماشى مع الحضارة المعاصرة، منها الديانة الطاوية (Taoism) المشتقة من كلمة طاو (Tao) التي تعني نظام الكون وأصل الطاو معناه الطريق. حيث ظهرت هذه الديانة التي دعمت وعززت الفلسفة الصينية فيما بعد في القرن الخامس قبل الميلاد. وهدفاً هو تكيف حياة الإنسان حسب نظام الطبيعة وهي ضد الظلم والطغيان والقهر والتسلط كبقية الأديان الأخرى وهي تنادي بالعودة إلى المجتمع البدائي لكي يسهل تكيفه مع الظواهر الطبيعية والطاوية كفلسفة دينية تؤمن بالسحر والشعوذة والتنجيم والقوى الغيبية.

كذلك الديانة الكوفوشيوسية التي أبتدعها المعلم كونوشيوس الذي استطاع أن يؤثر بفلسفته الملخصة في كتاب المشهور (المعلم الكبير) في الحضارة الصينية وفلسفة الأديان العالمية وهذا عن

طريق الإقناع والتبشير وهنا يأتي بواسطة الحوار والتفاهم والأخذ والعطاء بالرغم من أن النظام الحكومي في حضارة الصين العريقة إمبراطورية حيث بحكم نيابة عن الإله الأعلى، ويعتبرونه وصي السماء على الأرض برؤيتها في حقيقة الأمر، وبقية السكان يكون مجلس مختص في ميادين مختلفة منها حياة الإمبراطور وأعماله ورفاهية الشعب وزواج أفراده المبكر والمراسيم والتنبؤات الدينية والاستعداد للحرب والعدل بين السكان وتنظيم الأشغال العامة، ثم تأتي درجة الكهنة الذين يساعدون الملك الحاكم في أدله مهامه عن طريق المراقبات الفلكية لكي يكون حكيماً ومستقيماً (رسالن، 1998: 36).

أما الغرب فقد ساهم فيه القدس وأوغسطين من مواليد سوق أهراس - الجزائر - لاهوتي مسيحي، مفكر وفيلسوف متصوف تأثر بالأفلاطونية الجديدة مما جعل الغربيون يهتمون بفلسفته الدينية، وأهم ما كتب "مدينة الله" (The City of God) حيث يرى بأن الإيمان يقوم على أساس مبدأ يقول: "حيث لا يوجد إيمان لا توجد معرفة ولا توجد حقيقة". ويعتبر هذا الكتاب القيم لأوغسطين القاعدة الأساسية والمطلقة للكنيسة مقابلة مدينة الأرض أي الدولة الدنيوية. وفعلاً لعبت هذه العقيدة دوراً هاماً وفعالاً ضد الإقطاعيين وأثرت على المسيحية في العصور الوسطى والحديثة ونظرية أوغسطين يستخدمها رجال الدين الكاثوليكين والبروتستانت.

حقيقة أن ظهور المسيحية عند انهيار الإمبراطورية الرومانية دعمت أفكار أوغسطين الدينية ودعوته لاعتناق المسيحية وذلك لإنقاذ الدولة الرومانية من الانحطاط والحروب الأهلية ونظريته السياسية تتمثل بأنه لا يمكن تحقيق العدالة الاجتماعية والسياسية ما دامت الدولة غير مسيحية، ويجب على النظام أن يخضع لأوامر الكنيسة المسيحية.

لم تكن الفوضى والحروب الأهلية والحكم المطلق الاستبدادي في إيطاليا فقط، بل كانت أوروبا بكاملها منحلة ومفككة ومنقسمة إلى دويلات متصارعة فيما بينها إذ تعاني من عدة أزمات متتالية وخلافات حادة بين قادة مدنها إذ يقول أحد المفكرين الغربيين "وكان المسرح السياسي في ممالك أوروبا مملوء بالصراعات العنيفة المأساوية حتى أن الشعب لم يستطيع أن يتمتع عن اعتبار الملكية كسلسلة من الأحداث الدموية أو المغامراتية" (تويشار، 1983: 169).

وفي نهاية القرن الرابع عشر بدأ عصر النهضة من الناحية التاريخية وامتد حتى نهاية القرن السادس عشر، كم حده المؤرخون وكلمة النهضة أي النهضة الفلسفية أو المصطلح المستخدم في تاريخ الفلسفة وهي تدل على حركات البعث الجديد للفكر الإنساني في المذاهب الاجتماعية العامة والاتجاهات الفلسفية المختلفة في أوروبا عامة وإيطاليا بخاصة، وهذا عند انهيار النظام الإقطاعي وقيام المجتمع البورجوازي الأول (من القرن 15 حتى القرن 17) حيث كانت أهم نتائج حركة النهضة تتمثل فيما يلي:

1/ ساعدت حركة النهضة على الإصلاح الديني وتأثيره في الفكر السياسي على يد (مارتن لوثر) وهو مفكر سياسي وفيلسوف مسيحي يمثل حركة الإصلاح الديني ومؤسس المذهب البروتستانتي، وساعدت أيضاً هذه الحركة على قيام وازدهار الآداب القومية في أوروبا وتنوير الفكر البشري.

2/ تميزت حركة النهضة بالهجوم العنيف على الدين المسيحي والأخلاق وفصلهما عن السياسة وهذا على يد ماكيافيلي الأديب والمفكر السياسي الإيطالي، وجان بודان المفكر القانوني والسياسي الفرنسي، وساعدت أيضاً حركة النهضة على توسيع حرية الفكر وتنوير العقل وممارسة التجديد والإبداع والابتكار في مختلف المجالات.

3/ زودت حركة النهضة الحركة العلمية والثقافية للإنسان بمفاهيم جديدة وبمناهج جديدة في مختلف العلوم. ومهدت الأرضية الأساسية للتعارف بين الثقافات الأوروبية وانتشار الوعي الاجتماعي للتمييز بين الأصالة والحداثة وبين الذات والموضوع وبين الماضي البعيد والحاضر القريب، مما جعل وسهل عملية التقارب لفكرة حوار الحضارات في القرون الحديثة والمعاصرة بين شعوبها.

جدلية الحضارات؟ صدام أم حوار؟

إن خطورة الأفكار والأبحاث التي جاءت في ثنايا الجدل الكثير اتي أثارته تلك الأفكار والنظريات عن حتمية الصدام بين الحضارات، من ناحية عامة، وحتمية الصدام بين الحضارة الغربية ذات الجذور اليهودية والمسيحية، من جانب، وبين الإسلام والصين ذات الجذور الكونفوشسية، من جانب آخر، تمكن في المقام الأول في الدعوة إلى النزاع والحرب، بل هي خطر عظيم على السلام الإقليمي والعالمي، لأنه تفرع طبول الحرب والعداوة والبغضاء بين الشعوب، لأن الحضارات والثقافات، إنما ترجع إلى الشعوب والأمم التي تنتجها وتتحيز لها (الإمام، 2005: 101).

فعلى الرغم من أن السياسات الراهنة في العالم غير مشجعة على الدخول في حالة حوار يمكن أن تنتهي أزمة الفكر الاضطهادي المتبادل بين الشعوب، فعلى الرغم مما ارتأه البعض أن وصول إدارة ديمقراطية لحكم الولايات المتحدة تكون معنية بتصحيح الصورة لأمركية وكأنها تحارب العالم بأسره، إلا أن العالم لم يتصل حتى الآن للسياسات الحوارية التي تزيل حالة التوتر العميقة بينها. لكن ذلك التوتر الذي تواجد أزكت فيه أفكار صدام الحوارات مخاوف تزيد الواقع التحاوري بين الحضارات سوءاً.

ومن أهم هذه الواقع الجديد أن الدين أصبح محركاً أساسياً في ساحات السياسة والعلاقات الدولية. ففي الوقت الذي ازداد كم التفاعل بين الثقافات والأديان المختلفة، وأصبح هنالك العديد من الأحكام الخاطئة التي تصنف الآخرين وتضعهم ضمن أطر معينة تبعاً لمعتقداتهم الدينية. في وقتنا الحاضر - على سبيل المثال - أصبح الشغل الشاغل هو ما الفرق بين المسلم والمسيحي واليهودي (نوار، انترنت).

فنظرية صدام الحضارات - رغم قلة الحديث عنها حالياً - إلا أنها مازالت تؤثر بصورة واضحة في السياسات والعلاقات الدولية. حيث أنها نظرية سعت إلى إرساء واقع كارثي في العالم. ويرى الباحث أنها نجحت في ذلك لحد ما خصوصاً في الفترات التي تلك نشر أطروحته حيث أن "مقولة هنتجتون أن الصدام والحرب حتمية الحدوث بين الغرب من جانب والعالم الإسلامي والصين، من جانب آخر، رغم أنه لم ينجح في إعطاء أي شيء يشبه الدليل أو البرهان على صحته، إلا أن هذه المقولة تمثل دعوة لإعلان الحرب على الإسلام والعالم الإسلامي في المقام الأول، وعلى كل نظام سياسي وحضاري لا يقل الانصياع الأعمى والدليل لهيمنة النظام العالمي الجديد، وعلى رأسه الولايات المتحدة الأمريكية، ولذلك كانت كوريا الشمالية وإيران في قائمة "محور الشر" لدى الرئيس الأمريكي جورج بوش، كما توضع سوريا والسودان وليبيا على قائمة الدول التي ترعى الإرهاب، ولكن لا توضع إسرائيل في أي من هذه القوائم، بل هي الدولة المثالية التي ترعى حقوق الإنسان، وهي تمثل جزيرة للديمقراطية والحكم الراشد وسط بحر من النظم الرجعية والشمولية في الشرق الأوسط، كما وصف الرئيس بوش الجنرال شارون بأنه رجل السلام في المنطقة وأنه رجل يتسم بالعقلانية والإنسانية!!" (الأمام، مرجع سابق، 103).

عموماً، يمكن القول، أن أطروحة هنتجتون تثير القلق والمعارضة، وأدت إلى ردود فعل عنيفة على مستوى الفكر والفعل لعدة أسباب يمكن صياغتها في الآتي:

1. تفنقر إلى الموضوعية العلمية.
2. تدعو إلى الصراعات وتدق طبول الحرب وتغذي الكراهية والعداوة ضد كل من مناطق الحضارة (اللاغربية)، وخاصة العالم الإسلامي والصين وكل ما هو معادي للغرب.
3. تعبر عن نزعة مركزية بغيضة، ترى أن الغرب والغرب وحده هو قلعة الحضارة والتمدن والسلام، وأن ما عدا الغرب لا يستحق لقب الحضرة والتمدن ولذلك فهو يستحق الاحتقار والتهميش والإقصاء.
4. تعكس نظرية هنتجتون استكباراً بغيضاً، وعنصرية ضد أقطار العالم الثالث وأقطار عالم الجنوب، من ناحية عامة، وتمهد الطريق لشن الحرب على كل الثقافات التي تختلف وتتباين مع ثقافة الغرب.
5. تدعو كل الثقافات إلى أن تتمط نفسها وفقاً للنمط الأمريكي في الحياة وحتى في الملابس والوجبات، والموسيقى وسائر أوجه الحياة.

شروط حوار الحضارات:

إن حوار الحضارات لا يمكن تحقيقه ما لم تتوفر له شروط قبلية، وفي مصطلح الفيلسوف الألماني أمانويل كانط هذه الشروط تسمى (الشروط القبلية) وهي تشكل الإطار المسبق لوقوع الفعل فما هي هذه الشروط القبلية والمطلوبات الضرورية لتحقيق حوار الحضارات في واقع الحال؟

يرى الدكتور محمد خاتمي أن هنالك أربع شروط لابد من تحقيقها، وهي الآتي (خاتمي،

1990: 27-28):

الشرط الأول: هو أن الفرقاء المتحاربين ينبغي أن يتصفوا بفضيلتين: فضيلة الحديث الموضوعي الذي يسعى للتواصل مع الآخر، ولكن بمنهج عقلي يفترض وجود الآخر، وأن هذا الآخر له حقوق وآمال وأهداف ومصالح مشروعة تماماً، كما أن الأنا لها حقوق وآمال وأهداف ومصالح مشروعة. والفضيلة الثانية أنه لابد من الإصغاء الجيد للآخر بغية الوصول إلى إدراك الحقائق التي تحاول التعبير عنها، وكذلك محاولة الفهم للرؤية التي ينطلق منها والعوالم التي يرتادها ويحاول وصفها وإثباتها أو التعبير عنها.

الشرط الثاني: أن السياسي الذي يمارس لعبة حوار الحضارات ينبغي أن يكون فيه شيء من صفات الفنان الأصيل، وكالفنان الأصيل الممارس لحوار الحضارات ينبغي أن يتصف بـ:

- الخلاقية والإبداع.
- الشجاعة الكافية التي تدفعه دفعاً إلى ريادة عالم أكثر طرافة وأكثر حدة وأقرب إلى التجديد، وتحقيق الآمال العريضة التي لم يستطع النظام القديم تحقيقها. فلا مجال للتكرار أو التردد أو الجمود والتقليد أو الركون إلى تجارب قديمة لم تحقق شيئاً ذا بال في الماضي.
- يكون أكثر عدلاً وإنصافاً وتعبيراً عن الحقيقة الكاملة للوضع الإنساني المنشود.
- أكثر إنسانية وخيرية، لأن خير الإنسان هو النفع والسعادة للجميع.
- أكثر جمالاً وبهاءً وزينة، لأن الله جميل يحب الجمال.

الشرط الثالث: إن الذي يريد أن يدعو الناس إلى الحوار البناء ويقودهم إليه، لا بد وأن يكون من الذين يتحلون بالقيم الروحية والأخلاقية، فإن الحوار في جوهره هو دعوة إلى العدالة والإنصاف مع "الأنا" ومع "الآخر" فلا حوار في غياب الالتزام الصارم بالقيم الروحية والأخلاقية، ولا دافع أصلاً للحوار إلا الرغبة في السلام، وفي التعايش السلمي مع النفس ومع الآخر والرغبة الأكيدة في بناء حياة طيبة للجميع تتسم بالسماحة والعدالة والمؤاخاة بين جميع أفراد الجنس البشري، إن البشر جميعاً أخوة في الإنسانية وفي العيش.

الشرط الرابع: إفساح الطريق للعلماء والمفكرين والفنانين لكي يلعبوا دوراً في ترسيخ قاعدة الحوار بين الحضارات والشعوب والثقافات والأديان، وإثراء لغة ذلك الحوار بالفكر والأدب والفن، هذا ضروري جداً إذا أردنا أن نستبدل لغة التفاهم الدبلوماسي السائد اليوم في دنيا العلاقات الدولية، تلك اللغة البلاستيكية الميتة ذات القوالب الجامدة التي لا تعرف المشاعر والوجدان، وإنما تعرف التصادم والنزاعات ولغة الهيمنة والصراع.

نظرات المجتمعات المسلمة تجاه أطروحتي حوار / صدام الحضارات:

انقسمت المجتمعات الإسلامية تجاه أطروحة هانتجتون لصدام الحضارات إلى ثلاثة اتجاهات، سنفصل فيها فيما يلي:

الاتجاه الأول: يؤكد مقولات هانتجتون، ولكن يرفض إمكانية الحوار انطلاقاً من حقائق اختلال توازنات القوة الدولية، وسياسات القوى الغربية تجاه الجنوب أو العالم الإسلامي، أو باعتبار أن مبعث هذه السياسات هو الأبعاد الثقافية الحضارية؛ أي مبعثها هو الصراع الحضاري من جانب الغرب تجاه

عالم الإسلام والمسلمين، ومن ثم فإن الحوار لن يكون إلا سبيلاً جديداً لفرض الهيمنة الثقافية والحضارية.

الاتجاه الثاني: يرفض مقولات هانتجتون: إما رفضاً أن تكون العلاقة بين الحضارات - ولي توازن القوى والمصالح - هي المفسر الأساس للعلاقات الدولية، انطلاقاً من رؤية واقعية للعلاقات الدولية ترفض تسييس الحضارات، ولما رفضاً لإلصاق التهمة بالإسلام والحضارة الإسلامية باعتبارها مصادر للصراع والتصادم، ومن ثم دفاعاً عن الإسلام والمسلمين الذين يقبلون الآخر ولا يرفضونه، بل يتعاونون معه ومستعدون للحوار معه، ولما دفاعاً عن التعددية الثقافية والحوار بين الثقافات والحضارات باعتباره الأساس في العلاقات الدولية انطلاقاً من رؤية إنسانية عالمية أو انطلاقاً من رؤية إسلامية تعترف بأهمية الحوار، والتعارف الحضاري بين الأمم ولشعوب، وكأساس من أسس الرسالة العالمية للإسلام، وليس مجرد الدفاع والاعتذار عن الإسلام.

الاتجاه الثالث: يقول أن الحوار أو الصراع هي حالات للعلاقات بين الحضارات وفي حين يرى راد من هذا الاتجاه أن الحالة الدولية الراهنة لا تسمح بحوار ثقافات أو حضارات حقيقي نظراً لاختلال ميزان القوى الدولية، بحيث لن يقود الحوار إلا إلى فرض نمط حضاري على الآخر، فن رافداً آخر يرى أن الحوار ضروري للخروج بالعالم من أزمتة الراهنة، إلا أنه لابد وأن تتوفر له الشروط لكي يحقق أهدافه الحقيقية ووفق ما يتضيه مفهوم الحوار ذاته؛ أي باعتباره سبيلاً للتفاهم المشترك وإزالة العوائق أمام العلاقات السليمة.

بعبارة أخرى ولد اتجاه حوار الحضارات من رحم التصدي لمقولة صدام الحضارات في الدائرة العربية والإسلامية ومن زخم الاعتراض على هذه المقولة وتفرعاتها انطلاقاً من تعريفات متنوعة

للحضارة والثقافة، والعلاقة بينهما ولحوار الفكري والحضاري، وانطلاقاً من أسانيد معرفية وفكرية مختلفة تؤثر على طبيعة الرؤى للعالم، والعلاقة بين مكوناته، بل وتؤثر على الموقف من اتخاذ الحضارات أو الثقافات وحدات للتحليل السياسي من عدمه (مصطفى، 2003: 24).

من ذلك يمكن القول أن ذلك الترحيب الذي شاع حتى نهاية التسعينيات بمفهوم الحوار على اعتبار أن هذا الترحيب ليس إلا دفاعاً واعتذاراً عن الإسلام في مواجهة هجوم هانتجتون. وبذلك فقد انشغل المفكرين في الساحة الإسلامية بهذين الطرحين المتقابلين وعلى النحو الذي جرى به إنما هو أمر من المفكرين والباحثين تجاوز هذين الطرحين، وذلك للعديد من الأسباب التي تعزى للبيئة العربية الإسلامية والتي يمكن تفصيلها في الآتي (مصطفى، 2002: 43):

1/ إن التصور الإسلامي لا يكرس الصراع كقانون تاريخي مطلق كما تقدمه المدرسة الواقعية بروافدها المختلفة، كما أنه لا يلبس صراع المصالح والقوى لباساً دينياً ثقافياً حضارياً لإخفاء دوافع ومبررات إستراتيجية. ولكن الصراع في التصور الإسلامي، بمعنى التدافع، ليس إلا سنة من سنن الاجتماع البشري إلى جانب سنن الله الأخرى. لذلك فإن القول أن أصل العلاقة بين المسلمين وغيرهم في التصور الإسلامي هو الحرب أو السلام ليس قولاً منصبطاً، ولكن القول الأفضل هو: متى تكون الحرب؟ ومتى يكون السلام؟ ومن ناحية أخرى؟ فإن هذا الصراع - في صورته العسكرية أو السلمية - ليس للقضاء على الآخر أو لتأكيد هيمنة قوم على قوم أو ثقافة على ثقافة ولا يعني (وهو الأهم) أن الصراع يتولد بين الأقاليم والملل لمجرد الاختلاف الثقافي أو الديني، ولكن لتحقيق أهداف الدعوة والرسالة باعتبارها رسالة للعالمين ليس بالإكراه والقسر والإجبار للشعوب والأمم.

2/ إن الدائرة الإسلامية عن نمط العلاقة بين الحضارات هو "تعارف الحضارات" وهو المصطلح الذي قدمه بعض المفكرين الإسلاميين مثل زكي الميلاد وسيف الدين عبد الفتاح وتبنته بعض المؤسسات الإسلامية العاملة في مجال حوار الحضارات. وهذا المفهوم هو الذي تبناه الباحث في دراسته. فإن المفهوم الإسلامي عن حوار الحضارات ينبني على رؤية الأصول ويعكس الأسس المعروفة للرؤية الإسلامية، ومن ثم يختلف في جوهره عن المفهوم الغربي عن الحوار - الثقافي أو الحضاري، كما لا بد وأنه يختلف في غاياته ودوافعه إلا أن استخدام هذا المصطلح "الحوار" من داخل الدائرة الإسلامية وفي ظلال العولمة إنما يضعنا في نطاق الدائرة الاعتذارية الدفاعية عن الإسلام والمسلمين، في حين أن مفهوم التعارف - في إطار عالمية الإسلام وطبيعة حضارته والسنن التي تحكم العلاقة بينها وبين غيرها من الحضارات سواء في مرحلة شهود هذه الحضارة الإسلامية أم أقولها وضعفها، لأنها السنن التي لا تقوم على إبراز أثر العوامل المادية فقط ولكن العوامل غير المادية من قيم وأخلاق.

كما أن استخدام "تعارف الحضارات" وليس حوارها أو صراعها يمثل استجابة إيجابية وليس مجرد رد فعل لما أثارته أطروحات صراع الحضارات، تلك الأطروحات التي جاءت من خارج الدائرة الإسلامية تعبيراً عن الاهتمامات الفكرية والعملية في الغرب في حين أن الرؤية الإسلامية - على مستوى المعرفة والفكر - أسبق إلى تقديم طرح آخر، كما أن الواقع الإسلامي في ظل موقعه من توازنات القوى العالمية، يجعلنا نتساءل: هل يمكن للغرب أن يدخل في حوار حضاري مع حضارات غير متكافئة معه من الناحية المادية وهو المحكوم دائماً باعتبار توازن القوى المادية؟ حتى أن هانتجتون حيث يذكر حضارات والأديان فلم يقدمها إلا في إطار الصراع والذي يعكس كل دلالات هيمنة الغرب المادية. على أن حوار الثقافات هو الأساس في تشكيل رؤية هذا الجزء من الغرب

للعالم، ولا أدل على ذلك من مضمون ومحتوى الحوار حول قضايا المرأة والطفل والأسرة والبيئة والأقليات وذلك في المحافل الدولية الرسمية المعنية بتقنين قواعد إدارة هذه المجالات في عصر العولمة.

المبحث الثالث

التعارف بين الحضارات

يعد زكي الميلاد، أول من نحت مفهوم "تعارف الحضارات" ودافع عنه، حيث قام بنشر بحث في مجلة الكلمة في صيف سنة 1997م، شرح فيه قيمة وتميز هذا المفهوم واختلافه عن مفهوم صدام الحضارات وحوار الحضارات، واتصاله بالمنبع القرآني وشرح أبعاد ومكونات هذا المفهوم ومقاصده. ويدعو زكي الميلاد إلى تطوير البحث والنقاش حول العلاقات بين الحضارات والتأكيد على ضرورة أن نتعامل بثقة مع الأفكار التي نبدعها ونعطيها من الأهمية ما تستحق دون انبهار أو سحر يأخذنا إلى الدوبان في الآخر خاصة النموذج الغربي (شوقي، 2013، انترنت).

إن دعوة الإسلام إلى تعارف الحضارات تمهيداً لحوارها وتلاقيها تنطلق من الآية القرآنية الكريمة: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ خُذُوا مَنَاسِكَكُمْ مِنْ ذِكْرِ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَخَافُونَ يَوْمَهُ تَتَلَفُونَ) (الحجرات: 13). وهذا المفهوم القرآني القاضي بضرورة التعارف بين الله أَتَقَاتُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (الحجرات: 13). وهذا المفهوم القرآني القاضي بضرورة التعارف بين الشعوب والحضارات يهدف إلى غايات أنبل ومقاصد أوسع. ذلك أنه إن لم يكن هنالك تعارف لن يكون هنالك حوار أو تفاهم، فالتعارف ينجم عنه دوماً حوار هادي وتعاون دائم، أما الحوار الذي يباشر بشكل مفاجئ فلا يعنى بالضرورة حصول تعارف بين الأطراف. فكم من لقاءات حوارية أجريت على المستويين السياسي والديني لكنها باءت بالفشل لأن جميع أطرافها الذين أخذوا مكانهم حول مائدة الحوار لم يستطيعوا نسج أواصر التعارف والتواصل من قبل، فلبث كل طرف جاهلاً للطرف الآخر (عزوزي، انترنت).

إن القرآن الكريم يؤسس لمبدأ التعارف بين الأمم والشعوب والحضارات (ليتعارفوا)، فالتنوع بين الناس إلى شعوب وقبائل وامتدادهم وتكاثرهم على ربوع الأرض لا يعني أن يتفرقوا أو تنقطع أواصرهم ويعيش كل شعب في عزلة عن الشعوب الأخرى، كما لا يعني هذا التنوع أن يتصادموا ويتنازعوا من أجل الثروة والقوة والسيادة، وإنما ليتعارفوا.

ورغم وضوح رسالة الإسلام وأهميتها وفعاليتها في حياة المسلمين إلا أن العالم الإسلامي يعيش في فوضى منذ عهد انحدار الحضارة العربية الإسلامية ومرد ذلك لأسباب تاريخية، وأخرى داخلية وخارجية، دون إغفال الظواهر الكبرى لانتقال الحضارة في مستواها العالمي مما ولد أزمة إنسانية خاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي وظهور القطبية الأحادية، وما عرفه العالم بعد ذلك من تطور على جميع المستويات، ولد صراعاً بين بني البشر مس الإنسان في أصله ككيان بشري، فقد عرفت الحضارة لغربية تطوراً رهيباً في مجال العلم ولد هوة شاسعة خلقت عالماً متقدماً وآخر متخلفاً، عالماً متعلماً وآخر جاهلاً، عالمقوياً مادياً فقيراً روحياً وعالمياً قوياً روحياً فقيراً مادياً.

الإسلام ينظر من منظور العالمية وهي خلافاً لمفهوم العولمة، فالعالمية هي نزعة إنسانية وتوجه نحو التفاعل بين الحضارات والتلاقح بين الثقافات، والمقارنة بين الأنساق الفكرية، والتعاون والتساند والتكامل، والتعارف بين الأمم والشعوب والدول، ترى العالم بينها مساحات كبيرة من المشترك الإنساني العام، ولكل منها "هوية ثقافية تتميز بها" ومصالح وطنية، قومية، حضارية، اقتصادية وأمنية، لابد من مراعاتها في إطار توازن المصالح، وليس توازن القوى، بين هذه الأمم والحضارات (مبروك، 2000: 5). أما العولمة فهي عبارة عن مسار يعمل على نشر أو تعميم حدث، أو ظاهرة على مستوى العالم متجاوزاً المستوى المحلي، ألوني وحتى القاري ليشمل جميع العالم، وقد يكون الأمر

ثانويًا مثل نشر صابون جديد، أو مهمًا كالاتصال عبر الأقمار الصناعية، أو حيويًا كاللقحات أو الأمصال، أو قاتلاً كالمخاطر النووية. كما أنها عبارة عن تفاعل متزايد للأحداث الظواهر في فضاء عالمي متشابك باستمرار، مثل القطاع المالي الذي يؤثر على المجتمع، والذي يؤثر بدوره على السياسة التي يمكن بدورها أن تؤثر عبر القطاع المالي من جديد، ويمكن أن تغذي أعمال عنف.

مفهوم تعارف الحضارات:

كان للمسلمين تجربتهم في بناء الحضارة والعمران الإنساني، وتكونت لهم معرفة وخبرة في هذا الشأن، وأن الإسلام في نظر برنارد لويس أول من سعى إلى العالمية، فالحضارة القديمة للبحر المتوسط والشرق الأوسط وأوروبا والهند والصين، كانت محلية، وإقليمية في أحسن حال كما يقول لويس الذي اعتبر أن (المسيحية والإسلام على السواء انفتحا في إيجاد حضارة متعددة الأعراق، ومتعددة الثقافات، وإلى حد ما متعددة القارات. فقد امتدت الحضارة الإسلامية إلى أبعد بكثير من أقصى حدود وصلتها الثقافتان الرومانية والهيلينية، وقدرت بذلك على افتراض عناصر مميزة من حضارات أكثر بعداً في آسيا ثم تبنيها وإدماجها" (لويس، 1997: 37).

لهذا يفترض أن يكون للتصور الإسلامية رؤية أو مفهوم يحدد شكل العلاقات مع الأمم والمجتمعات والحضارات الأخرى، والمفهوم الذي نتوصل إليه في هذا المجال، وتزداد ثقة به، وبقيمته المعرفية والأخلاقية والإنسانية هو مفهوم (التعارف)، ومنشأ هذا المفهوم القرآن الكريم الذي خاطب الناس كافة، وجاء رحمة للعالمين، وكشفت عنه آية التعارف في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا

خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا) [الحجرات: 13].

وهذه الآية تحديداً من أكثر آيات القرآن الكريم التي تكرر ذكرها والحديث عنها، والالتفات إليها في الكتابات العربية والإسلامية، منذ أن تجدد الحديث حول حوار الحضارات، الأمر الذي يجعلها ذات علاقة بهذا الشأن.

وقد استشهد بهذه الآية الدكتور حسين مؤنس في كتابه (الحضارة) الذي تحدث فيه عن أصول الحضارة وعوامل قيامها وتطورها، وذلك في سياق حديثه عن علاقة الحضارة بالأجناس، وما توصل إليها المؤرخون الغربيون بعدم حصر القدرة على بناء الحضارة بأجناس معينة، وأن الحضارات إنما قامت بمشاركة أجناس متعددة.

ويعقب الدكتور مؤنس على هذا الرأي بقوله "لقد خرج المؤرخون الغربيون بهذه النتيجة بعد جهد وعناء، في حين أننا معاصر المسلمين والمتكلمين بالعربية، نفتح القرآن الكريم فنجد أنه أجمل ذلك كله في آية واحدة من آياته، وهي الآية الثالثة عشر من سورة الحجرات" (مؤنس، مرجع سابق، 50).

والملاحظ أن حضور هذه الآية والاستشهاد بها، والالتفات إليها في الأدبيات العربية والإسلامية يكاد ينحصر في نطاق التذكير بها، أو مجرد الإشارة إليها، من دون التعمق في استجلاء دلالتها، أو استكشاف مكوناتها، أو إمكانية ابتكار مفهوم منها، يكون أصيلاً ومحكماً بشرائطه العلمية، وقواعده الاصطلاحية.

والتأمل الفاحص لهذه الآية، يكشف لنا عن حقائق كلية ذات أبعاد إنسانية عامة، نتوصل منها لمفهوم نصطلح عليه بتعارف الحضارات، والتعارف هو المفهوم الذي حاولت هذه الآية تحديده وتأكيدَه وإبرازه والنص عليه، من خلال سياق خطاب يؤكد على قيمته الجوهرية، لأن يكون مفهوماً سياسياً، وذلك بالاستناد على الحقائق التالية (الميلاد، مرجع سابق، 18):

1/ إن القرآن الكريم خطاب إلى الناس كافة، من غير أن يتحيز إلى أمة بعينها، ولا أن يفضل أمة على أمة أخرى بسبب القوم أو العرق أو اللغة أو اللسان أو غيره، كما أن هذا الخطاب لم يأت للناس في زمن آخر، ولا لمكان دون مكان آخر.

2/ وحدة الأصل الإنساني (إنا خلقناكم من ذكر وأنثى) وإن الإنسانية بكل تنوعاتها العرقية والقومية، واللسانية واللغوي، الدينية والمذهبية، وبكل مستوياتها في المعايير الاجتماعية والعلمية والاقتصادية إنما ترجع إل أصل واحد. والقرآن الكريم لا يريد أن يقدم هذا اكتشافاً، وإنما يريد أن تعي الإنسانية هذه الحقيقة وتحكمها كمبدأ في نظرة كل إنسان إلى إنسان آخر، ونظر كل أمة إلى أمة أخرى.

3/ إن القرآن الكريم يريد للناس أن ينظروا لأنفسهم على أنهم أسرة إنسانية واحدة على هذه الأرض، مهما اختلفوا في اللون واللسان، ومهما تباعدوا في الأوطان، مع كل ما بينهم من فوارق واختلافات، إلا أنه ينبغي أن يتعاملوا فيما بينهم بمنطق الأسرة الواحدة التي ترجع في أصلها الإنساني إلى (إنا خلقناكم من ذكر وأنثى)، وأن يكون هذا سعيهم نحو بناء العالم على أساس الأسرة الواحدة. هذا المنطق القرآني الرفيع لا يصح النظر له على أنه مثالية أو سحر بياني، بل هو من عليم خبير، لا يعلو على عمله أحد، وهو الخبير الذي يدرك بواطن الأمور.

4/ أن يتعامل العالم على خلفية الأسرة الإنسانية المشتركة أو الواحدة، فهذا يعني إزالة كل الأحقاد والعصبية والعنصريات والكراهية بين الناس. والظواهر التي تقف وراء كل ما يصيب العالم من نزاعات وصراعات وحروب مدمرة، كما أن هذه الخلفية تمثل أعرق المكونات الروحية والأخلاقية في الروابط بين الأمم والشعوب والحضارات.

5/ التنوع والتعدد الإنساني حقيقة موضوعية يؤكدّها القرآن الكريم (وجعلناكم شعوباً وقبائل) لأن الله سبحانه وتعالى بسط الأرض بهذه المساحة الواسعة لينتشر الناس فيها، ويعمروها ويستفيدوا من خيراتها، وقد ارتضى الناس لأنفسهم هذا الانتشار بين ربوع الأرض، بين من يعيش تحت قسوة البرد القارس والمتجمد كالشعوب التي توطنت بين القطبين الشمالي والجنوبي، وبين من يعيش تحت قسوة الحر الشديد، كالشعوب التي توطنت تحت خط الاستواء في أفريقيا، وقد تعددت وتنوعت الثروات بين الشعوب حسب إمكانات الأرض وقدراتهم على الاستفادة منها.

6/ إن القرآن الكريم ربط بين وحدة الأصل الإنساني، وبين التنوع الإنساني، الربط الذي يفهم منه أن وحدة الأصل الإنساني لا تعني إلغاء التنوع بين الناس وأن يعيشوا شعوباً وقبائل، وأن التنوع والانقسام في العيش إلى شعوب وقبائل، لا يعني إلغاء وحدة الأصل الإنساني، أو أن البشرية لا يعينها هذا الأصل وأنها ترفعت عنه وتجاوزته، أو أنه كان يعبر عن مرحلة تخطته البشرية حينما تجاوزت عهودها البدائية. ومن بلاغة القرآن الكريم تقديم وحدة الأصل على قاعدة التنوع، لكي يكون التنوع متفرعاً عن الأصل.

فتنوع الناس إلى شعوب وقبائل، وتكاثرهم وتوزعهم في أرجاء الأرض، لا يعني أن يتفرقوا، وتنقطع بهم السبل، ويعيش كل شعب وأمة وحضارة في عزلة وانقطاع. كما لا يعني هذا التنوع أن يتصادم الناس ويتنازعوا فيما بينهم من أجل الثروة والقوة والسيادة، وإنما (ليتعرفوا).

ولا يكفي أن يدرك الناس أنهم من أصل إنساني واحد فلا يحتاجون إلى التعارف، أو أن يتوزعوا إلى شعوب وقبائل ويتفرقوا في الأرض فلا يحتاجون إلى التعارف.

ولأن التعارف بين شعوب وقبائل أي بين مجتمعات وجماعات، لذلك جاز لنا استعماله في مجال الحضارات الاستعمال الذي نتوصل به إلى مفهوم واصطلاح (تعارف الحضارات) (مؤنس، مرجع سابق، 18-19).

تعارف الحضارات والبناء المعرفي:

إذا أردنا أن نقرب مفهوم التعارف إلى بعض حقول المعرفة الإنسانية، فإن هذا المفهوم يشترك في نسق معرفي متقارب أو متجاوز مع مفهوم التواصل الذي عرف به المفكر الألماني المعاصر والبارز يورغن هابرماس، والذي حوله إلى فلسفة أطلق عليها تسمية (التفاعلية التواصلية)، وحي أكثر أفكار هابرماس شهرة واهتماماً، حيث أختبرها وتوصل إليها بعد دراسة نقدية لكبريات النصوص الفلسفية باتجاهاتها المختلفة في منظومة الفكر الأوربي، من فلاسفة الأنوار إلى فلاسفة ما بعد الحداثة المعاصرين، وذلك في أشهر مؤلفاتها، ولعل الأكثر شهرة في حقله أيضاً، وهو كتاب (القول الفلسفي للحداثة).

وفاعلية التواصل في رؤية هابرماس تعني تجاوز ما يصطلح عليه بفلسفة الذات، والعمل على الوصول إلى فلسفة الآخر. وهذا ما تسعى إليه مقولة التعارف أيضاً، التي تتجاوز الذات أو فلسفة الذات إلى بناء المعرفة والتعارف والوصول إلى الآخر.

والفارق الرئيسي بين المفهومين أن مفهوم التواصل عند هابرماس يرتبط بحقل المعرفة أو هكذا حاول ربطه، فتحددت علاقته بالعقل. أما مفهوم التعارف فيرتبط بحق الاجتماع، فتحددت علاقته بالمجتمع والجماعة والناس.

أما وجه الصعوبة المعرفية التي تواجهنا في هذا الشأن، فهي القدرة على إكتساب الثقة العلمية لمثل هذه المقولات والمفاهيم، والقدرة على بناء القاعدة المعرفية المتماسكة لهذه المفاهيم. خصوصاً وأن المجال العربي في علم الحضارة وتاريخ الحضارات لم يشهد ازدهاراً وتقدماً، وليس معروفاً في الكتابات العربية تميزها في هذا الحقل، فهي أقرب إلى محاكاة الكتابات الغربية، والتزود بالمعرفة منها، واتباع منهجياتها ومحاولة تقليدها أو الاعتماد عليها. لهذا فإن المفاهيم والنظريات التي تأتي من العالم العربي تواجه تحديات صعبة في انتزاع الاعتبار العلمي، والجدارة العلمية ليس من الغرب فحسب، وإنما من داخل العالم العربي أيضاً.

يضاف إلى ذلك الصعوبات المتعلقة بعملية الإنماء المعرفي لهذه المفاهيم والنظريات ذات المنشأ العربي، وإمكانية دمجها في التراكمات المعرفية، وإحاطتها بالخبرات والتجارب الآثرية والتاريخية والحضارية، هذا من جهة ومن جهة أخرى، مستويات الاهتمام بتناولها بالدراسة والتحليل والفحص والنقد، لغرض إنمائها وتطويرها وإنضاجها. ومن جهة ثالثة المشاركة بتعميمها وإفادت النظر إليها والدفاع عنها.

وهذا ما يفسر عدم قدرة العالم العربي على ابتكار الأفكار والنظريات وإدماجها في المعارف الإنسانية، وفتح النقاش حولها على نطاق عالمي واسع. كما يفسر غياب التضامن والإحساس بالمشاركة بين الباحثين والكتاب في العالم العربي (الميلاد، مرجع سابق، 19-20).

نجد من ذلك أن مقولة تعارف الحضارات، لا تعني مجرد الاعتراف بتعدد الحضارات وتنوعها، وإنما تستند على ضرورة بناء وتقديم الحضارات في العالم، وتأسيس الشراكة الحضارية فيما بينها، وتبادل المعرفة والخبرة، فالعالم ليس بحاجة إلى حضارة واحدة، وإنما إلى استنهاض الحضارات كافة.

لذا، فإن مفهوم تعارف الحضارات أكثر ضبطاً وصواباً من مفهوم حوار الحضارات، وأوضح تعبيراً عن الرؤية الإسلامية في هذا الشأن، وأن التعارف هو الذي يؤسس للحوار وينهض به، وما تحتاج إليه الحضارات في عالم اليوم هو التعارف الذي يرفع الجهل بصورة كافة، الجهل المسبب للصدام بين الحضارات، في المقابل أن التعارف هو الذي حافظ على تعاقد الحضارات في التاريخ الإنساني.

الحضارات بين مقولتي التعارف والتحالف:

شهد العالم مؤخراً جدلاً واسعاً حول مقولة صراع الحضارات التي تدعمت بالأحداث التي عرفتتها الولايات المتحدة الأمريكية، غير أن هناك من الفكرين من حاول تفنيد هذه المقولة ومن بين هؤلاء المفكرين نجد من تطرق للمفهوم الإسلامي تعارف الحضارات، غير أ، الغرب رأي في تحالف الحضارات منطلقاً جديداً في العلاقات بين الشرق والغرب من خلال مدخل المصالح وفيما يلي تفصيلاً حول المقولتين:

1/ تعارف الحضارات مدخل إسلامي:

تعتبر مقولة تعارف الحضارات أطروحة أطلقها المفكر الإسلامي زكي الميلاد كما بينا في مقدمة هذا الفصل، حيث اعتبرها كروية مغايرة للنظرتين السابقتين، وقد استوحاها من القرآن الكريم، فبدأ التعريف بهذه النظرية في سنة 1997م، حيث يرى أن هذه الأطروحات الثلاث صراع الحضارات، حوار الحضارات، وتعارف الحضارات، إنما تتعدد وتختلف بحسب اختلاف أنساقها المعرفية وتعددتها، فكل واحدة منها لها طبيعتها النسقية المتميزة بها، والمكونة لعناصرها ومكوناتها الذاتية وملامحها الكلية (الميلاد وآخرون، 2000: 208). وبانطلاقه من قول تعالى: (إِنَّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ

وَأَنْتَی وَجْهٌ لِّكُلِّ نَبَّاتٍ وَفَبَإِذٍ لَّتَعْرِفُوهُنَّ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ([الحجرات:

[13]. رأي أن الله تعالى اختار التعارف في تحديد النمط العام لعلاقات الناس كافة منهما تعدت وتنوعت أعراقهم وسلالاتهم، لغاتهم وألسنتهم، دياناتهم ومذاهبهم، تاريخهم وجغرافيتهم، فالخطاب هو للناس جميعاً دون استثناء، بل هو موجه للشعوب والقبائل باعتبارهم، وليس للأفراد ومن هنا حاز تطبيقها على الحضارات.

إن نظرية تعارف الحضارات هي أكثر من كونها مرحلة وسطية أو انتقالية حيث أن التعارف هو الذي يؤسس لأشكال الحوار ومستوياته ودرجاته، وإلى أشكال أخرى من العلاقات أيضاً، كالتعاون، التحالف، التبادل، الاندماج والتكامل، وغير ذلك من صور العلاقات وأشكالها وأنماطها، فبقدر ما يتطور التعارف بقدر ما تتطور تلك الأنماط من العلاقات، وهذا مؤداه أن التعارف يسبق الحوار ويؤسس لأرضيته ومناحه، كما يشكل بواعثه وحوافزه، ويطور له أنماطه، وبدقة أكثر فإن التعارف هو القاعدة وليس الحوار، ذلك أنه يملك فاعلية تجنب الصدام بين الحضارات (المرجع السابق، 213).

كما أن التعارف له من الفاعلية ما بإمكانه أن يجنب الحضارات مصير الصدام، لأن الناس كما قال الإمام علي كرم الله وجهه "أعداء ما جهلوا"، وفي هذا المجال تظهر التجربة الإسلامية في التاريخ الإسلامي الوسيط، ففي جهة الغرب استطاع المسلمون في فترة قصيرة بعد فتحهم لإسبانيا، أن يحولوها إلى مركز إشعاع فكري، غاب فيه التعصب الديني رغم تعدد الديانات (دوزي، 1963: 5). أما في الجزء الغربي من العالم الإسلامي أدى اجتياح المغول للعراق إلى تدمير الحضارة. كونهم هم أنفسهم يفتقرون إلى البعد الحضاري، لذلك لم تدم دولتهم رغم قوتها، بل والأكثر من ذلك فعوض التعرف على المنجزات العلمية للحضارة الإسلامية قام المغول والتتار بتدمير وحرق كل ما يمت

للحضارة والعلم بصلة من خلال ممارسة أعلى درجات الهمجية في التخريب (أبن نبي، 2006: 97). غير أنهم بعد مرور زمن من التواجد بين المسلمين انتهوا إلى اعتناق الإسلام، كما كان للتحول الأوربي الذي حصل بعد الحروب الصليبية الذي قادتهم إلى قناعة جديدة، هي ضرورة التعرف على الحضارة الإسلامية وعلى الشرق عموماً، دوراً في اكتشاف الحضارة الإسلامية والتعرف عليها، وذلك من خلال الأبحاث التي قام بها المستشرقون، غير أن نظرة الغرب جاءت متأثرة بدوافع وخلفيات ومصالح استعمارية ولمبريالية، وهذا يعني أن التعارف لم يكن أخلاقياً، إنما كان وظيفياً ولخدمة مصالح استعمارية (الميلاد، مرجع سابق، 2013-2014).

إن التعارف الذي يشترطه العصر وتستوجبه التطورات الراهنة هو الهادف للحفاظ على إنسانية الإنسان وكرامته، بإعلام القيم الإنسانية وتعميمها على جميع البشر دون استثناء، انطلاقاً من أرضية الرسالة الإسلامية السامية، وواجب التبليغ والتعاشيش ضمن منظومة عالمية، وفق مبدأ لكم دينكم ولي دين.

لقد كان لحيوية الحضارة الإسلامية وقوتها الذاتية الدافعة لها إلى التطور والتقدم والإبداع، الأثر القوي في نقل روح المدنية إلى العالم الغربي، بقوة دفع التفاعل الحضاري، وهو الأمر الذي يعترف به ويشهد له معظم الكتاب والمؤرخين والمفكرين الأوروبيين الذي برئوا من الهوى والغرض، وكتبوا بإنصاف عن خاصية التفاعل الحضاري في الحضارة الإسلامية. فكريستوفر دوسن، يهذب في كتابه "تكوين أوربا"، إلى أن الحضارة الإسلامية احتفظت بمركز الصدارة منذ أوائل العصور الوسطى فصاعداً، لا في الشرق فحسب، بل كذلك في غرب أوربا، إذ نمت الحضارة الغربية في ظلال الحضارة الإسلامية التي هي أكثر منها رقياً وقتذاك، وكانت الحضارة الإسلامية العربية .. لا البيزنطية .. هي

التي ساعدت العالم المسيحي في العصور الوسطى على استرداد نصيبه من التراث اليوناني العلمي والفلسفي (دوسن، 1967: 202-203).

حيث إن قاعدة التسامح التي يقوم عليها الإسلام، فتحت أمام الأمة الإسلامية السبيل إلى الاحتكام الواسع للأمم والشعوب، وشجعت الحضارة الإسلامية على التفاعل مع الثقافات والحضارات جميعاً . ونعني بالتسامح الديني أن تكون لكل طائفة في المجتمع الإسلامي، الحرية في تأدية شعائر دينها، وأن يكون الجميع أمام قوانين الدولة الإسلامية سواء، وإذا نظرنا إلى الإسلام من حيث مبادئه وتعاليمه الأصلية، نجد أنه هو أرقى الأديان في تحقيق مبدأ التسامح الذي هو القاعد الأولى للتفاعل والتعارض الحضاري (أمين، 1952: 180-181).

2/ تحالف الحضارات مدخل غربي:

أما عن مقولة تحالف الحضارات فقد صدر هذا المصطلح في إسبانيا من طرف الرئيس التركي أردوغان والحكومة الأسبانية برئاسة سانشو سنة 2005م، حيث أعلنت الأمم المتحدة تبنيها للمبادرة، التي تلقت تأييد الدول الأعضاء في الأمم المتحدة بالإجماع، وتقوم هذه المبادرة على محاولة استيعاب التعددية التي تتسم بها العولمة مع انتشار ثورة الاتصالات بين مختلف الثقافات والحضارات بصورة متزايدة يوماً بعد يوم، لتلعب الأمم المتحدة دوراً أكبر في التقريب بين الشعوب، ومن أجل محاولة تصحيح الفهم السلبي المتبادل، القائم بين العالم الغربي والعالم العربي - الإسلامي، وهو المناخ الذي استغله وزاده سوءاً المتطرفون في كل المجتمعات، ويقوم التحالف على تكوين خطوط عمل مشتركة على أكثر من مستوى يعززها العمل السياسي المشترك، الهادف إلى التقريب ما بين الأطراف على المستويات: الاقتصادي، الاجتماعي، الديني والثقافي، على أن يكون للعمل السياسي

الدور الأساس في عملية التنفيذ، وجمعهم في إطار مشترك، فالمراد من التحالف، كمهمة متقاسمة قيام كل الحضارات بالمشاركة في هذه المهمة على قدم المساواة، والمختلف في هذه المبادرة أن انطلاقها تأتي من إدراك اعتبارات كانت غالباً تأتي ضمن اهتمامات المنظمات غير الحكومية، ولا تدخل في سياق الاعتراف الرسمي، ويرمي التحالف إلى إدراك الوضع العالمي المتأزم بين الشرق والغرب، خاصة من خلال إدراك زيادة سوء الوضع الاقتصادي والسياسي غير العادل بكل وضوح، مع التركيز على:

- الوضع الاقتصادي والسياسي للفلسطينيين، المؤثر في كل قضية الشرق الأوسط غير العادلة.
- قلة التفاهم المتبادل.
- إدراك المساهمة الحضارية للتاريخ الإسلامي في الحضارة الإنسانية.
- دور الاستعمار والإمبريالية في الضعف الاقتصادي والسياسي المتنامي لهذه المنطقة وصلة ذلك بالتطرف.

وبناء على ذلك وضع التحالف لنفسه خطوط عمل مشتركة من أجل تعزيز التفاهم بين الحضارات، ومقاومة عناصر عدم التسامح، وتنمية فكرة أن الأمن لا يتجزأ وأنه لا غنى عن التعاون العالمي للأمن والاستقرار والتنمية، وقد تم إعداد التوصيات تتسم بالطابع العملي الواضح، والتي من الممكن أن تتبناها الحكومات والمنظمات الدولية والمجتمع المدني في مجموعها، وقد كان أول منتدى لتطبيق مبادرة تحالف الحضارات قد عقد في بداية عام 2008م بين 15 و 16 جانفي بمدريد (الفاشي، 2008، انترنت). وقد تحدد أكثر ليدل على ضرورة التقابل بين الحضارة الإسلامية والحضارة الغربية نحو التحالف (القباح، 2006: 17). فهو مصطلح سياسي ناتج عن طرف سياسي شديد الاحتقان،

وعن توتر يهدد بالدمار الشامل، إلا أن معالجته يجب أن تكون حضارية، أي أن العمل يتم في مكان محايد، تتصارع فيه الأفكار دون إدعاء أي طرف بأنه يستولى على الحق والحقيقة أو قادر على تزويرها. ولا يخفى أن التقاطب بين الغرب والحضارة الإسلامية هو القاسم المشترك بين الأطروحات الحضارية، لا لأن العالم الإسلامي يوجد على الحدود المقابلة للغرب، أو لأن له أهمية اقتصادية وإستراتيجية وتعبوية هائلة، ولكن أيضاً لأن هناك قواسم مشتركة كثيرة مع الغرب نفسه، فمفهوم التحالف جاء في خضم الأحداث التاريخية بعد أن أعلنت الأمم المتحدة سنة 2001م سنة للحوار بين الحضارات وقعت هجمات 11 سبتمبر، لكن تبرهن على أن صراع الحضارات قد بدأ فعلاً، ويبدو أن من سخریات التاريخ كذلك، أنه بعد الإعلان عن تحالف الحضارات اندلعت حرب الكاريكاتور والمظاهرات المضادة لها، ومع ذلك فإن ابتكار مفهوم التحالف الحضاري اقتضاه الوقوف على ظاهرة التلاعب بالقيم، على رأسها الحقيقة والأخلاق واحترام حقوق الإنسان، فالقاعدة الأساسية لتحالف الحضارات هي العودة إلى قيم الحقيقة والعدالة والمساواة بين الشعوب والحضارات مهما صغرت قيمتها (المرجع السابق، 19).

إن الكلام عن تحالف الحضارات يجري من الجانب المتقدم والظاهر من الحضارة والذي تتحكم فيه السياسية، والسياسة كما هو معلوم تعمل بميزان القوى، فالقوي هو من يفرض شروطه وأسلوبه، وتصوره للمسائل المطروحة، فالحضارة الإسلامية تعاني ضعفاً شديداً، له عدة أعراض وأبرزها في المجال السياسي: غياب الديمقراطية، وعليه فهناك انعدام لحقوق الإنسان، رافقه انقلاب في سلم القيم، فالفكر الإسلامي لم يعد يقدم أي جديد تقريباً، ومع ذلك تعد السياسة في أحد جوانبها - خاصة في هذه الحالة - هي مراعاة الحساسيات، والحساسيات عندما لا يعبأ بها الآخر تتفاقم وتصبح

قوة مدمرة، وذات ثقل في الميزان، ومن هنا تتجلى أهمية ميزان القوى. إذ لابد من مراعاة مطالب الشعوب لمنتمية إلى الحضارة الإسلامية، مع الأخذ بعين الاعتبار حقوقها التي سرقت في عدة بقاع منها، بداية من بيت المقدس نهاية إلى العراق، ورموزها التي سلبت خاصة المسجد الأقصى، حينئذ بمقدور العالم الإسلامي أن يتفاهم على القيم التي يمكن التحالف من أجلها، بين الحضارتين العربية والإسلامية، غير أن هذه المطالبة في حد ذاتها تشكل تحدياً للعالم الإسلامي، الذي يعد بعيداً عن السقف الحضاري العالمي، فلا بد من تضافر الجهود لإنقاذ الفجوة الواقع بين الحضارتين، كي تتوفر رؤية موحدة للعالم، فالمطلب الرئيسي في هذا المقام هو الإنصاف بداية بالنفس نهاية للآخر، كي يتحقق التفاعل الحضاري، الذي يعد المفهوم الأصل للحضارات، كما ذهب إليه بعض المفكرين معتمدين في ذلك على العقل والتعقل، ويتحقق مؤسسياً بقرار تقدم عليه النخب السياسية التي تتولى تدبير الدولة بهدف البناء والتشييد، ومن مميزات فعل التعقل أنه فعل مجاوز تطويري، على عكس مجارة الانتماء الإيديولوجي أو العقدي الذي هو تكريس للماضي، والتزام بتراث وسلوكات السلف مما يجولون انبثاق الرؤية الاستشرافية، والنزوع التطويري للانتقال من حالة الثبات إلى حالة الحراك الحضاري (المرجع السابق، 21-30).

تعارف الحضارات اتجاه نحو تجديد البناء الحضاري الإنساني:

إن تجديد البناء الحضاري للعالم أجمع، بالتواصل الحضاري، وبالتحالف بين الحضارات، لا بالحوار فقط، وبالتعاون المنمّر بين الأمم والشعوب، على هدى تعاليم الديانات السماوية والمبادئ الإنسانية، وفي إطار ميثاق الأمم المتحد، هو المهمة الرئيسية لأولي العزم والحكمة وذوي الإرادات الخيرة والعقول النيرة من مختلف المشارب والاتجاهات، ومن جميع الحضارات والثقافات، لبناء مستقبل

آمن ومزدهر، لا تنتهك فيه كرامة الإنسان ولا تهدر حقوقه، ولا يطغى فيه القوي على الضعيف، إنما يحتكم فيه الجميع إلى القانون، وتسوده قيم التعايش والتسامح والمواطنة الإنسانية (التويجري، 2010: 12).

إن لتواصل الحضارات وتحالفها غايات نبيلة تستحق أن يضحى من أجلها العاملون بإخلاص من أجل الخير العام لبني البشر، تشمل احترام التنوع الثقافي والديني والعمل على استتباب الأمن والسلام، ومحاربة الفقر والأمراض الفتاكة والجريمة المنظمة والإرهاب بكل أشكاله، واستغلال الإنسان وحرمانه من حقوقه، وقهر إرادة الشعوب ومنعها من التمتع بحريتها واستقلالها، وتجارة المخدرات، والإتجار في الجنس، وإشاعة الكراهية والعنصرية والتفوق العرقي، وصنع أسلحة الدمار الشامل، وسوء استغلال الهندسة الوراثية باستخدامها في الأغراض المنافية للفطرة الإنسانية وللقيم الأخلاقية.

وهذه جميعها أهداف لا اختلاف عليها، وهي مما يهتم به المجتمع الدولي في هذه المرحلة. ولكن الفرق بين أن تكون الأهداف من صميم إستراتيجية التواصل الحضاري، وبين أن تترك للحكومات وللمنظمات الدولية من دون سند حضاري ودعم ثقافي، يكمن في أن السعي من أجل تحقيق هذه الأهداف في إطار تحالف الحضارات، يوفر فرصاً أكثر للنجاح، ويتيح إطاراً أوسع للتحرك في الاتجاهات التي تؤدي إلى تحقيقها (المرجع السابق، 16-17).

الخطاب العالمي في القرآن الكريم والعالمية:

كان الخطاب الديني الإلهي، ابتداءً من آدم إلى محمد، عليهما الصلاة والسلام، خطاباً حصرياً يقوم على الاصطفاء، ويتوجه إلى دوائر بشرية معينة، فبدأ الخطاب الإلهي الحضري الاصطفائي بآدم، ثم قوم نوح، ثم إبراهيم وإلى يعقوب والأسباط، ثم آل عمران من ذرية إبراهيم انتهاءً

بمحمد خاتم النبيين، عليهم جميعاً أفضل الصلاة والسلام، فكل الرسل الذي ذكروا في القرآن الكريم، وكذلك كل الرسائل توجهت بالخطاب الإلهي الحصري الاصطفائي بتسلسله من آدم إل نوح وإلى خلائق قوم نوح، ما ذكر منهم وما لم يذكر، وتستمر إلى إبراهيم وذريته من ظهر إسحاق وإسماعيل (العلواني، ب.ت: 20). ونجد مرد ذلك التسلسل في سورة الأنعام (من الآية رقم 83 إلى الآية رقم 90)، وقد أوضح القرآن الكريم في كثير من آياته هذا التسلسل الاصطفائي للدين، كذلك في سورة البقرة (من الآية رقم 124 إل الآية 141)، نجد الإشارة إلى المدار الإبراهيمي الأول الذي يشمل إبراهيم وإسماعيل وإسحاق ويعقوب والأسباط ويختتم هذا المدار بالآية (لَكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا كَسَبْتُمْ وَلَا تُسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ) [البقرة: 134]، ثم المدار الإبراهيمي الثاني حيث الانقسام بين اليهودية والنصرانية، ويتجلى ذلك في قوله تعالى: (وَقَالُوا كُونُوا هُودًا أَوْ نَصَارَى تَهْتَكُوا قُلْ بَلْ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ) [البقرة: 135]. ويختتم هذا المدار الإبراهيمي الثاني باستعادة الآية: (لَكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا كَسَبْتُمْ وَلَا تُسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ) [البقرة: 141]. ثم يتجه الخطاب الإلهي بعدها إل الأمة الوسط المتسعة للناس أجمعين، والمنطقة من الأرض المحرمة في مكة المكرمة، حيث قبلة البشرية كلها من خلال قوله تعالى: (وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا) [البقرة: 143]. وبمحمد عليه الصلاة والسلام، ختم الخطاب الإلهي الحصري الاصطفائي وبدأ الخطاب الإلهي العالمي للبشرية جمعاء، ويظهر ذلك في قوله تعالى: (قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا إِنِّي لَهُ مُلْكُ

السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَمَا مَنُومُوا بِاللَّهِ رَسُولًا إِلَيْهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ لَقِيَ يَوْمَهُمْ بِاللَّهِ وَكَذَلِكَ حَاتِرُهُ
وَاتَّبَعُوا وَهُدًى لَّعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ [الأعراف، 158].

إن ختام النبوة ليس مجرد توقيت زمني فحسب، وإن كان لهذا التوقيت تقديراته الإلهية،
فختامها يرتبط أيضاً بتقدير موضوعي حيث ينتهي لديها الخطاب الحصري الاصطفائي لينطلق
الخطاب العالمي، وهو خطاب يرتبط وينطلق من الأرض المحرمة في مكة المكرمة وليس الأرض
المقدسة، ويرتبط بالقرآن المحفوظ الذكر، وهذا ما حوته الآيات في قوله تعالى: ﴿لَمَّا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ
رَبَّ هَذِهِ الْبَلَدِ الَّذِي حَرَّمَهَا وَلَهُ كُلُّ شَيْءٍ وَأُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ * وَأَنْ أَتْلُو الْقُرْآنَ فَمَنِ
أَهْتَمَّى فَلَمْ يَلِ يَأْتِ بِهَا لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ قُلُوبُهُ لِمَا أَزَا مِنْ الْمُنِيرِينَ وَبَلِّغِ الْحَدِّ لِلَّهِ سِيرَ يَكُمُ آيَاتِهِ فَتَعَوُّفُوهَا
وَمَا رَبُّكَ بِغَافِلٍ عَمَّا تَعْمَلُونَ [النمل: 91-93]. فخلافاً لخطاب الاصطفائي والممتد رأسياً من وإلى
خاتم النبيين، يتخذ الخطاب العالمي امتداداً أفقياً حيث يبدأ بالتخصيص العربي كنهاية للاصطفاء
وافتحاً للعالمية في نفس الوقت، فمحمد عليه الصلاة والسلام، من نسل إسماعيل وكذلك قومه أي من
تشمل آية الاصطفاء السابق ذكرها، وبهم تفتتح عالمية الرسالة بذات الوقت، ولهذا توجه القرآن
بالمسؤولية عنها إلى العرب تحديداً في قوله تعالى: ﴿وَإِنَّهُ لَلْكَرْلَكَ وَلَقَوْلِكَ وَسَوْفَ تُسْأَلُونَ.....﴾
[الزخرف: 25-44]. ثم يمتد الخطاب الإلهي العالمي أفقياً إلى الأميين العرب، والأميين من غير
العرب، ويتجلى ذلك في قوله تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ
وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ * وَأَخْرَجَ مِنْهُمْ لَمَّا يَلْحَقُوا بِهِمْ وَهُوَ
الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ [الجمعة: 2-3]. والأميون هنا يقصد غير الكتابيين وليس غير الكاتبين، فالخطاب وجه

في بادئ الأمر إلى العرب ثم اتسعت الدائرة للشعوب الأمية غير الكتابية (حاج حمد، 2003: 53). حيث أطلق الله تعالى العالمية من بعد التدرج في آيات الظهور الكلي للدين الإسلامي على الدين كله، وذلك في سورة التوبة والفتح والصف، وقد ربط هذا الظهور الكلي بخلفيات المجاورة مع اليهود والنصارى من أهل الكتاب، ومن بعد رفض الشرك رفضاً نهائياً (المرجع السابق، 54)، ونجد ذلك في قوله تعالى: (هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَى وَبِالْبَيِّنَاتِ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ) [التوبة: 33].

إن الإنسان في الإسلام كائن مسؤول عن مصيره وعن أداء رسالة الله في العالم فهو حامل الأمانة في الكون والطبيعة انطلاقاً من الحقائق العلمية، فلمعرفة أي دين يجب التعرف على الإله في ذلك الدين، وعلى رسوله وكتبه، وطليعته، فالإسلام هو الدين الخاتم للبشرية جمعاء، والقرآن كتاب للإنسانية كلها، يحوي أحكاماً شاملة لكافة مجالات الحياة، خاصة تركية النفس وسمو الروح والأخلاق العالية للفرد (شريعتي، 1411هـ: 13-14)، وتعاليم محمد عليه الصلاة والسلام تعاليم لكل البشرية، لا فرق بين الناس في أي شكل من أشكال التمييز والفرقة.

إن المتمعن للقرآن الكريم يجد أن أول ما أنزل من خمس آيات من سورة العلق تشير إلى البعد الإنساني في الوحي مرتين في قوله تعالى: (اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ * الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ) [العلق: 1-5]. كما أن الصورة التي لا تصح الصلاة إلا بها وهي أم القرآن، والتي يكررها المسلمون مرات عديدة في اليوم واللييلة فيها هذا الإيحاء، وهو في قوله عز وجل: (الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ) [الفاتحة: 1]. وهي تربية على الحس العالمي بجميع أبعاده والتي تدل على عظمة الخالق المهيمن عز وجل، وغيرها من الآيات التي تدل

على أن النبي هو خاتم الأنبياء والرسل، مثل ما جاء في قوله تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ [الأنبياء: 106].

إن الإسلام تميز منذ انطلاقاته الأولى بصفة العالمية أو الكونية الأممية، ليس بتوجهه إلى الأمم والشعوب المختلفة فقط، بأخذه بفكرة تدرج المعرفة البشرية واستيعاب المرحلة اللاحقة، وبوحدة العقل البشري ووحدة العالم رغم وجود خصائص بين الشعوب والأجناس، فقد حقق الإسلام قفزة نوعية وتحولاً فكرياً جذرياً في جانب آخر من جوانب الفكر العربي والإنسان عامة، مستوعباً ما قبله مضيفاً إليه وذلك في ميدان التوحيد، فقد دفع الإسلام بفكرة الوحدة الإلهية والتنزيه الإلهي خطوات واسعة إلى الأمام، فجميع الأديان السابقة بما فيها اليهودية التي هي ديانة خاصة ومغلقة، والمسيحية وهي من الأديان القليلة المنفتحة والمشرعة الأبواب، تتأخر عن الإسلام كثيراً في مسألة التوحيد هذه (زيادة، 1990: 98).

فبإمكان أي قارئ للقرآن الكريم أن يقف على الكم الهائل من الآيات التي تخاطب المجموعة البشرية دون تمييز بين جنس وآخر، وبالرجوع إلى القرآن الكريم لا نجد كلمة عالم بالمفرد ولكن نجد الكلمة مشتقة من العالم وهي العالمين وغالباً ما تكون مضافة لكلمة قبلها كصفة تستغرق في المضاف كرب العالمين وقد تكررت فيه 61 مرة، كما تكررت كلمات تؤدي معنى العالمين كالإنسان مطلقاً 58 مرة، والناس 190 مرة، كما كررت كلمة قوم 382 مرة، وكلمة طائفة 21 مرة، وهذا يتعلق بخصوصية الجماعة التي وجه إليها الخطاب (حجاج، 2003: 60).

أما السنة النبوية الشريفة ففيها الكثير من هذه الاستعمالات ذات الدلالات الموحية بعناية الرسول الكريم بكل البشرية، خاصة حول أصل البشرية وعدم أفضلية حس على آخر إلا بالتقوى، وكما

جاء في الحديث النبوي الشريف: "كلكم لآدم وآدم من تراب"، كما يتجلى البعد الإنساني والعالمي في خطبة الوداع، ذلك أن هذا البعد لم يبق مجرد نصوص بل تجاوزه إلى الفعل التاريخي والتطبيق الميداني، فقد جسده المسلمون في حياتهم وفي مجالات أخرى مختلفة كالعلم والحكم والعمل وغيرها، حتى في حالة الحرب، فقد شمل هذا النظام العالمي دون تمييز (بلمهدي، 2004: 184).

وإذا كان الإسلام هو الدين الذي جاء به خاتم النبيين، والاسم الذي أطلقه المسلمون على عقيدتهم، والحق الذي نزل قرآنه بين العرب وبلغة العرب، فهو دعوة موجهة للإنسانية عامة، لا فرق بين عرب وعجم، وأمة وأخرى، وجنس وآخر (غريال وآخرون، ب.ت: 2012). وإذا تأملنا الإسلام من حيث الرقعة والانتشار نقر أنه دين عالمي أو كوكبي، رغم ما يدعيه البعض أنه دين جزئي أو إقليمي أحياناً، أو من أنه دين قارتي إفريقيا وآسيا أحياناً أخرى، إذ لا يوجد دولة اليوم لا يتمثل فيها الإسلام ولو ببعض عشرات من الآلاف كما يحدث الآن في البلدان الغربية، كما أن الجسم الحقيقي للإسلام – بيت الإسلام – يظل يشغل حيزاً جغرافياً هائلاً (حمدان، ب.ت: 14). لذلك يعد الإسلام أصلاً دعوة عالمية، وإن كان قد حدد تاريخياً بمنطقة جغرافية معينة (المرجع السابق، 142).

إن من أهم المرتكزات التي يستند إليها المشروع الحضاري الإسلامي هو اتخاذ القرآن الكريم والسنة الشريفة مرجعاً له، فمن الضروري للأمة العودة إلى التعامل مع الكتاب المطلق باعتباره مطلقاً، وللتفاعل مع عالمية الخطاب القرآني كمقدمة لتجاوز أزمته الفكرية من جهة، وتناقضاتها الطائفية من جهة أخرى، وكمدخل تأسيسي للمشروع الحضاري العالمي البديل، فالبعد التوحيدي أساس العالمية القائمة على توحيد المعبود، وتوحيد الوجهة والقصد في أمور وقضايا الاستخلاف والتعمير، وتوحيد التشريع وفلسفته، فهو من أهم عوامل وحدة الأمة وتماسكها، وقوة صفائها وبنائها، وقدرتها على

الاستيعاب والدمج والتجاوز بما تتيحه من حرية اعتقاد وتدين، وبما توفره من أمن وحماية للأقليات والمخالفين، وبما هي تكريم أصلاً للإنسان (شبار، 2007: 382). فبذلك كان الكيان الإسلامي أو كيان يتألف فيه الجميع ولا يكره فيه أحد على تغيير دينه، بالإضافة إلى تميز النسق الحضاري الإسلامي بعدم استعباد شعوب المناطق المفتوحة، فلا المدينة المنورة بناها العبيد المستقدمون من المستعمرات والمسخرون لبناء الهياكل، ولم تبني دمشق أو بغداد أو القاهرة بهذا الشكل، وحتى الزكاة كانت توزع في مناطق جبايتها، وللمؤلفة قلوبهم من غير المسلمين حظ فيها، في حين بنى العبيد صروح أثينا وروما، فالنسق الحضاري الإسلامي هو نقيض الهليني والروماني، إن أصحاب عقيدة التوحيد يملكون أن يقدموا للبشرية الشيء الذي تفقده جميع المناهج والمذاهب والنظم والأوضاع في الأرض كلها بلا استثناء، ومن ثم فإن التطورات الحاصلة تقتض أن يكون لهم دوراً جديداً، دوراً عالمياً إنسانياً كبيراً، ودوراً قيادياً أصيلاً في تيارات العالمية الإنسانية، دوراً يمنحهم سبباً وجيهاً للوجود العالمي وللقيادة العالمية الإنسانية (قطب، 1992: 200). فالتحدي عالمياً وسبيل الخروج منه لا يكون إلا عالمياً (العلواني، ب.ت: 219). فمن هنا يبدو جلياً أن الغالبية ضرورة إنسانية من أجل التبادل والتواصل الحضاري، ومن أجل التراكم والتطور المعرفي والعلمي، وهي التي تحقق التلاحق الفكري الذي يولد الحركة الفكرية الثقافية، ويعزز دورتها بشكل سليم (السحمراني، 2000: 18).

ولكي يكون المشروع مؤثراً، ولكي يصفى تماماً بقايا الاستعمار، فإن الأمر يقتضي ألا يكون في نطاق بلد، بل في نطاق العالم، حيث يجب أن يظهر ضميره جزء من الإنسانية سمته ثقافة الإمبراطورية (أبن نبي، 2012: 52)، التي تجذرت بعد بروز ظاهرة العولمة فأصبح العالم قسماً

شمالي يقوده الرجل الأبيض السيد المتعالي المتحكم في العالم بأسره، وقسم جنوبي يعيش فيه المسود الذي تستحكم فيه عقدة التخلف والتبعية والخضوع للسيد.

التعارف بين الحضارات قوة الإسلام الحضارية:

ظهر الإسلام في القرن السابع كقوة حضارية روحية وإمبراطورية عازلة بين أوروبا وأفريقيا، وما تلى ذلك من أحداث امتدت فصولها عبر قرون بدأت بفتح الشام وباقتطاع جنوب المتوسط عن الإمبراطورية الرومانية والاستيلاء على الأندلس وفتح القسطنطينية، جعلت غاية الإسلام من هذا التواصل البحث عن نقاط الالتقاء عن طريق المنطق والعقل (أحمد، 2012: 35) ، والفهم للوصول إلى أرضية مشتركة تعتمد على المصالح المتبادلة. أما الغاية الأخرى فهي المتقافة والتلاحق الفكري الذي يسح بالتأثير والتأثر وليحل التسامح محل نظرة الاستعلاء لدى قطاع كبير من قادة الفكر في الغرب، وهي نظرة تتلخص في إقصاء الآخر.

إن الإيحاءات بحتمية الصدام نتيجة تنوع الحضارات إنما هو دليل على فشل إحدى الحضارات في أن تدرك أهمية الاعتراف بحق التنوع، وهو الحق الذي سوف يكون أساساً للحوار ووسيلة للتعارف، إننا نريد من الغرب أن يتخلص من عقد الخوف القديمة الموروثة من الحروب التي سماها الغرب (صليبية)، وسماها مؤرخونا (حروب الفرنجة)، فنحن أبناء اليوم لا بقايا الأمس، ونريد من الغرب أن يتحرر من نظرة الاستعلاء التي ينظر بها نظرة السيد إلى عبده (عجيب، 2016: 12). إن الإسلام هو دين الحوار والاعتراف بالآخر، وهو شريعة تطوير القواسم المشتركة بين الإنسان وأخيه الإنسان يشرح أخلاق الإنسان ومكارمه (كولن، 2011: 2) ، ولا يدخل عقلاً إلا أشبعه بالقيم العالية والمبادئ السامية والفكر السديد.

نخلص في هذا المبحث والإطار النظري ككل أن فكرة تعارف الحضارات مستمدة أصولها من الفضاء المعرفي الإسلامي والمحددة في مجالات العلاقات بين الحضارات. حيث أن مفهوم التعارف بني الحضارات قد تجاوز بناء المفهوم، ودخل حيز التداول، وبات معروفاً في الدراسات الحضارية. حيث أن المفهوم يختلف بصورة واضحة عن حوار الحضارات، وله القدرة على معالجة أزمة الحداثة وبؤس التناقض الذي تعاني منه الحضارة الغربية، كما يساعد على توسيع دائرة الفهم لعالم الحضارات، والسعي لاكتشاف آفاق جديدة تساهم في تجديد العلاقات بين الحضارات، وتقوية أواصر التواصل بينها، والتأكيد على ضرورة بناء العلاقات على أسس معرفية مشتركة، ومد جسور التعارف، وإزالة الصورة النمطية عند كل طرف، والتخلص من الرواسب الفكرية المتراكمة عبر التاريخ لخلق جو إيجابي فعال مبني على الاحترام المتبادل والتجاوز البناء لتأسيس حضارة إنسانية جامعة.

الفصل الرابع

الجانب الميداني من الدراسة

أولاً : الإجراءات المنهجية للدراسة:

يتضمن هذا الجانب الطريقة والإجراءات التي استخدمت لتحقيق أهداف الدراسة من تحديد لمنهجية الدراسة، ومجتمعها، وعينتها وأداتها من حيث الصدق والثبات وإجراءات الدراسة وأخيراً المعالجة الإحصائية.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من عدة مجتمعات حيث شمل الكليات الجامعية ذات الصلة بالإعلام، والمؤسسات الإعلامية، والمراكز البحثية ذات الصلة بالإعلام، والمؤسسات الفكرية والثقافية. ونسبة لتعدد وتنوع مجتمع الدراسة، أصبح من الصعوبة حصره كأفراد، كذلك تم توزيع بعض الاستثمارات على السودانيين العاملين في الخارج المشاركين في مؤتمرات في الداخل حيث استفاد من بعض المؤتمرات التي عقدت في السودان ذات الصلة بموضوع الدراسة- من أهم هذه المؤتمرات مؤتمر العلماء والخبراء السودانيين بالخارج، الذي عقد في الخرطوم بأكاديمية الأمن بسوبا غرب، في الفترة 25-27 فبراير 2017م، وكذلك تم تنفيذ رحلة علمية إلى دولة قطر للاستفادة من تجربة قناة الجزيرة في هذا المجال وقد قام بتوزيع استمارات لبعض الخبراء والمختصين في مجال الإعلام بالقناة. والتقت ببعض خبراء الإعلام العاملين في القناة. وقامت بإجراء (14) مقابلة معهم (أنظر الملحق رقم "4"، ص409-462).

يمكن القول أن مجتمع الدراسة شمل العاملين في كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية والمراكز البحثية والمؤسسات الفكرية والثقافية كعينة عمدية.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة عمدية في إطار عشوائي ممثلة في خمس طبقات

كالتالي:

- 1- الطبقة الأولى: المؤسسات الجامعية، وقد تم توزيع 20 استبانة عليها.
- 2- الطبقة الثانية: المؤسسات الإعلامية، وقد تم توزيع 20 استبانة عليها.
- 3- الطبقة الثالثة: المراكز البحثية، وقد تم توزيع 20 استبانة عليها.
- 4- الطبقة الرابعة: المؤسسات الفكرية الثقافية، وقد تم توزيع 20 استبانة عليها.
- 5- الطبقة الخامسة: خبراء ذا صلة بموضوع الدراسة يعملون في مؤسسات أخرى، وقد تم توزيع 20 استبانة عليها.

وبالتالي قامت الباحثة بتوزيع (100) استبانة بطريقة عشوائية على عينة الدراسة العمدية، وبلغ عدد الاستبانات المعادة (74) بما يشكل (74%) من الاستبانات التي تم توزيعها، وتم استبعاد عدد (5) استمارات لعدم اكتمال البيانات الأساسية في الإجابة عن الفقرات، وبذلك يصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (69) استبانة.

وبعد إكمال الباحثة لتوزيع مقياس الدراسة بالسودان، أتاحت لها الفرصة لزيارة شبكة الجزيرة الإخبارية في قطر بزيارة استغرقت (21) يوماً بدأت منذ 2017/3/9م حتى 2017/3/31م، قامت فيها الباحث بتوزيع (25) استمارة على المختصين وخبراء الإعلام العاملين بشبكة الجزيرة الإخبارية وأقسامها المختلفة. وقد تم إعادة (21) استمارة صالحة للتحليل للباحث خلال الزيارة.

بذلك أصبح العدد الإجمالي للاستمارات التي اعتمد عليها في التحليل (90) استمارة، وهي

تمثل أفراد عينة الدراسة.

أداة الدراسة:

لقد تم تحديد (أداة الدراسة) الاستبانة التي تم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات لغرض

الإجابة على تساؤلات الدراسة، اتساقاً مع طبيعة الدراسة.

وقد مرت هذه الأداة (الاستبانة) بعدة مراحل منهجية حتى باتت قابلة للتطبيق الميداني في

ضوء نتائج الصدق والثبات التي أجريت عليها، وجاءت تلك الخطوات كما يلي:

1/ تحديد موجّهات اختيار الأداة وتصميمها وفي سبيل ذلك تم الآتي:

أ. تحديد أسئلة الدراسة التي تجيب عليها وأهدافها.

ب. تحديد عينة الدراسة، والأسلوب المتبع في اختيارها.

ج. تحديد التعريفات الإجرائية والمتغيرات التي شملتها الدراسة.

2/ مصادر تصميم الأداة (الاستبانة). واعتمدت الباحثة عند تصميمها للاستبانة على ما يلي:

أ. مراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة والإطلاع على الإطار النظري للدراسات

المختلفة ذات العلاقة.

ب. الاستفادة من بعض الأدوات التي تضمنتها الدراسات السابقة.

ج. مقابلة الباحثة لعدد من المعنيين بالإعلام والحضارات مما أسهم في المساعدة في بناء

الاستبانة وتحديد مجالاتها.

3/ تصميم الأداة (الاستبانة):

وفي هذه الخطوة تم الوصف الدقيق لعملية تصميم الاستبانة وتحكيمها وصدقها وثباتها.

الجزء الأول: إعداد الصورة الأولية للاستبانة (ملحق رقم 1) وتكونت من جزئين، هما:

الجزء الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة: وشملت كل من: النوع، العمر، الدرجة العلمية، التخصص، مكان الوظيفة وسنوات الخبرة في المكان.

الجزء الثاني: الاتجاهات المعرفية للعينة: وتضمن (42) وحدة جاءت ضمن ستة أبعاد (محاور).

فئات الاستجابة في الاستبانة:

استخدمت الباحثة المقياس الرباعي في محور الإعلام الرقمي، وكان مرتباً للفقرات على النحو

التالي:

- نعم بشدة ويتمثل رقمياً بالرقم (4).
- نعم ويتمثل رقمياً بالرقم (3).
- إلى حد ما ويتمثل رقمياً بالرقم (2).
- لا ويتمثل رقمياً بالرقم (1).

أما بقية المحاور فقد استخدمت الباحثة مقياس (ليكرت) وهو مقياس خماسي متدرج لكل محور من

محاور الاستبانة، وكان مرتباً للفقرات على النحو التالي:

- أوافق بشدة ويتمثل رقمياً بالرقم (5).
- أوافق ويتمثل رقمياً بالرقم (4).
- لا أعلم ويتمثل رقمياً بالرقم (3).

- لا أوافق ويتمثل رقمياً بالرقم (2).

- لا أوافق مطلقاً . ويتمثل رقمياً بالرقم (1).

5/ صدق وثبات الاستبانة:

* الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم عرض الاستبانة على كلٍ من البروفيسور (بدر الدين أحمد إبراهيم) المشرف الرئيسي على الرسالة والدكتور، (عبد المولى موسى محمد) المشرف المعاون، وبعد الأخذ بملاحظاتهما، عُرضت الاستبانة على (6) محكما من المختصين في الإعلام والدراسات الحضارية وغيرهم من الأكاديميين في الجامعات السودانية، للاستفادة من ملاحظاتهم بغرض تحكيمها والتحقق من الصدق الظاهري لها (أنظر ملحق رقم 3).

وقد تصدرت الاستبانة خطاب من الباحثة موجه لكل محكم وطلبت منهم التكرم بتحديد آرائهم

في:

- مدى انتماء العبارات للمحاور وشموليتها.

- مدى وضوح العبارات ومناسبتها لما وضعت من أجله.

- سلامة الصياغة اللغوية.

- إجراء الإضافة أو الحذف أو التعديل لما يرويه مناسباً في المحاور أو العبارات.

بناءً على المقترحات التي أبدأها المحكمون قامت الباحثة بإجراء التعديلات بما يزيد الأداة وضوحاً وملاءمة لما وضعت من أجله، حيث تم إعادة صياغة بعض العبارات في محاور الاستبانة وحذف

بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لبعض المحاور ليصبح عدد العبارات (73) ملحق رقم (2)

يوضح الاستبانة بصورتها النهائية. التي جاءت ضمن سبعة أبعاد (محاور) على النحو التالي:

المحور الأول: محور الإعلام الرقمي، وشمل (19) فقرة ضمن ثلاثة أقسام كالتالي:

أولاً: التعرض لوسائل الإعلام الرقمي، وشمل (5) فقرات.

ثانياً: الرسائل التي تتوخاها في الإعلام الرقمي، وشمل (5) فقرات.

ثالثاً: أكثر ما يؤخذ على الإعلام الرقمي من وجهة نظرك، وشمل (9) فقرات.

المحور الثاني: محور التعارف بين الحضارات، وشمل (6) فقرات.

المحور الثالث: محور مرتكزات التعارف بين الحضارات، وشمل (5) فقرات.

المحور الرابع: محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات، وشمل (12) فقرة.

المحور الخامس: محور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، وشمل (7) فقرات.

المحور السادس: محور تحديات التعارف بين الحضارات، وشمل (7) فقرات.

المحور السابع: محور مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، وشمل (7)

فقرات.

*** الصدق الداخلي (باستخدام معامل ارتباط بيرسون):**

يهدف استخراج الصدق البين ثم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين فقرات المحور والأداة

ككل. وقد تم إجراء اختبارات معاملات الصدق لكل محور على حدة، بحيث يتم بيان درجة الارتباط

بين كل فقرات كل محور والمحور ككل وتم التوصل إلى الآتي:

أ/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (الإعلام الرقمي) والمحور ككل تراوحت بين (0.45-0.81)، وجميع هذه المعاملات دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha = 0.05$) وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

ب/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.48-0.72)، وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

ج/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (مرتكزات التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.63-0.72)، وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

د/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات) والمحور تراوح معامل الارتباط بين فقرات المحور والأداة ككل (0.26-0.62)، وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

هـ/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.71-0.87)، وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

و/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (تحديات التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.60-0.78)، وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

ز/ معاملات الارتباط بين فقرات محور (مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.43-0.82)، وجميع هذه المعاملات دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha = 0.05$) وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

ثبات الاستبانة:

بهدف التحقق من ثبات الأداة قامت الباحثة بتطبيق معادلة (ألفا كرونباخ) على محاور الدراسة، والجدول رقم (1/4) يوضح ذلك.

جدول رقم (1/4) نتائج معادلة ألفا كرونباخ للكشف عن الثبات على محاور الدراسة

المحور	معامل الثبات
الإعلام الرقمي	0.74
التعارف بين الحضارات	0.64
مرتكزات التعارف بين الحضارات	0.69
العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات	0.83
انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات	0.88
تحديات التعارف بين الحضارات	0.84
مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات	0.78

يظهر من جدول (9/4) أن قيمة معامل الثبات لمجالات أداة الدراسة (الاستبيان) تراوحت بين

(0.64) لمحور التعارف بين الحضارات و (0.88) لمحور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف

بين الحضارات. وهي قيم مقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

خامساً: أسلوب تطبيق أداة الدراسة الميدانية النهائية:

تم تطبيق الاستبانة بصورتها النهائية على عينة الدراسة المحددة مسبقاً (عينة عشوائية عمدية)

مكونة من الخبراء العاملين في الجامعات والمؤسسات الإعلامية والمراكز البحثية والمؤسسات الفكرية

والثقافية، بالإضافة لبعض الخبراء ذا الأهمية العاملين في مجالات أخرى خصوصاً المنظمات الإقليمية والعالمية.

اعتمدت الباحثة طريقة التوزيع المباشر، حيث قامت بزيارات شخصية لأغراض توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة مع توضيح الغرض من الدراسة وكيفية التواصل مع الباحثة. استمرت الباحثة خلال فترة التوزيع باستلام الاستبانات وإجراءات اتصالات وزيارات للمؤسسات والندوات والجامعات والتواصل مع أفراد العينة حيث بلغ عدد الاستبانات (97) استبانة كان منها (90) استبانة صالح للتحليل الإحصائي.

سادساً: الأساليب الإحصائية:

بعد إتمام استرجاع الاستبانات، قامت الباحثة بتفريغ الاستبانات الصالحة للتحليل وعددها (90) استبانة وذلك في الجداول المعدة لذلك، وأخضعت تلك البيانات لعملية ترميز من خلال برنامج (SPSS)، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية:

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات ومحاور الدراسة.
2. التكرارات والنسب المئوية لفقرات ومحاور الدراسة.
3. معاملات الارتباط بيرسون لقياس الصدق الداخلي.
4. معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات.
5. اختبار مربع كاي لبيان اتجاهات أفراد عينة الدراسة.

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير البيانات:

يتناول هذا الجانب نتائج الدراسة التي هدفت التعرف على الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات من خلال عينة من الخبراء والمختصين في الإعلام، وسيتم عرض النتائج بالاعتماد على محاور الدراسة.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات الدراسة:

تميزت عينة الدراسة بعدة صفات في ضوء المتغيرات التي حددتها، وتحليل الاستبانات الواردة التي تشكل عينة الدراسة فإن توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها جاء على النحو التالي:

جدول رقم (2/4)

التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بـأفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
النوع (ن = 90)	60	66.7%
	30	33.3%
العمر (ن = 90)	6	6.7%
	23	25.6%
	31	34.4%
	30	33.3%
الدرجة العلمية (ن = 90)	45	50%
	30	33.3%

16.7%	15	بروفيسور	التخصص (ن = 90)
33.3%	30	الإعلام	
18.9%	17	العلوم السياسية	
15.6%	14	الدراسات الإستراتيجية	
11.1%	10	علم النفس	
8.9%	8	علم الاجتماع	
12.2%	11	تخصص آخر	
34.4%	32	جامعة	مكان الوظيفة (ن = 90)
31.1%	28	مؤسسة إعلامية	
14.4%	13	مركز بحثي	
7.8%	7	مؤسسة فكرية ثقافية	
11.1%	10	جهات أخرى	
13.3%	12	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة في المكان (ن = 90)
17.8%	16	من 5-10 سنوات	
68.9%	62	أكثر من 10 سنوات	

يظهر من الجدول (2/4) ما يلي:

1. بلغ عدد الذكور في العينة (60) بنسبة مئوية (66.7%)، بينما بلغ عدد الإناث (30) بنسبة

مئوية (33.3%). مما يدل على تفوق نسبة الذكور على الإناث.

2. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير (العمر) (34.4%) للفئة العمرية (41-50 سنة)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (6.7) للفئة العمرية (أقل من 30 سنة)، مما يدل على ارتفاع المستوى العمري لأفراد عينة الدراسة.
3. من حيث الدرجة العلمية تم توزيع استمارات الدراسة على الحاصلين على الدرجات فوق الجامعية وبلغت أكبر نسبة بينهم للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة (50%) بينما الحاصلين على درجة الدكتوراه بلغت نسبتهم (33.3%) وأقل نسبة للبروفيسورات بنسبة (16.7%). وبالتالي فالعينة استقطبت فئة الخبراء ذا التأهيل العلمي والدرجات العلمية فوق الجامعية، مما يضيف مصداقية على إجاباتهم في موضوع البحث.
4. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير (التخصص) (33.3%) لتخصص الإعلام، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (8.9) لتخصص علم الاجتماع. ونلاحظ أن العينة شملت العديد من التخصصات منها العلوم السياسية بنسبة (18.9%) و (15.6%) للدراسات الإستراتيجية و (11.1%) لعلم النفس، والبقية بلغت نسبتهم (12.2%) لتخصصات أخرى، وبذلك نجد أن العينة تباينت من حيث التخصص من تفوق تخصصات الإعلام والعلوم السياسية والدراسات الإستراتيجية وهي التخصصات ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة.
5. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير (مكان الوظيفة) (34.4%) للجامعات، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (11.1%) للمؤسسات الفكرية الثقافية.
6. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير (سنوات الخبرة في المكان) (68.9%) للذين تزيد خبراتهم عن 10 سنوات، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (13.3%) للذين تتراوح

سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات، وهذه النسبة تدلل على ارتفاع سنوات الخبرة في مؤسسة العمل بالنسبة لعينة الدراسة، مما يجعل العينة ذات مصداقية، وثقة في الإجابات المتحصل عليها.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: عرض نتائج المحور الأول: الإعلام الرقمي:

1/ التعرض لوسائل الإعلام الرقمي

جدول (3/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات قسم التعرض لوسائل الإعلام الرقمي

الفقرة		نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
أ/ المدونات والمنتديات	التكرار %	20 %22.2	32 %35.6	29 %32.2	9 %10	2.7	0.92	14.26	0.003
ب/ الصحف الإلكترونية	التكرار %	27 %30	37 %41.1	19 %21.1	7 %7.8	2.93	0.90	21.46	0.000
ج/ مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار %	49 %54.4	25 %27.8	15 %16.7	1 %1.1	3.35	0.79	54.53	0.000
د/ مواقع القنوات الفضائية	التكرار %	27 %30	37 %41.1	19 %21.1	7 %7.8	2.93	0.90	21.46	0.000
هـ/ مواقع الإذاعات العالمية	التكرار %	17 %18.9	22 %24.4	31 %34.4	20 %22.2	2.40	1.03	4.84	0.000
المجموع	التكرار %	140 %31.1	153 %34	113 %25.1	44 %9.8	2.86	0.90		

من الجدول (3/4) نلاحظ أن 31.9% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة على تعرضهم لكل وسائل

الإعلام الرقمي، يليهم بنسبة 31% من وافقوا على تعرضهم لها، أما من يتعرض لها في بعض

الأحيان فقد بلغت نسبتهم 26.1%، ونسبة 11% لا تتعرض لكل وسائل الإعلام الرقمي. كما نلاحظ

أن الوسط الحسابي بلغ (2.86) وهي يقع في المدى (2.51-3.25) وهو المدى الذي يعبر عن (نعم)

بانحراف معياري 0.90 وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة

الدراسة. وكذلك توصل إلى معظم الفقرات جاءت أكبر من الوسط الحسابي الفرضي (2.5) ما عدا

الفقرة (مواقع الإذاعات العالمية)، مما يدل على انخفاض أهميتها بالنسبة لأفراد عينة الدراسة. كذلك

نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لمعظم العبارات ما عدا العبارة (ه)، مما يدل على أن معظم العبارات ذات دلالة إحصائية.

تلك النتائج تدل على تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمي. أما من حيث ترتيب الوسائل من حيث الأكثر استخداماً فيمكن ترتيبها كالتالي:

أولاً: جاءت وسيلة مواقع التواصل الاجتماعي في المدى (3.26-4.00) وهو المدى المعبر عن (نعم بشدة) بوسط حسابي (3.35) وانحراف معياري (0.79). مما يدل على الاستخدام العالي لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الخبراء والمختصين في الإعلام. لما لوسائل التواصل الاجتماعية من إنتاج علاقة شراكة بين الخبراء والمختصين الإعلاميين وجمهورهم، حيث أصبح بمقدور أي إنسان أن يتواصل داخل منزله وأن يكون له صوت مسموع ورأي بواسطة استخدامه وسائل التواصل الحديثة وتطبيقات التواصل الاجتماعي في شأن من شؤون المحكم والمجتمع (صلاح الزين، 2017م، مقابلة). كما أن وسائل التواصل توفر للمختص في شأن الإعلام آلاف المشاهدين يتلقون فكرته، فنجد لكل إعلامي آلاف من المتابعين مثلاً على الفيس بوك أو التويتر. وبعض الإعلاميين لهم قنوات على اليوتيوب يتابعهم عشرات الآلاف. وهذه الإمكانيات لم تكن متاحة من قبل الإعلام الرقمي (المرجع السابق).

كذلك أصبحت كافة وسائل الإعلام تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي وتقوم بتوظيفها إلى أوسع نطاق ممكن. حيث كان في السابق عندما تتحدث أي مؤسسة إعلامية عن ندوة أو مؤتمر يتابعها عشرات أو مئات، أما الآن في وسائل التواصل الاجتماعي يتابع هذه المنتديات الملايين

والآلاف، لذا فالجهات الإعلامية مثل الجزيرة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي إلى أوسع نطاق، فهذه الوسائل الحديثة تساعد في توصيل المحتوى المعرفي (المرجع السابق).

ووسائل التواصل الاجتماعي التي بدأت في العام 2006م بدايةً بالفيس بوك وتويتر، واستمرت في إنتاج مواقع جديدة، فهناك مواقع تواصل اجتماعي أهم مثل موقع (قرب) الأجنبي كل مهتمه يربط المتخصصين في مجال معين بشبكة خاصة به، مثلاً المتخصصين في المجال الإعلامي تجدهم موجودين في هذا الموقع بالإنجليزي. كذلك الإعلام في الوطن العربي مغلق على التواصل الاجتماعي الخاصة به، فالإعلامي مثلاً في مصر والسودان نجدهم يستخدم الفيس بوك بصورة أعلى، أما في الخليج فنجد أن استخدام التويتر هو الأعلـا وينافسه (سنا بـشات) و(الانستغرام) (المهدي، 2017، مقابلة).

كذلك تذهب وسائل الإعلام التقليدي إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتزويد محتواه، فكل إعلامي حالياً لابد له من التعامل المكثف مع وسائل التواصل الاجتماعي، ليأخذ الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي في أقسام يتم إنشاءها خاصة بـ Social Media داخل غرف الأخبار (المرجع السابق).

لذا فإن الاهتمام المكثف باستخدام وسائل التواصل من قبل كافة الناس، خصوصاً الإعلاميين، هو ما دفع العديد بالمؤسسات الإعلامية كالجزيرة إلى إطلاق منصات إعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد أطلقت الجزيرة شبكة AJ+ العربية، وأقامت لها صفحات على اليوتيوب، والفيسبوك والتويتر، وتحاول أن نستقطب المستخدم أو المواطن العربي الذي يستخدم هذه الوسائل بكثافة (صخوري، 2017، مقابلة).

حيث يقدم موقع AJ+ برامج مصورة في الغالب، وهي برامج تحكي عن مواضيع حالية وتكون هي برامج أسبوعية يتم تصويرها في نفس الأسبوع وهي خاصة بالمواضيع ذات الضجة الآنية في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم أخذ آراء الناس فيها وتفسيرها وإسقاط الضوء عليها أو طرح آراء الناس في هذا الموضوع. يتم إنزال هذا البرامج على صفحة الموقع على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لا يخلو أي موضوع مقدم من تفاعل، ففي عالم التواصل الاجتماعي كل نجاح للبرنامج هو يحدد عبر نسبة التفاعل، فنحن في برنامج (اللهجات) مثلاً ننزل الفيديو مع سؤال تفاعلي، أو حتى في البوست نفسه نبين أن الكلمة تعني كذا وكذا والسؤال يكون بطريقة ما يصل لكل مشاهد يمكن أن يتفاعل بأن يخبر بأنها تعني في بلده كذا وكثير من الكلمات التي تقدم في البرنامج هي من اقتراحات المهور (المصدر السابق).

الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية أصبح استخدامهم لمنصات الفيسبوك والتويتر واليوتيوب، لما لهذه المنصات من قدرة على الوصول لكل الناس لأنها تعتبر من أكثر المنصات استخداماً من قبلهم، وهي نفس فكرة أي وسيلة إعلامية ولكن بفكر جديد وحديث، وهذا نتيجة لوسائل التواصل الاجتماعي التي فرضت علينا تغيير الشكل وعملية إنتاج الخبر، حيث كان من قبل ينتج الخبر دخل غرفة الأخبار ويتم تحريره، حيث يقوم المحرر بتجهيز الخبر. أما كل وسائل التواصل الاجتماعي فأصبحت تتيح للجمهور أن يصبح صناع أخبار افتراضية الاتصالات اللاسلكية، لا وجود لها في Social Media لأنه اعتمادها على الوسيل والوسل والرسالة والوسط لأنه المتلقي أصبح نفسه هو مرسل ومتلقي والمرسل أصبح مرسل ومتلقي (الشاذلي، 2017، مقابلة).

نخلص من تأكيد هذه الحقيقة التي تفيد أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الأكثر وسائل الإعلام الرقمي استخداماً بالنسبة للإعلاميين أو لكل الناس أن الفيس بوك أصبح الآن أكبر جمهورية على شبكة الانترنت، ويطلق عليه بعض الناس أكبر جمهورية مرت على التاريخ كما وصفه (محمد النجار) حيث يحتوي على 1.6 مليار مواطن، وهو أكبر جمهورية مرت على التاريخ، والتويتر يحتوي على نصف مليار مواطن. وعموماً نصف البشر تقريباً موجودين على وسائل التواصل الاجتماعي، فالشركات عندما أنشأت هذه المواقع أنشأتها كوسائل تواصل اجتماعي، لكنها الآن أصبحت مصدر إخباري أساسي ولولاها لما عرف الناس ماذا حدث في درعا في بداية الثورة السورية، وغيرها، فالكاميرا في الموبايل وتوفر وسائل الكتابة، أتاحت لكل إنسان أن يصبح مصدر للخبر (النجار، 2017، مقابلة).

ثانياً: وقعت ثلاثة وسائل في المدى (2.51-3.25) وهو المدى المعبر عن (نعم) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

1/ اشتركت كل من الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بوسط حسابي (2.93) وانحراف معياري (0.90)، وهذا يدل على أهميتهما المتساوية بالنسبة لخبراء والمختصين في الإعلام.

فمنذ عشرين سنة تقريباً بدأ الإعلام الرقمي يكتسح الساحة، وأصبح الانترنت له حضور قوي في تشكيل الوعي وكوسيلة إعلام، وقد مر ذلك بأكثر من مرحلة، بداية بالصحف الإلكترونية (الشاذلي، مصدر سابق). التي تعتبر من أكثر الوسائل الرقمية تهم الإعلامي. حيث ساعدت الإعلامي على معرفة الأخبار التي تهمه بسرعة ودقة وبمختلف اللغات.

لذا فالصحف الإلكترونية أتت في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام من قبل الخبراء والمختصين بالإعلام، لكونها من الوسائل التي تهتم بالأخبار في المقام الأول، ثم بالفكر والمعرفة ثانياً، ولما لها من قدرات تفاعلية خصوصاً للفئات النخبوية. لذا فالإعلاميين يستخدمون هذه الوسائل لكونها مستخدمة لنشر أعمالهم وأعمال نظرائهم، وللاستفادة من التفاعل النخبوي القائم للخبر أو المعرفة أو الفكرة أو الرأي الشخصي تجاه حدثٍ ما أو فكرةٍ ما.

وكذلك اشتركت مواقع القنوات الفضائية في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام من قبل خبراء الإعلام مع الصحف الإلكترونية، لكون أن مواقع القنوات الفضائية خصوصاً الإخبارية منها هي مصدر هام لكل إعلامي. ومن أهم هذه المواقع الإخبارية في الوطن العربي هو موقع الجزيرة (نت). حيث تعتبر الجزيرة نت واحدة من أهم مواقع الإعلام الرقمي في الوطن العربي.

الجزيرة نت هي انعكاس لما تقدمه القناة على الشاشة، ولكن يمكن في الموقع زيادة الخبرة بتفاصيله، كما أن المادة على الموقع تكون محفوظة باستمرار على الانترنت، ويمكن للشخص المختص أو الخبير في الإعلام أو أي شخص أن يرجع لها في أي وقت آخر. فهي لا تهتم بالأخبار العربية العربية فقط ولا الثقافة العربية ولا عاداتهم وتقاليدهم، بل تهتم بكل ما يدور في العالم، حيث يمكن لكل إعلامي أن يجد ما يريده في موقع الجزيرة نت، لذا فهي منتشرة في كل أنحاء العالم وتعكس تراث مختلف البقاع وتحاول أن تخلق نوع من التوفيق في نشرها للأحداث بين الدول العربية والإسلامية والغربية، فالإعلامي عندما يدخل موقع الجزيرة نت، يجد كل الأشياء موجودة، لا نكتفي بالأخبار العربية فقط، بل كل الأخبار الدولية، وكثير من الأخبار مستقاة من الصحف الأجنبية،

الأمريكية والبريطانية على وجه التحديد، مما يتيح للإعلام معرفة ما يهم مؤسسات الإعلام الغربية (طه، 2017، مقابلة).

فالجريدة نت هي أول موسوعة إخبارية في الوطن العربي وربما في العالم، وهي عبارة عن قسم يقوم بالتعريف بالشخصيات والمدن والأحداث والمناطق والمفاهيم والمصطلحات التي لها علاقة بعالم الأخبار. على سبيل المثال فعندما يقرأ القاري في الجريدة نت خبراً عن السودان، تجد أن الخبر يحتوي على مجموعة من المصطلحات والمفاهيم، مثلاً التعريف بالسودان كدولة والتعريف برئيسه البشير والأمم المتحدة والمرحوم الترابي والحوار الوطني، ومصطلحات مثل الوثبة. والجريدة نت تقدم المصطلحات وتقدم المعلومات التي تفسرها، وبالتالي فعندما نقدم الخبر نعرف الصورة. فالجريدة نت تحاول التعريف بالعديد من المصطلحات (العبلاوي، 2017، مقابلة).

كما أن هنالك مصطلحات محددة مثل الحرب العالمية الأولى والثانية ومفاهيم الرأسمالية والديمقراطية تحظى بقراءة شهرية. فأهم ما يميز موقع الجريدة نت، هو القدرة على استعادة الخبر المنشور في أي وقت. هذا يبين أن الباحثين والإعلاميين من خلال محركات البحث يستطيعون الوصول إلى أخبار الجريدة نت بكل سهولة ويستفيدون من المعلومات التي يطرحها الموقع في بحوثهم ودراساتهم (المصدر السابق).

كما تقدم الجريدة نت موقع تعليمي يعتمد بنسبة 90% على مواد الجريدة نت، وهذا الموقع يتيح كلمات مفاتيحية، وبعد أن يفهم الطالب النص الأساسي، يتم تبسيط المقال له، بصورة يجعل الطالب الأجنبي يحب اللغة العربية، ويتبين أنها لغة ثرة. فمثلاً عندما لا يقوم الطالب بفهم كلمة

محددة، يضغط على يمين الماوس ويطلب الترجمة. أما إذا كان يريد أن يسمع فيمكن أن يسمع محتوى الفيديو مترجماً (صالح، 2017، مقابلة).

مما تقدم شرحه نتوصل إلى أن المختصين والخبراء في الإعلام يستخدمون كل من الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية خصوصاً المتخصصة في العملية الإخبارية، بصورة متساوية، لما لهذه المواقع من أهمية في حياة كل إعلامي أو مهتم بالعملية الإعلامية. وهي وسائل رقمية امتداداً لخدمات إخبارية تقليدية تتمثل في الصحف والقنوات الفضائية. ولكن ما يميزها هو الشرح الكافي لكافة الأخبار التي لا تجد مساحة في الصحيفة الورقية أو القناة الفضائية، كذلك تتميز بالتفاعلية ما بين مقدم الرسالة ومتلقي الرسالة، مما يتيح إمكانية دراسة رجع الصدى.

2/ المدونات والمنتديات جاءت في المرتبة الثانية والأخيرة من حيث الاستخدام بوسط حسابي (2.7) وانحراف معياري (0.92).

أن المدونات هي أقدم وسائل الإعلام الرقمي، لأن المدونات كانت تعني إنشاء موقع شخصي أي بمعنى كل إنسان قادر على إنشاء موقع يكتب عليه أفكاره ومعتقداته، وكان ذلك في عام 2005م بموقع مكتوب بالعربي، وبعد ذلك ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي (المهدي، مصدر سابق).

وقد كانت المنتديات عشرة سنوات تحظى بالاهتمام الأول من قبل الإعلاميين، ولكن تراجع استخدامها في السنوات العشر الأخيرة، ليسبقها كل من مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى، ثم الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية في المرتبة الثانية. لما لهذه الوسائل من قدرات لا تتيحها المدونة أو المنتدى، الذي يتميز بالنخبوية إلا حد كبير.

ثالثاً: وقعت وسيلة واحدة في المدى (1.76-2.5) وهو المدى المعبر عن (إلى حد ما) وهي وسيلة مواقع الإذاعات العالمية بوسط حسابي (2.4) وانحراف معياري (1.03) مما يدل على الاستخدام إلى حد ما من قبل خبراء ومختصي الإعلام.

أكدت عينة الدراسة أن مواقع الإذاعات العالمية هي أقل وسائل الإعلام الرقمي استخداماً من قبلهم، وهذا يعزى لكون عينة الدراسة، أصبحت تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع القنوات الفضائية والصحف الإلكترونية، ثم المدونات المتخصصة والخاصة، وبالتالي لا يجد أوقات كافية للدخول إلى مواقع الإذاعات العالمية إلا لفترات متقطعة. مما يدل على أن التفاعلية التي يجدها المتلقي أو المرسل في الوسائل الأخرى هي أكثر مما توجد في مواقع الإذاعات العالمية.

نخلص من ذلك إلى أن خبراء الإعلام والمختصين فيه يتعرضون لكل وسائل الإعلام الرقمي بصورة متباينة من وسيلة إلى أخرى، ولكن لا توجد وسيلة من هذه الوسائل لا يتم إستخدامها. لذا يمكن للباحث أن يقسم الوسائل إلى ثلاثة مستويات، جاءت في المرتبة الأولى مواقع التواصل الاجتماعي، ثم المرتبة الثانية، اشتركت كل من الصحف الإلكترونية، ومواقع القنوات الفضائية، والمدونات والمنتديات. أما المرتبة الثالثة والأخيرة فقد احتلتها مواقع الإذاعات العالمية.

2/ الرسائل المتوخاة من الإعلام الرقمي:

جدول (4/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات قسم الرسائل المتوخاة في الإعلام الرقمي

الفقرة		نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
أ/ الإخبارية	التكرار %	50 %55.6	26 %28.9	11 %12.2	3 %3.3	3.36	0.82	56.9	0.000
ب/ الترفيه والتسلية	التكرار %	11 %12.2	23 %25.6	44 %48.9	12 %13.3	2.36	0.86	31.3	0.000
ج/ البحوث والدراسات	التكرار %	37 %41.1	32 %35.6	17 %18.9	4 %4.4	3.13	0.87	29.9	0.000
د/ بناء العلاقات الجمعية	التكرار %	11 %12.2	33 %36.7	32 %35.6	14 %15.6	2.45	0.90	18.0	0.000
هـ/ بناء العلاقات الخاصة	التكرار %	10 %11.1	18 %20	39 %43.3	23 %25.6	2.16	0.93	19.9	0.000
المجموع	التكرار %	119 %26.4	132 %29.3	143 %31.9	56 %12.4	2.69	0.87		

من الجدول (4/4) نلاحظ أن 31.9% من أفراد عينة الدراسة وافقوا إلى حدٍ ما على مجموع الرسائل

التي سيتم توخيها في الإعلام الرقمي، ويليهم بنسبة 29.3% من يقولون نعم عليها، ثم بنسبة 26.4%

من يقولون نعم عليها، وأقل نسبة من يقولون لا يتم توخيها بنسبة 12.4%. كما نلاحظ أن الوسط

الحسابي بلغ (2.69) وهي تقع في المدى (2.51-3.25) وهو المدى الذي يعبر عن (نعم) بانحراف

معيارى (0.87) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك

نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على توشي أفراد عينة الدراسة للرسائل في الإعلام الرقمي. أما من حيث

ترتيب الرسائل من حيث الأكثر توشيًاً فيمكن ترتيبها كالآتي:

أولاً: الرسائل الإخبارية جاءت في المدى (3.26-4.00) وهو المدى المعبر عن (نعم بشدة) بوسط حسابي بلغ (3.36) وانحراف معياري (0.82). فالإعلامي هو في الأساس يعمل في مركز إخباري في الأساس، وطبيعي جداً أن يهتم بهذا الجانب، فقناة الجزيرة التي تمثل جزء من عينة الدراسة هي قناة إخبارية، لذا مراكزها تحاول أن تكمل الجانب الخدمي المقدم من القناة، لذا ومن هذه الزاوية يهتم كل العاملين فيها بتقديم مادة تساعد الناس على فهم ما هي الأشياء التي تحرك هذه الأخبار أو أن تعرفهم بمآلات هذه الأحداث مستقبلاً (الزين، مصدر سابق).

لذا فالإعلامي لكونه عمله في الأساس هو تقديم الخبر، فلذلك فأهم الرسائل التي يتوخاها من وسائل الإعلام الرقمي أن تكون هي الرسائل الإخبارية، فحكم طبيعة عمله وهوايته ونشاطه تفرض عليه ذلك. وهذا ما يوضح النتيجة التي أتفق عليه أفراد عينة الدراسة وبشدة في توشيهم للرسالة الإخبارية من وسائل الإعلام الرقمي.

ثانياً: البحوث والدراسات جاءت في المدى (2.51-3.25) وهو المدى المعبر عن (نعم) ويمكن بوسط حسابي (3.13) بانحراف معياري (0.87).

فموقع الجزيرة نت كأحد وسائل الإعلام الرقمي يجذب عدد من الباحثين من خلال محركات البحث العالمية حيث يستطيع الباحث من خلال هذه المواقع إلى أخبار الجزيرة نت بكل سهولة ويستفيدون من المعلومات التي يطرحها الموقع في بحوثهم ودراساتهم (العبدلوي، مصدر سابق).

فالإعلامي بصورة عامة وبالأخص أن كان عمله ضمن أعمال فريق البرامج يعمل على اقتراح برامج جديدة والقيام بأبحاث جديدة، ويكون في حالة بحث ودراسة مستمرة للمتاح الممكن تقديم، ودراسة ما يحب الناس أن يقدم لهم، فالمختص والخبير في الإعلام في حالة بحث دائماً عن الأفكار الجديدة المفيدة التي تكسب المشاهد معلومات أو أفكار جديدة، توسع ذهنه وتساعد على تثقيفه بطريقة مسلية أو طريقة ترفيهية (صخوري، مصدر سابق).

وقد قامت المؤسسات الإعلامية كمؤسسة الجزيرة الإخبارية بتطوير هذا الهدف فأنشأت مركز الجزيرة للدراسات لمساعدة العالم على فهم منطقة الشرق الأوسط، وتقديم رؤية داخل هذه المنطقة، فمنطقة الشرق الأوسط والعالم العربي لفترة طويلة جداً ظل ينظر إلى هذه المنطقة من خلال الأعين الغربية، أي لم تكن لدينا مراكز أبحاث تقدم دراسات وأبحاث من داخل المجتمع (الزين، مصدر سابق).

من ذلك نتوصل أن الرسائل التي توخاها أفراد عينة الدراسة من الإعلام الرقمي تمثلت في المقام الأول في الرسالة الإخبارية، ثم تأتي الاستفادة من الإعلام الرقمي في البحث والدراسة، وهذه الرسالتان هي أكثر الرسائل اهتماماً من قبل المختص الإعلامي بين أفراد عينة الدراسة، أما بقية الرسائل فقد توخاها أفراد عينة الدراسة إلى درجة ما، مما يبين أنها تختلف من شخص إلى آخر، ولكن بصورة عامة أهم هذه الرسائل توخياً بين أفراد عينة الدراسة، هي بناء العلاقات الجمعية، وتليها الترفيه والتسلية ثم أخيراً بناء العلاقات الخاصة. وهذا ما سنوضحه في الآتي

ثالثاً: وقعت ثلاثة رسائل في المدى (1.76-2.5) وهو المدى المعبر عن (إلى حد ما) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

1/ بناء العلاقات الجمعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث كونها رسالة يتوخاها أفراد عينة البحث

إلى حد ما من الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.45) وانحراف معياري (0.90).

2/ الترفيه والتسلية جاءت في المرتبة الثانية من حيث كونها رسالة يتوخاها أفراد عينة البحث إلى حد

ما من الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.86).

3/ بناء العلاقات الخاصة جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة من حيث كونها رسالة يتوخاها أفراد عينة

البحث إلى حد ما من الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.16) وانحراف معياري (0.93).

3/ ما يؤخذ على الإعلام الرقمي:

جدول (5/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات قسم ما يؤخذ على الإعلام الرقمي

الفقرة		نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
أ/ نشر الشائعات	التكرار %	39 %43.3	32 %35.6	15 %16.7	4 %4.4	3.17	0.86	11.8	0.008
ب/ الإساءة للشخصيات العامة والاعتبارية	التكرار %	26 %28.9	33 %36.7	22 %24.4	9 %10	2.84	0.95	16.4	0.001
ج/ إهانة الأديان والأعراف	التكرار %	20 %22.2	23 %25.6	33 %36.7	14 %15.6	2.54	1.01	13.5	0.004
د/ قلة المصادقية	التكرار %	23 %25.6	33 %36.7	30 %33.3	4 %4.4	2.83	0.86	3.3	0.343
هـ/ تأجيج الصراع الحضاري	التكرار %	22 %24.4	29 %32.2	31 %34.4	8 %8.9	2.73	0.95	22.6	0.000
و/ إضعاف أخلاق	التكرار %	24 %26.7	22 %24.4	28 %31.1	16 %17.8	2.60	1.06	8.4	0.038

المجتمعات	%								
ز / سرقة أوقات الفراغ	التكرار %	30 %33.3	31 %34.4	22 %24.4	7 %7.8	2.93	0.94	7.6	0.055
ح / تفكك الأسرة	التكرار %	21 %23.3	21 %23.3	33 %36.7	15 %16.7	2.53	1.02	33.8	0.000
ط / صناعة العزلة وخلق التوحد بين أفراد الأسرة الواحدة	التكرار %	25 %27.8	25 %27.8	31 %34.4	9 %10	2.73	0.98	38.2	0.000
	التكرار %	230 %28.4	249 %30.7	245 %30.3	86 %10.6	2.77	0.95		

من الجدول (5/4) نلاحظ أن 30.7% من أفراد عينة الدراسة ويرون أن ما تم تحديد مما يؤخذ على الإعلام الرقمي، ويليه بنسبة 30.3% من يقولون نعم إلى حد ما عليها، ثم بنسبة 28.4% من يقولون نعم بشدة عليها، وأقل نسبة من يقولون لا تؤخذ على الإعلام الرقمي بنسبة 10.6%. كما نلاحظ أن الوسط الحسابي بلغ (2.77) وهي يقع في المدى (2.51-3.25) وهو المدى الذي يعبر عن (نعم) بانحراف معياري (0.95) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك يلاحظ أن الوسط الحسابي لجميع العبارات جاء أكبر من الوسط الحسابي الفرضي (2.5) مما يدل على موافقة أفقر العينة عليها. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لمعظم العبارات. ما عدا الفقرتين (قلة المصداقية، سرقة أوقات الفراغ) مما يدل على أن عدم إثبات أن الإعلام الرقمي يؤدي إلى قلة المصداقية وسرقة أوقات الفراغ، مما يفرض قبول فرضية العدم لهاتين الفقرتين، وقبول الفرضية البديلة لبقية الفقرات، أي أن الإعلام الرقمي يؤدي إلى ظهورها.

تلك النتائج تدل على أن ما حدد تعتبر من الأشياء التي تؤخذ على الإعلام الرقمي. أما من

حيث ترتيب تلك السلبيات من حيث الأكثرية فيمكن ترتيبها كالاتي:

أولاً: لا توجد أي سلبية وقعت في المدى (3.26-4) وهو المدى المعبر عن (نعم بشدة).

ثانياً: جاءت كل السلبيات التسع في المدى (3.25-2.51) وهو المدى المعبر عن (نعم) ويمكن

ترتيبها تنازلياً كالاتي:

1/ يرى أفراد عينة الدراسة أن نشر الشائعات هي أول ما يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي

(3.17) وانحراف معياري (0.86). فظهور الإعلام الرقمي بأدواته المختلفة والمتعددة زاد انتشار

الشائعات في المجتمع وسهل إطلاقها وقد يكون من أسباب انتشارها هو استخدام أدوات هذا الإعلام

بين الجميع وقلة التكلفة ويسر الاستخدام، كما يساعد على انتشار الإشاعة في أدوات الإعلام الرقمي

وخصوصاً شبكات التواصل الاجتماعي عدم وجود أنظمة محددة تحكم استخدامات هذه الأدوات

ومحاسبة المسيء إذا بإمكان أي شخص تسجيل اسم مستعار في أدوات التواصل الاجتماعي

واستخدامه في إطلاق الشائعات والافتراءات بل إن الأمر تطور إلى قيام البعض باستخدام أسماء

أشخاص مشهورين والكتابة بأسمائهم وإطلاق الإشاعات دون حسيب أو رقيب (صالح، 2012، 6).

2/ يرى أفراد عينة الدراسة أن الإساءة للشخصيات العامة والاعتبارية هي ثالث ما يؤخذ على الإعلام

الرقمي بوسط حسابي (2.84) وانحراف معياري (0.95). حيث أن وسائل الإعلام الرقمي وبما تنتجه

من إمكانية للنشر تحت أسماء مستعارة تساعد على الإساءة للشخصيات العامة والاعتبارية.

3/ يرى أفراد عينة الدراسة أن صناعة العزلة وخلق التوحد بين أفراد الأسرة الواحدة هي خامس ما

يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.73) وانحراف معياري (0.98). حيث أنه بما أن الإعلام

الرقمي أصبح يسرق أوقات الفراغ كما بينا في النتيجة الثانية في هذا المحور. فلذلك فقد أصبح الأوقات لتلاقي الأسرة والأصدقاء أقل مما سبق، حيث أصبح الإعلام الرقمي وشخصياته التفاعلية هو الصديق والمعلم للعديد من الفئات الشبابية.

4/ يرى أفراد عينة الدراسة أن تأجيج الصراع الحضاري هو سادس ما يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.73) وانحراف معياري (0.95).

وهذا يعزى لطبيعة الخبر المتاح، فكل خبر له جذور حضارية سواء كانت تواصلية أو صراعية أو تصادية. فمثلاً الصراع السني الشيعي، والتغيرات التاريخية في الانتخابات الرئاسية الأخيرة في أمريكا، لها جوانب ذات صلة بالصراع الحضاري (العبدلاوي، مصدر سابق).

فالإعلام الرقمي يحمل الغث والسمين، فالإنسان يجد فيه كل شيء، فقد يجد فيه ما يساعد على التقارب بين الحضارات، وأحياناً يحمل عكس ذلك كمصطلحات الإسلاموفوبيا، وأحياناً تجد فيه جوانب العنصرية والأنا والنحن وتضخيم الذات. فالإعلام الرقمي تحس فيه الآن صراع بين الحضارات، فمثلاً هناك صراع بين السودان ومصر بسبب زيارة الأميرة موزا. فأصبح هنالك لعن وصدام بين الجانبين، فأحياناً تقود Social Media إلى الصراع لا إلى التعارف (طه، مصدر سابق).

5/ يرى أفراد عينة الدراسة أن إضعاف أخلاق المجتمعات هو سابع ما يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.60) وانحراف معياري (1.06).

حيث ينتشر سوء الفهم بين الأوساط الحضارية، فالأشخاص الذين يمتلكون الآلة الإعلامية يوجهون البسطاء من الناس والتأثير عليهم بصورة كبيرة، وأبسط مثال حي على ذلك، ما حدث بين مصر والسودان رغم العلاقة الوطيدة، ولكن مجرد ما تحرك الإعلام المصري وبدأ الطعن والاستهزاء

بالسودان أثر ذلك على المجتمع السوداني. فالآن مشاعر السودانيين تجاه شمال السودان وهي مصر هو اتجاه سيء جداً. فالإعلام وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي استطاعت أن يوجه هذا العداء. لذلك ينبغي أن توجد أخلاقيات للعمل الإعلامي وبناء أخلاقيات للأجيال الناشئة، فالنزاع بدأ من أن الكل يدعي أنه أصل الحضارة (الحاج، 2017، مقابلة).

وبما أن الإعلام الرقمي أتاح قدر كبير من الحرية لا تواكبه قدر من السمو الأخلاقي في المجتمعات، لذا ومع ثورة الاتصالات، أصبحت هنالك قدرة فعالة بين الناس ليس للتواصل فقط بل لإيصال أصواتهم وآرائهم، فأصبحت العلاقة الاتصالية بينهم هي علاقة شراكة، حيث أصبح بمقدور أي إنسان أن يتواصل وهو داخل منزل أن يكون له صوت مسموع ورأي بواسطة استخدامه وسائل التواصل الحديثة وتطبيقات التواصل الاجتماعي في شأن من شؤون الحكم والمجتمع (الزين، مصدر سابق). لذا فأصبحت هنالك صعوبة في التحكم في أي مجتمع، لذا مما يساعد على انتشار الأخلاقيات السالبة بمثل انتشار الأخلاقيات الموجبة، لذا فالإعلام أصبح وسيلة سهلت التواصل، والمجتمع هو من يحدد معايير الأخلاق المطلوبة منه.

6/ يرى أفراد عينة الدراسة أن إهانة الأديان والأعراق هو ثامن ما يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.54) وانحراف معياري (1.01).

فكل جماعة دينية أو سياسية لها أجندتها ولها حرية النشر بواسطة الإعلام التفاعلي، لأن الويب سوق مفتوح، وبإمكان أي شخص فتح ويب سايد لا يدل على نفسه فيه. فلذا لا يمكن العيب على أي جماعة أن تفتح مواقع أو مشاريع إلكترونية، ولها الحرية الكاملة في إهانة الديانات الأخرى، سواء راق ذلك للناس أم لا، فالعالم أصبح في سوق مفتوح، فيمكن لأي شخص أن يكسب ملايين، ولا

يدل على هذا الكسب الكبير على صحة فكرته. فمثلاً هنالك انتقاد كبير لفكر داعش، ولكن من حق داعش أن تفتح أي موقع، فنحن ليس لدينا جيل فاهم، فلو كان لدينا جيل فاهم لما وجدت داعش رواج. لأن الأنظمة العربية هي من جهلت الشعوب. فذا فالأفكار السخيفة والتفاهة تخترق شبابنا (موسى، مصدر سابق).

كما أن الإعلام الرقمي أتاح لكل مجتمع عربي مثلاً أن يستخدم لهجته الخاصة في نشر. وبما أن النمطية المتوارثة أن بلاد المشرق لا تشبه بلاد المغرب، أو أن الشامي يرى أن المصري لا يتكلم عربي، وغيره. لذا تجد أن هنالك إهانات متبادلة لاختلاف اللهجات، بأن اللهجة الفلانية ليست لها علاقة بالعربية (صخوري، مصدر سابق).

كما أن حرية الأديان والاعتقاد رغم التطورات التي حدثت عليها خصوصاً في الدول الديمقراطية، إلا أن ما زالت هنالك أحداث تقيد منها من فترة لأخرى، فعلى سبيل المثال، قضت محكمة العدل الأوروبية التي أصدرت في 14 مارس بعدم لبس الحجاب في أماكن العمل. لذا فإن كل تضيق على جماعة دينية دائماً ما يسبب ردود فعل، فكلما تم التضيق على الإنسان، صار له ردود فعل صدامية تجاه الحضارة المختلفة، فلا يمكن لأي إنسان أن يلزم الآخر إتباع معتقده الديني. فهذا القرار من قبل محكمة العدل الدولية والقرارات المشابهة له هو قرار غير سليم وسيعقد الأمور بصورة أكثر، وقد أثبتت التجارب أنه كلما تم التضيق على الحجاب كلما انتشر أكثر، فهذه طبيعة الإنسان (الحاج، مصدر سابق).

وأكبر دليل على انتشار هذه الظاهرة، وهي الإساءة للأديان والأعراق، فقد قامت الجزيرة والمواقع الإعلامية ذات الصيت بتعيين متخصصين بتصفية التعليقات، للحرص على نشر أي تعليقات

خالية من العنصرية وخالية من المواقف لتي تطعن أو تسيء للثقافات والأديان (حريكانات، مصدر سابق).

ونختم هذه النتيجة بما قاله محمد النجار بأن "المجتمعات الموجودة الآن على Social Media هي مجتمعات منقسمة بشكل عام، فبتحليل تعليقات منشورات الجزيرة نت، نتوصل إلى أن هنالك انقسام عرقي وديني وطائفي، فالمشكلة الآن هي النظرة للآخر دائماً سلبية بالنسبة للمجتمعات العربية.

7/ يرى أفراد عينة الدراسة أن تفكك الأسرة هو تاسع وآخر ما يؤخذ على الإعلام الرقمي بوسط حسابي (2.53) وانحراف معياري (1.02). وقد جاءت هذه النتيجة كأقل النتائج موافقةً عليها، حيث أن الآثار السلبية التي تم ذكرها، وهي سرقة أوقات الفراغ، وصناعة التوحد بين أفراد الأسرة هو ما يقود للتفكك الأسري.

من ذلك نخلص أن للإعلام الرقمي آثار سلبية على المجتمعات سواء كات حضارية، أو ثقافية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو نفسية.

ثانياً: عرض نتائج المحور الثاني: التعارف بين الحضارات:

جدول (6/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور التعارف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ مفاهيم التعارف بين الحضارات متفق عليها في المجتمع	التكرار %	18 %20	47 %52.2	12 %13.3	12 %13.3	1 %1.1	3.76	0.96	66.7	0.000
2/ التعارف بين الحضارات مهم جداً للقرن الواحد والعشرين	التكرار %	63 %70	23 %25.6	3 %3.3	1 %1.1	0 %0	4.64	0.60	110.3	0.000
3/ المجتمع بحاجة لخطط إستراتيجية متنوعة تعرفهم بالحضارات	التكرار %	69 %67.7	13 %14.4	7 %7.8	1 %1.1	0 %0	4.65	0.72	131.3	0.000
4/ التعارف بين الحضارات في الفكر الإسلامي هو التعايش والتلاحق الفكري والثقافي بين المجتمعات والعيش بسلام	التكرار %	57 %63.3	24 %26.7	6 %6.7	3 %3.3	0 %0	4.50	0.76	82.0	0.000
5/ المناهج الدراسية والتدريبية في التعليم العالي تحقق إدراكاً لثقافة التعارف بين الحضارات لديهم	التكرار %	26 %28.9	34 %37.8	13 %14.4	16 %17.8	1 %1.1	3.75	1.09	35.4	0.000
6/ التعارف بين الحضارات وسيلة لإرساء السلام في العالم	التكرار %	56 %62.2	25 %27.8	5 %5.6	4 %4.4	0 %0	4.47	0.79	78.9	0.000
	التكرار %	289 %53.5	166 %30.7	46 %8.5	37 %6.9	2 %0.4	4.29	0.82		

من الجدول (6/4) نلاحظ أن 53.3% يوافقون تماماً على عبارات محور التعارف بين الحضارات،

يليهم بنسبة 30.7% من يوافقون لحد ما، ثم يليهم بنسبة 8.5% من لا يعلمون، ثم بنسبة 6.9% من

لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 0.4% من لا يوافقون تماماً على عبارات المحور. كما نلاحظ أن الوسط

الحسابي بلغ (4.29) وهي يقع في المدى (4.21-5.00) وهو المدى الذي يعبر عن (أوافق تماماً)

بانحراف معياري (0.82) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة

الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة التامة على محور التعارف بين الحضارات. أما من حيث ترتيب العبارات تنازلياً فيمكن كالاتي:

أولاً: جاءت أربع عبارات في المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (أوافق تماماً) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالاتي:

1/ جاءت العبارة (المجتمع بحاجة لخطط إستراتيجية متنوعة تعرفهم بالحضارات) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.65) وانحراف معياري (0.72).

فالإعلام الرقمي غير في علاقات البشر مع السلطة، حيث أنه في الماضي كانت علاقة السلطة بالناس هي علاقة السيد الذي يأمر وينهي، والناس تطيع، ثم بتغير المجتمعات أصبحت العلاقة مثلاً كما في المجتمعات الديمقراطية هي علاقة الوكالة، حيث أصبح الناس هم من ينتدبون ويختارون من يمثلهم لممارسة السلطة، ومع ثورة الاتصالات، أصبحت هنالك قدرة فعالة بين الناس ليس للتواصل فقط بل لإيصال أصواتهم وآرائهم (الزين، مصدر سابق).

وأصبح المجتمعات النامية مثل المجتمع العربي بحاجة إلى رؤية من داخل المنطقة، فمنطقة الشرق الأوسط ولعالم العربي لفترة طويلة جداً ظل العالم ينظر إليها من خلال الأعين الغربية، أي لم تكن هنالك مراكز أبحاث تقدم دراسات وأبحاث من داخل المجتمع، وبالتالي غطى هذه الفجوة ومازالت تغطي إلى حد كبير من خلال العدسة الغربية (الزين، مصدر سابق).

فلا بد لكل دولة عربية أن تبني إستراتيجية تقود إلى التعارف بين الدول العربية في المقام الأول، ثم الانطلاق لبناء إستراتيجية لصناعة تعارف مع الحضارات الغربية وخلافها. وهذا يعتمد على تنشيط وسائل الإعلام العربية في صناعة هذا الفكر، التي بدأ بعض المؤشرات عليه مثل ما تفعله قناة

الجزيرة التي تقدم الخبراء في كل صراع إقليمي، فمثلاً الحرب في اليمن، تقوم الجزيرة بتقديم خبير في الشأن اليمني يفهم الجغرافيا اليمنية والثقافة والتاريخ والمجتمع اليمني، وبالتالي يقدم قراءة وتحليلات لما يجري في المجتمع اليمني، بما يعتقد أنه أقرب للدقة والواقعية بدلاً من التحليلات الغربية. فمنطقة الشرق الأوسط عانت لفترات طويلة جداً من سوء الفهم، وأحياناً قد تكون هذه النظرة مدفوعة القيمة (المصدر السابق).

فالعالم اليوم يمر بمرحلة تحول عميقة جداً، لم يدرك الناس بعد أبعادها، فمرحلة العولمة وانتشار الإعلام الرقمي. أحدثت زلزالاً في كل المجتمعات، وأصبحت كل المفاهيم الراسخة القديمة في علاقات البشر كأفراد ومجتمعات تتعرض لهزات، فمجتمعاتنا اليوم عليها أن تدرك أننا في مرحلة اهتزاز في كل شيء قديم، ونحتاج لوقت لمعرفة التغييرات والتكيف معها. لذا لابد من بناء إستراتيجيات لقيادة هذا التحول نحو الجانب الإيجابي تعارفاً بين الحضارات (المصدر السابق).

2/ جاءت العبارة (التعارف بين الحضارات مهم جداً للقرن الواحد والعشرين) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.64) وانحراف معياري (0.60).

فبدخول العالم للقرن الواحد والعشرين وما واكبه من تطور لوسائل الإعلام وصل لمرحلة الرقمنة، أدى ذلك إلى إلغاء الكثير من الحواجز التي كانت تمنع الشعوب من التواصل. فالإعلام الرقمي سهل هذا التواصل بشكل كبير، فلا يوجد لغة الآن موجودة ومكتوبة في النت وإلا بإمكانك أن تصل لها، فالشركا الكبيرة كغوغل مثلاً وفرت ترجمة فورية للصفحات، فأصبح بإمكان كل إنسان القدرة على التواصل مع كل اللغات، وأصبحت اللغة لا تشكل حاجز كما كانت من قبل. (حريكانات، المصدر السابق)

كما أن الغرب على مشارف القرن الحادي والعشرين لم يعد يحتكر الحداثة التقدم والحضارة، ولم تعد تجربته هي الوحيدة في هذا العالم. فالبد أن يتعرف بالآخر ويحاوهره، فما هو دور المسلمين في هذا الخضم الحضاري. حيث هنالك ملامح متعددة للصدام الحضاري في العالم، ولابد من تطوير آليات التعارف بين الحضارات إذا أراد العالم أن ينعم بالسلام والاستقرار الحضاري.

كما أن سلطة الإعلام الرقمي على كافة الحضارات تجعل من هذا القرن هو قرن التعارف بينها. حيث أصبح لكل شخص حساب في فيس بوك وله حساب في تويتر، فمثلاً أخبار الفن وأخبار الشباب من مختلف الحضارات هي التي تتصدر Social Media. وأصبح العالم بإمكانه متابعة أي حدث مهما قامت السلطات بإجراءات لعدم نشره، فمثلاً في يوم 28 يناير إبان الثورة المصرية تم قطع الانترنت من مصر، ومع ذلك فإن الأجانب ظلوا متابعين ما يحدث في الثورة من خلال الستالايت، فالغرب أصبح يعرف دقائق الأمور من الوطن العربي عن طريق Social Media، عن طريق ما

يشبه التقارير عن استخدام التواصل الاجتماعي من خلال تقارير مواقع التواصل الاجتماعي. لذا أصبحت الفرصة متاحة لكل الحضارات للانطلاق قدما في التعرف فيما بينها (المهدي، مصدر سابق).

3/ جاءت العبارة (التعارف بين الحضارات في الفكر الإسلامي هو التعايش والتلاقح الفكري والثقافي بين المجتمعات والعيش بسلام) في المرتبة الثالث بوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.76).

فالإسلام هو كلمة السلام والسلام يتطلب التعايش والتلاقح الفكري والثقافي بين المجتمعات والتعارف بين الحضارات وهذا مبدأ أقرته الآية الكريمة (يُهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَحَدَّكُمْ شُعُرَ مِثْقَالٍ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) [سورة الحجرات: 13].

فلا خلاف أن مبدأ التعارف الحضاري والتواصل هو مبدأ أصيل في الفكر الإسلامي، ولكن التطبيق في معظم الأحيان، خصوصاً في الجماعات والسلطات المسيطرة على الفعل في الواقع الإسلامي، تعمل بخلاف ذلك، أما لأفكار خاطئة تجاه الآخر، أو كردود فعل لمحاولة الآخر لفرض حضارته.

وقد سعت قناة AJ+ العربية في محاولة التوفيق الثقافي بين المجتمعات العربية، فهي تعتبر قناة إلكترونية رائدة في الإعلام الرقمي وساعدت كثير من الناس على التعرف على حضارة وثقافة الآخر، فعلى سبيل المثال، تقوم القناة بنشر فيديوهات مختلفة تحافظ فيها على لهجة البلد وفي نفس الوقت تعطي اعتبار شريح الأشياء التي تكون صعبة على المتلقي، وهذا الأمر يساعد الناس على السفر لبلدان أخرى من خلال اللهجة عن طريق الفيديوهات المعروضة (باسلام، 2017، مصدر سابق).

لذا فالإعلام وأفراد الثقافات المختلفة يواجهون بتحدي للعمل بين تنوع كبير بين الدول، لابد من الاجتهاد لتخطي هذا التحدي، وهذا الأمر يتطلب تفهم الآخرين وعدم الإسراع في الحكم عليهم، لاختلاف اللهجات واللغات، والمفاهيم. وهذه التحديات تواجه حتى المؤسسات الإعلامية، التي صارت تملك تنوع كبير من الموظفين بين مجمعة من بلاد مختلفة، فالجزيرة مثلاً يعمل لديها عاملين من مختلف الدول العربية. وهذا التنوع قد يساعد على تفهم الآخر المختلف ثقافياً ضمن المنظومة الحضارية الإسلامية العربية (صخوري، مصدر سابق).

4/ جاءت العبارة (التعارف بين الحضارات وسيلة لإرساء السلام في العالم) في المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.47) وانحراف معياري (0.79).

فالواقع الحالي للإعلام سوف يساعد على الآخر على التفهم دون الاعتماد على التعاطف فقط، بحيث تتيح للأجنبي أن يقرأ ما يحدث في الوطن العربي بصورة لا يكتبها الإعلام الغربي، ويحاول أن يتفهم الواقع، ولا يتعاطف معه، بل يفهم واقع الوطن العربي، ويفهم آليات العمل والفكر فيه، فالحضارات لا تريد اليوم التناصر، بل لابد من التفهم، وهذه الزاوية سوف تحدث فارق جيد في مفاهيم أفراد الحضارات المختلفة (موسى، مصدر سابق).

حيث أصبح هناك تواصل كبير بين المؤسسات الإعلامية الكبرى بين مختلف الحضارات، وكذلك بين المؤسسات الإعلامية وشركات الاتصال الإعلامية، فمثلاً الجزيرة الإخبارية لديها تعاملات مع شركات الاتصال الإلكترونية الكبرى ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وإدارات تويتر، ويتم التعامل معها باعتبارها أكبر مجتمع تواصل عربي، حيث أن هنالك الكثير من الأشياء التي يراهن

عليها من هذا التعامل، وهي في معظمها أهداف إنسانية تقوم على إرساء السلام العالمي والتواصل الحضاري (النجار، مصدر سابق).

ثانياً: جاءت عبارتان في المدى (3.41-4.20) وهو المدى المعبر عن (أوافق لحد ما) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

1/ جاءت العبارة (مفاهيم التعارف بين الحضارات متفق عليها في المجتمع) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (3.76) وانحراف معياري (0.96).

فالتغيرات في المفاهيم مثل (مفاهيم التعارف، الصدام، الحوار) ما زالت في طور التشكل، لذا فهي تختلف من حضارة إلى أخرى، وفي ذات الحضارة من شخص لآخر، لذا فيصعب الاتفاق على مفاهيم التعارف بين الحضارات في كل مجتمع.

حيث مازال العالم يتعرض لهزات التواصل التي بدأت منذ سنوات قليلة بفضل الإعلام الرقمي، ومازال الناس في مرحلة التواصل والتعرف على الآخر. وهذا ما جعل حتى مؤسسات الإعلام في بحث مستمر لإيجاد أرضيات صلبة تبني عليها إستراتيجياتها البرمجية. فمثلاً الجزيرة العربية كقناة مختص لبث القضايا التي تهم الواقع، العربي، تهتم ببث القضايا التي تهم مجتمعات الوطن العربي، لكن ما زال التفاعل بين المجتمعات المختلفة مع أخبار المجتمع الآخر ضعيفة إلى حد ما، فمثلاً إذا كان الخبر عن السودان تجد أن معظم الجمهور السوداني يتفاعل مع الخبر أكثر من الجمهور المصري أو الفلسطيني، لماذا، لأنهم هم الذين يعيشون الحالة أو الخبر أو الحدث، وهم الذين يعيشون تفاصيله، وبالتالي يكون لهم القدرة على التعبير عن الخبر، بواسطة التعليقات، فهم أدري بالخبر من غيرهم، وبالتالي هم أكثر استعداد أن يقدم للموقع تغذية راجعة.

لكن الباحث يرى أن مفاهيم التعارف بين الحضارات تحتاج إلى عدة سنوات لتجد لها أرضية فكرية صلبة تبني عليها إستراتيجيات، فالعالم اليوم يناضل للحد من الصراع الحضاري، الذي أثبت عدم جدواه، رغم السيطرة الأحادية للولايات المتحدة، وجهودها المضنية في بث أفكارها الرأسمالية وأفكار العولمة، فمازالت الشعوب والحضارات المختلفة، ترفض الوصاية الفكرية، بل وتجبه الوصاية بمزيد من الصراع.

2/ جاءت العبارة (المناهج الدراسية والتدريبية في التعليم العالي تحقق إدراكاً لثقافة التعارف بين الحضارات لديهم) في المرتبة الثانية والأخيرة من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (1.09). ورغم بعض التطورات في المناهج نحو التعارف والتعامل مع الآخر، إلا معظم المناهج في الون العربي ما زالت تقليدية، فالوطن العربي لديها مشاكل في التعليم، وهذا ما أنتج ما نحن عليه، فمعظم الدول العربية ميزانيتها عسكرية، وليست تعليمية أو صحية، فنحن العرب تعدادنا يزيد عن 400 مليون نسمة، وولكن أولوياتنا ليست في تقدم الشعوب. فالجيل العربي اليوم رغم تعليمه هو جيل غير مثقف ولا يتسم بالفهم، والأنظمة هي من جعت الشعوب (موسى، مصدر سابق).

يخلص الباحث من محور التعارف بين الحضارات، أن عينة الدراسة تؤمن بأن المجتمع بحاجة لخطط إستراتيجية متنوعة تعرفهم بالحضارات، حيث أن التعارف بين الحضارات يعتبر من أكثر الأشياء أهمية للعيش في القرن الواحد والعشرين. حيث تتوافر في معظم الحضارات أرضية للتعارف بين الحضارات، فمثلاً الحضارة الإسلامي هي حضارة تؤسس نظرياً على التعايش والتلاقح الفكري والثقافي بين المجتمعات والعيش بسلام، وكذلك الحضارة الغربية وفكرها الرأسمالي هي حضارة تقوم على حرية ورفاهية الإنسان وحقه الإنساني في العيش بسلام. وهناك قناعة تتزايد بمرور الأيام

أن التعارف بين الحضارات هو من أنجع الوسائل لإرساء السلام في العالم. وهذا ما يتطلب من المفكرين والباحثين العمل على بذل الجهود لتنظير مصطلح التعارف بين الحضارات، وجعله مفهوم مقبول بين كل الشعوب والثقافات. مما يتطلب من كافة الحضارات والثقافات أن تبني مناهجها الدراسية والتدريبية في كافة مراحل التعليم للرفي الفكري نحو نشر ثقافة التعارف بين الحضارات.

ثالثاً: عرض نتائج المحور الثالث: مرتكزات التعارف بين الحضارات:

جدول (7/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور مرتكزات التعارف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ التعارف بين الحضارات يتحقق بوحدة الخطاب الإنساني وإن اختلفت المصالح	التكرار %	43 %47.8	38 %42.2	5 %5.6	3 %3.3	1 %1.1	4.32	0.81	94.8	0.000
2/ وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات	التكرار %	52 %57.8	28 %31.1	7 %7.8	3 %3.3	0 %0	4.43	0.77	67.6	0.000
3/ طرح القضايا بموضوعية ومهنية في الإعلام الرقمي تزيل الكراهية والعنصرية بين الشعوب	التكرار %	49 %54.4	29 %32.2	5 %5.6	7 %7.8	0 %0	4.33	0.89	57.3	0.000
4/ التنوع الثقافي المعرفي مدعاة للتكامل الحضاري	التكرار %	49 %54.4	30 %33.3	9 %10	2 %2.2	0 %0	4.40	0.76	60.4	0.000
5/ التعارف سنة كونية دعت إليها الأديان وخدمها الإعلام	التكرار %	48 %53.3	29 %32.2	8 %8.9	4 %4.4	1 %1.1	4.32	0.89	89.2	0.000
	التكرار %	241 %53.5	154 %34.2	34 %7.7	19 %4.2	2 %0.4	4.36	0.82		

من الجدول (7/4) نلاحظ أن 53.5% يوافقون تماماً على عبارات محور مرتكزات التعارف بين الحضارات، يليهم بنسبة 34.2% من يوافقون لحد ما، ثم يليهم بنسبة 7.7% من لا يعلمون، ثم بنسبة 4.26.9% من لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 0.4% من لا يوافقون تماماً على عبارات المحور. كما نلاحظ أن الوسط الحسابي بلغ (4.36) وهي يقع في المدى (4.21-5.00) وهو المدى الذي يعبر عن (وافق تماماً) بانحراف معياري (0.82) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة التامة على محور مرتكزات التعارف بين الحضارات. أما من حيث ترتيب العبارات تنازلياً فيمكن كالاتي:

أولاً: جاءت جميع العبارات الخمس في المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (وافق تماماً) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالاتي:

1/ جاءت العبارة (وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.43) وانحراف معياري (0.77).

فالتنوع الحضاري هو واقع وجودي، أما صراع الحضارات فهو ناتج إنساني. ولا يمكن أن يكون التنوع هو محفز للصدام أو الصراع الحضاري، فالتنوع هو عامل قوة لا عامل سلب، ولكن مطامع الإنسان هو من تجعله عامل سلبي، بسلب الآخر حقه في الاعتقاد وحرية الثقافة، وحرية اختيار حياته.

فأطروحة صدام الحضارات لهنتجتون توجه بالعديد من المشاكل، فقد تمحورت الانتقادات الفكرية حول تعامل هنتجتون مع الظواهر السياسية كمسلمات جوهرية في ثقافات الشعوب، كمسلمة وجود التنوع الحضاري يؤدي إلى صراع الحضارات، وقد تجاهل هنتجتون الحركات البشرية المؤثرة على عملية تبلور الهويات، مما جعل هنالك اتهامات لأطروحته بالبساطة والسطحية، فنظريته هذه تلقى رواجاً في أوساط حركات الإسلام السياسي، فهؤلاء بدورهم لا يعترفون بالدولة القومية، ويؤمنون بأن جميع المسلمين حول العالم يشكلون مجتمعاً سياسياً تحكمه الشريعة الإسلامية. وفي هذا المجال يقول إدوار سعيد بأن هنتجتون أعتمد بشكل كبير على برنارد لويس، وقام بتجسيد كيانات ضخمة وواسعة تسمى "الغرب" و"الإسلام" بتهور. وبذلك تجهل هنتجتون التاريخ الطويل التي مرت به أوروبا، ويريد أن يجعل من الحضارات والهويات كيانات مغلقة تم تطهيرها من التيارات الكثيرة التي حركت وتحرك التاريخ البشري. أن يكون المرء مسلماً قد يعني أشياء كثيرة، قد يكون تمثيلاً لمجموعة من القيم والممارسات، قد يكون ارتباطاً ثقافياً، تصنيف لدولة أو غير ذلك، فهناك مسمون يرون ضرورة فصل الدين عن الدولة، وأولئك الذين يعتقدون بوجود أن تكون الشريعة مصدر التشريع، وأولئك الذين ينظرون إليها على أنها أحد مصادر التشريع، وهناك من يراها غير مرتبطة ولا ينبغي أن تكن ذي صلة في القانون المعاصر. فالتنوع البشري هو حقيقة وجود كما ذكرنا، والحقيقة الأخرى للعلاقة بين هذه البشر هي التدافع كما ورد في كثير بين آيات القرآن ولكن، التدافع قد يكون إيجابي وقد يكون سلبي، وخلال كافة مراحل التاريخ، يتزوج التدافع بنوعية مع تفوق نسبي لأحدهما على الآخر.

2/ جاءت العبارة (التنوع الثقافي المعرفي مدعاة للتكامل الحضاري) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.40) وانحراف معياري (0.76).

فاحترام التنوع الثقافي من مستلزمات التكامل الحضاري. فإذا كان المسلمون وخلافهم على استعداد للاستجابة للتوجه القرآني المنادي بالتواصل والتعارف الحضاري فيحق لنا أن نتسأل: هل يمكن أن يكون هناك تعاون وتكامل بين الحضارتين الغربية والإسلامية دون أن تكف وسائل الإعلام الغربية والإسلامية عن تشويه صورة الآخر والتحريض عليه ووصمهم بكل الأصواف الشيطانية، ودون تنقية مناهج التعليم من كل ما تحويه من مالمات وتحريفات مغرضة. فلا يمكن لحضارة أن تسيطر على أخرى باحترام التنوع الثقافي، بكل حضاري سيطرت على أخرى خلال التاريخ البشري، هي حضارة قامت بإلغاء التنوع الثقافي، وهذا ما يؤكد كريتيان دوبري بقوله: "إن الحضارة الغربية لم تبني هيمنتها العالمية منذ فجر القرن السادس عشر إلى يومنا هذا، إلى على جبال من المذابح والجرائم ضد الإنسانية، اتسمت بوحشية لم يسبق لها مثيل في التاريخ، من حيث حجمها ومدة استغراقها" (انترنت).

3/ جاءت العبارة (طرح القضايا بموضوعية ومهنية في الإعلام الرقمي تزيل الكراهية والعنصرية بين الشعوب) في المرتبة الثالثة بوسط حسابي (4.33) وانحراف معياري (0.89).

ويتم ذلك بالتعريف بالجماعات من قبل الإعلام الرقمي بدون تحيز أو تعصب أو كراهية أو عنصرية لها حيث تقوم الجزيرة نت على سبيل المثال بإفراد مساحة لهذا المجال من خلال التعامل اليومي، حيث تطرح في العن بعض الحركات وبعض المسميات التي تظهر في الساحة مثل الطائفة الدينية التي تسمى الأحمدية، حيث قامت بإعداد بطاقة تعرف بها، وكذلك مثلاً في السودان يقوم الموقع بالتعريف بالكثير من المناطق التاريخية التي لها باع ولها تاريخ، والتعريف كذلك بالقبائل السودانية، التي لم تجد مكان تعريف لها عل الساحة من قبل خصوصاً الساحبة العالمية، وذلك عن طريق التعريف بإرثها الحضاري (العبدلاوي، مصدر سابق).

فالتطور الذي حدث لوسائل الإعلام ووصل لمرحلة الرقمنة، وحد بين الكثير من القضايا المشتركة التي كانت تهم الشعوب. فالإعلام الرقمي سهل هذا التواصل بشكل كبير، فلا يوجد الآن لغة موجودة ومكتوبة في النت إلا بإمكانك أن تصل لها (حريكانات، مصدر سابق).

4/ جاءت العبارة (التعارف بين الحضارات يتحقق بوحدة الخطاب الإنساني وإن اختلفت المصالح) في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.32) وانحراف معياري (0.81).

فالإيمان برسالة الإعلام تحتاج إلى تحقيق كرامة الإنسان، وقد أكد سامي الحاج أنه من خلال تجربته في معتقل غوانتانامو تعرف على اللجنة الدولية للصليب الأحمر، وهو حسب نشأته واعتقاده كان هناك حاجز كبير بينه وبين هذه المنظمة، وأتاح له التواصل معها ومعرفتها إلى معرفة جوانب إنسانية ذات قيمة عالية ورائعة، فالتجربة أتاحت له التعرف عن قرب على هذه المنظمة، وشعر بأهمية الرسالة التي تقوم بها. لذا يرى أن الفجوة الكبيرة للتواصل بين الثقافات والحضارات هو عمل يحتاج أن يعمل الإعلام الرقمي عليه. ويعمل على إنتاج خطاب عالمي إنساني وأن اختلفت توجهاته (الحاج، مصدر سابق).

5/ جاءت العبارة (التعارف سنة كونية دعت إليها الأديان وخدمها الإعلام) في المرتبة الخامسة والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.32) وانحراف معياري (0.89).

رابعاً: عرض نتائج المحور الرابع: العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات:

جدول (8/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بفاعلية	التكرار %	38 %42.2	43 %47.8	6 %6.7	3 %3.3	0 %0	4.28	0.73	58.3	0.000
2/ الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بسعة الحرية فيه	التكرار %	30 %33.3	50 %55.6	6 %6.7	4 %4.4	0 %0	4.17	0.74	63.4	0.000
3/ الإعلام الرقمي عرف بحضارة الإسلام أكثر من الإعلام التقليدي	التكرار %	32 %35.6	40 %44.4	11 %12.2	7 %7.8	0 %0	4.07	0.88	34.1	0.000
4/ الإعلام الرقمي مصدر لتنمية المعلومات عن الحضارات الغربية	التكرار %	32 %35.6	48 %53.3	5 %5.6	5 %5.6	0 %0	4.18	0.77	60.1	0.000
5/ صورة الحضارة الإسلامية في الإعلام الرقمي موجبة	التكرار %	8 %8.9	37 %41.1	17 %18.9	24 %26.7	4 %4.4	3.32	1.08	38.5	0.000
6/ صورة الحضارة الغربية في الإعلام الرقمي موجبة	التكرار %	28 %31.1	35 %38.9	14 %15.6	10 %11.1	3 %3.3	3.83	1.09	38.5	0.000
7/ الإعلام الرقمي وسيلة متقدمة في التواصل الحضاري	التكرار %	46 %51.1	34 %37.8	6 %6.7	1 %1.1	3 %3.3	4.32	0.90	94.3	0.000
8/ من أهداف الإعلام الرقمي التعارف فيما بين الحضارات	التكرار %	32 %35.6	40 %44.4	11 %12.2	7 %7.8	0 %0	4.07	0.88	34.1	0.000
9/ الإعلام الرقمي يحقق احتراماً لتنوع الثقافات والأديان	التكرار %	26 %28.9	42 %46.7	10 %11.1	9 %10	3 %3.3	3.87	1.04	56.1	0.000
10/ أسهم الإعلام الرقمي على استتباب الأمن والسلام العالمي	التكرار %	12 %13.3	26 %28.9	15 %16.7	31 %34.4	6 %6.7	3.07	1.20	23.4	0.000
11/ للإعلام الرقمي دور موجب في رؤية المسلم للحضارة الغربية	التكرار %	15 %16.7	45 %50	17 %18.9	10 %11.1	3 %3.3	3.65	0.99	57.1	0.000
12/ أسهم الإعلام الرقمي في التعريف بالآخر بصورة لم تكن متاحة في الإعلام التقليدي	التكرار %	40 %44.4	41 %45.6	4 %4.4	3 %3.3	2 %2.2	4.26	0.87	93.8	0.000

		0.93	4.09	24 %2.2	114 %10.6	122 %11.3	481 %44.5	339 %31.4	التكرار %	
--	--	------	------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--

من الجدول (8/4) نلاحظ أن 44.5% يوافقون إلى حدٍ ما على عبارات محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات يليهم بنسبة 31.4% من يوافقون تماماً، ثم يليهم بنسبة 11.3% من لا يعلمون، ثم بنسبة 10.6% من لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 2.2% من لا يوافقون تماماً على عبارات المحور. كما نلاحظ أن الوسط الحسابي بلغ (4.09) وهي تقع في المدى (3.41-4.20) وهو المدى الذي يعبر عن (أوافق لحدٍ ما) بانحراف معياري (0.93) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة لحدٍ ما على محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات. أما من حيث ترتيب العبارات تنازلياً فيمكن كالتالي:

أولاً: جاءت ثلاثة عبارات في المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (أوافق تلماً) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالتالي:

1/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي وسيلة متقدمة في التواصل الحضاري) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.32) وانحراف معياري (0.90).

فالإعلام الرقمي سهل التبادل الثقافي والتبادل المعرفي، وقد ساهم ذلك في التواصل والتفاهم بين الحضارات، وتساعد الإنسان من اكتشاف ما عند الشعب الآخر من أشياء مشابهة له، ما كان في الماضي باستطاعته اكتشافها (حريكانات، مصدر سابق).

وقد أقامت القنوات الفضائية العديد من المواقع التفاعلية كموقع الجزيرة نت، التي تهتم بالتواصل الحضاري مع الآخرين، حيث يجمعها مع الآخرين قضايا كثيرة، فهي تنقل الخبر نفسه إلى جمهور غير الجمهور العربي، فعندما تكون القناة عالمية لا تقدم المحتوى المختص فقط للمتلقي الإقليمي (العربي)، رغم أنها قناة تهتم باللغة العربية في المرتبة الأولى، ولكنها لا تتجاهل العامل الآخر، وهذه العالمية فرضت على الجزيرة أن تكون هي جزء من التواصل الحضاري فيما بين الشعوب (المصدر السابق).

2/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بفاعليته) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.28) وانحراف معياري (0.73).

وعلى سبيل المثال قناة AJ+ عربي، على الانترنت، كأحد قنوات الإعلام الرقمي هي قناة كان لها دور فاعل في التعارف بين الثقافات والحضارات، فعلى سبيل المثال عرض في أكثر من موسم برنامج بعنوان (معنى معنى) وهو برنامج بنيت فكرته على تبادل اللهجات المحلية فمثلاً كلمة (كديسة) باللهجة السودانية، تقوم بوضعها في سياق، ويتم سؤال الناس عن معرفتهم بمعنى كلمة كديسة، وقد وجد أن معظم الناس لا تعرف هذه الكلمة، وبمجرد أن يعرفوا أن هذه الكلمة تعني (قطة)، تصبح لديهم معرفة بالمصطلحات في اللهجات الأخرى، وهذا الشيء يكسر حواجز لغوية كثيرة، ويستفيد الناس من بعضهم بالتعرف على معاني الأشياء بمسمياتها المختلفة، وهذه البرامج استمر لأكثر من موسم، حيث يقوم بتعريف بكلمات كثيرة معروفة داخل ثقافتها فقط، وغير معروفة في الوطن العربي، والهدف من هذا البرنامج هو زيادة التواصل بين الشعوب العربية، وفي موسم آخر تم الاعتماد على الأمثال الشعبية من كتل ثقافة في الوطن العربي، والقيام بشرح المثل، فالأمثال الشعبية علاوة

على احتوائها على الألفاظ تقرب بين المجتمعات، فهي تحوي على لفظ، وتحوي على تركيبة معين، والهدف منا توصيل معنى معين يضرب به المثل (الشاذلي، مصدر سابق).

3/ جاءت العبارة (أسهم الإعلام الرقمي في التعريف بالآخر بصورة لم تكن متاحة في الإعلام التقليدي) في المرتبة الثالثة والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (0.87).

وذلك للحرية التي توجد في الإعلام الرقمي، فالإعلام التقليدي ما زال موجه إلى حد كبير، ويعمل على صعوبة التعارف بالآخر، ويعمل الإعلام الرقمي على استغلال سوء الفهم، فالأشخاص الذي يمتلكون آلة إعلامية يوجهون البسطاء من الناس والتأثير عليهم. وأبسط مثال على ذلك ما حدث بين مصر والسودان رغم العلاقة الوطيدة، ولكن مجرد ما تحرك الإعلام المصري وبدأ الطعن والاستهزاء بالسودان أثر على السودان. والآن مشاعر السودانيين تجاه شمال السودان وهي مصر مشاعر سيئة، فالإعلام الرقمي استطاع أن يوجه في التعرف على مكونات الآخر رغم حدية اللهجة، وهذا ما نجح فيه على عكس الإعلام التقليدي الذي لم ينجح في تصحيح الصورة (الحاج، مصدر سابق).

ثانياً: جاءت سبع عبارات في المدى (3.41-4.20) وهو المدى المعبر عن (أوافق لحد ما) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

1/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي مصدر لتنمية المعلومات عن الحضارات الغربية) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.77).

وهذه الخاصية لم تتم عليها الموافقة بصورة كبيرة لكون أن معظم وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي تهتم بالأحداث العربية والعلاقات الشخصية، إلا أن وسائل الإعلام الرقمي الجماهيرية لها اهتمام بهذا الأمر هي التي تهتم بالتعريف بالحضارات الغربية فمثلاً موقع الجزيرة نت بحكم شهرته فهو منشور في كل أنحاء العالم ويعكس تراث مختلف البقاع ويخلق نوع من التوفيق في نشره للأحداث بين الدول العربية والإسلامية والغربية.

2/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بسعة الحرية فيه) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.74).

فالحرية في الحصول على المعلومة والتواصل مع الناس بثورة المعلومات الأخيرة أصبحت حرية متاحة ولا يستطيع أحد منعها من البشر (الزوين، مصدر سابق). إلا أن هذه الحرية تعمل في بعض الأحيان نحو التعصب والتكنل والعيش في أنا، لذا فالإعلام الرقمي سهل التواصل بصورة لم تكن متوفرة من قبل بسعة الحرية فيه، ولكن لا تؤدي هذه الحرية بالضرورة إلى تحقيق التعارف بين الحضارات، فهذه الحرية تتطلب رغبة الإنسان في التعرف على الآخر.

3/ جاءت العبارتان (من أهداف الإعلام الرقمي التعارف فيما بين الحضارات) و (الإعلام الرقمي عرف بحضارة الإسلام أكثر من الإعلام التقليدي) في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.88). فالسيطرة على الإعلام التقليدي تضعف من التعرف على الآخر، ولكن الانفتاح الذي شهد العالم بعد ثورة الإعلام الرقمي، جعل من السهولة بمكان إمكانية التعرف على حضارة الآخر وثقافته.

4/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي يحقق احتراماً لتنوع الثقافات والأديان) في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة لحدٍ ما بوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (1.04).

5/ جاءت العبارة (صورة الحضارة الغربية في الإعلام الرقمي موجبة) في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة لحدٍ ما بوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (1.09). فالدول الغربية هي المسيطرة على Social Media، لأنها هي صانعة تلك الوسائل (النجار، مصدر سابق). ووسائل التواصل الاجتماعي هي أكبر جمهورية مرت على التاريخ، والشركات الغربية أنشأت هذه المواقع كوسائل تواصل اجتماعي، تساعد الناس على التعرف على بعض وتفهم ثقافتهم، وقد نجحت في هذا الأمر إلى حد ما، حيث أن أصبح بإمكان الناس التعرف على الحضارية الغربية وتفهمها.

6/ جاءت العبارة (للإعلام الرقمي دور موجب في رؤية المسلم للحضارة الغربية) في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث الموافقة لحدٍ ما بوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.99).

جاءت هذه النتيجة موافقة لحدٍ ما لكون أن هنالك العديد من الجماعات والتيارات الإسلامية ترى في الحضارة الغربية العدو لها، لذا ف رؤية الحضارة الغربية بشكل موجب هو ما يراه جزء من المسلمين، وغيرهم يراها حضارة سالبة بالنسبة لهم. وقد ساعد الإعلام الرقمي فئات الشباب على تفهم العولمة وحضارة الغرب، وكذلك عكست الجانب السلبي فيها، وهو ما قاد إلى التيارات المتطرفة في الآونة الأخيرة كداعش على سبيل المثال، فهذه الجماعات أثرت ولا يمكن منعها، وفقاً لحرية الإعلام الرقمي، فكل شخص حر في مشاهدتها وفهمها (موسى، مصدر سابق).

ثالثاً: جاءت عبارتان ضمن المدى (2.61-3.40) وهو المدى المعبر عن (لا أعلم) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

1/ جاءت العبارة (صورة الحضارة الإسلامية في الإعلام الرقمي موجبة) في المرتبة الأولى من حيث عدم العلم بوسط حسابي (3.32) وانحراف معياري (1.08).

ويصعب تحديد هذا الافتراض القائل بإيجابية صورة الحضارة الإسلامية في الإعلام الرقمي، لكون أن الحضارة الإسلامية في واقع اليوم تواجه بالعديد من المعطيات، خصوصاً أن العالم الإسلامي اليومي والعربي بشكل خاص يواجه بصراعات طائفية، وعرقية وثقافية مختلفة. لذا فعدم النجاح في تصحيح صورة الحضارة الإسلامية ومركزاتها على أرض الواقع هو ما يؤدي إلى الحياد تجاه صورة هذه الحضارة بشكل جمعي. فعلى سبيل المثال، مازال هنالك صراع حضاري بين عدد من الدول عن أحقية كل دولة في أصل الحضارة، وهي حضارات سبقت الإسلام، فالنزاع بين السودان ومصر بدأ من أن الكل يدعي أنه أصل الحضارة فمصر انزعجت عندما بدأ السودان يبرز حضارته. مما يجعل حيز للتساؤل: ماذا ينقص مصر من وجود حضارة السودان؟ وماذا ينقص السودان من وجود حضارة مصر؟ (الحاج، مصدر سابق).

وهناك مصطلحات جديدة تبرز الحضارة الإسلامية بشكلها السالب وانتشرت على الإعلام الرقمي. فالإعلام الرقمي أحياناً يحمل عكس مصطلحات التعارف بين الحضارات مثل مصطلحات الإسلاموفوبيا، وأحياناً تبرز فيه جوانب العنصرية والأنا ونحن وتضخيم الذات (طه، مصدر سابق).

2/ جاءت العبارة (أسهم الإعلام الرقمي على استتباب الأمن والسلام العالمي) في المرتبة الثانية من حيث عدم العلم بوسط حسابي (3.07) وانحراف معياري (1.20).

فالإعلام الرقمي تحسي فيه الآن صراع بين الحضارات (المصدر السابق). كما تجده فيه حوار الحضارات والتواصل الحضاري، والتعارف بينها، لذا جاءت إجابة العينة ب(لا أعلم) على

مساهمة الإعلام الرقمي في استتباب الأمن والسلام العالمي. ولكن ما يميز الإعلام الرقمي في مساهمته في هذا الجانب ما لم يكن متاحة في الإعلام التقليدي هو قدرته على إبراز كافة الأماكن والحضارات والأشخاص والثقافات والعرقيات، بشكل يجعل من التعرف على الآخر أكثر سهولة، وهي خطوة مهمة في تحقيق الأمن والسلام العالمي.

خامساً: عرض نتائج المحور الخامس: محور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعرف بين الحضارات:

جدول (9/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعرف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ الإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعرف بين الحضارات	التكرار %	28 %31.1	50 %55.6	9 %10	2 %2.2	1 %1.1	4.13	0.76	97.2	0.000
2/ الإعلام الرقمي يسهل التعرف بين الحضارات	التكرار %	39 %43.3	45 %50	6 %6.7	0 %0	0 %0	4.36	0.60	29.4	0.000
3/ الإعلام الرقمي تجاوز على نظرية حراسة البوابات في تحقيق التعرف بين الحضارات	التكرار %	40 %44.4	40 %44.4	7 %7.8	2 %2.2	1 %1.1	4.28	0.79	90.7	0.000

0.000	63.8	0.66	4.30	0 %	1 %1.1	7 %7.8	46 %51.1	36 %40	التكرار %	4 / الإعلام الرقمي وسيلة حضارية عكست صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات
0.000	64.8	0.65	4.28	0 %	1 %1.1	7 %7.8	47 %52.2	35 %38.9	التكرار %	5 / الإعلام الرقمي ساعد على انتشار معالم الحضارات الأصيلة والتراث الإنساني
0.000	24.8	0.63	4.27	0 %	0 %	9 %10	47 %52.2	34 %37.8	التكرار %	6 / الإعلام الرقمي أبرز كثيراً من مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات
0.000	53.2	0.70	4.18	0 %	1 %1.1	12 %13.3	46 %51.1	31 %34.4	التكرار %	7 / الإعلام الرقمي أحدث تغييرات إيجابية في التعارف بين الحضارات الإنسانية
		0.68	4.25	2 %0.3	7 %1.1	57 %9	321 %51	243 %38.6	التكرار %	

من الجدول (9/4) نلاحظ أن 51% يوافقون إلى حد ما على عبارات محور انعكاسات الإعلام الرقمي

على التعارف بين الحضارات يليهم بنسبة 38.6% من يوافقون تماماً، ثم يليهم بنسبة 9% من لا

يعلمون، ثم بنسبة 1.1% من لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 0.3% من لا يوافقون تماماً على عبارات

المحور. كما نلاحظ أن الوسط الحسابي بلغ (4.25) وهي يقع في المدى (4.21-5.00) وهو المدى

الذي يعبر عن (أوافق تماماً) بانحراف معياري (0.68) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على

تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من

(0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة التامة على محور انعكاسات الإعلام الرقمي على

التعارف بين الحضارات. أما من حيث ترتيب العبارات فيمكن كالاتي:

أولاً: جاءت خمس عبارات في المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (أوافق تماماً) ويمكن ترتيبها تنازلياً كآتي:

1/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي يسهل التعارف بين الحضارات) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.36) وانحراف معياري (0.60).

فعلى سبيل المثال استطاعة بفضل تكنولوجيا الإعلام الرقمي من إنشاء موقع متخصص في التعليم الإلكتروني، في العام 2013م، وهذا الموقع مبني على فكرة، مع العلم أن الجزيرة ليست مؤسسة تعليمية بل مؤسسة إعلامية، وتسعى لجودة النصوص أو الإعلام سواء كانت فيديو أو تقارير مكتوبة. ومن هذا الأساس قدمنا الموقع التعليمي ليقدم مقالات وتقارير ويستطيع الطالب الأجنبي ممارسة اللغة العربية عن طريقه، فعلى سبيل المثال يتم اختيار مقال معين تم نشره من قبل الصحفيين في موقع الجزيرة، ويتوفر رابط للمقال الأصلي، ويقوم الشخص بفتح هذا الرابط، ويقدم له الموقع التعليمي إمكانية تحويل المقال إلى مادة تعليمية، عن طريق تشكيل النصوص واختصارها، وترجمتها إلى اللغات الإنجليزية والفرنسية والتركية، وترجمة الملخص للمقال. وبذلك نهدف إلى مساعدة الطالب على فهم النص بشكل عام، وكذلك هذا الأمر يتيح لكافة الحضارات والثقافات الأخرى أن تتعرف على الفكر العربي الممثل في قناة الجزيرة، وبالتالي فالإعلام الرقمي يسهل التعارف بين الحضارات (صالح، مصدر سابق).

وكذلك قناة AJ+ عربية فهي قناة رائدة في الإعلام الرقمي وساعدت كثير من الناس على التعرف على حضارة الآخرين (باسلام، مصدر سابق). فـ AJ+ عربية تعتمد على تنوع المواضيع، وتنوع البلدان، فقد تم إصدار العديد من القصص لمختلف البلدان.

2/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي وسيلة حضارية عكست صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.66).

حيث سهل الإعلام الرقمي من تفهم مصطلحات اللهجات واللغات المختلفة، وأصبح وسيلة تمثل طريقة تقرب بين الحضارات والثقافات (عادل، 2017، مقابلة).

فقدرة الإعلام الرقمي على تقديم كل الأخبار بسرعة وبسهولة وحتى من غير مؤسسة إعلام هو ما يجعل منه وسيلة حضارية تعكس صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات، فكل خبر له جذور حضارية تواصلية أو صراعية أو تصادمية وله مآلات إلى ذلك (العبدلوي، مصدر سابق). كما أن بروز وسائل الإعلام الرقمي بكثافة في الساحة أتاح نوع من التنافس بين وسائل الإعلام في فرض نفسها في المجتمعات العالمية والإقليمية. فعلى سبيل المثال الجزيرة تركز على القيم الحضارية المرتبطة بالمناطق ذات المشاهدة الأكثر بصورة مكثفة مقارنة ببقية المناطق. وهذه سياسة إعلامية تجعل من مضمون الخبر يحظى أكبر قدر من التفاعل.

فالعديد من وسائل الإعلام الرقمي على لا تحتاج على إنتاج خبري فقط، أو إنتاج ترفيهي، بل تحوي على جزء كبير من الإنتاج الثقافي الفكري المعرفي (الشاذلي، مصدر سابق). كما أن المجتمعات الموجودة الآن على السوشيال ميديا هي مجتمعات منقسمة بشكل عام (النجار، مصدر سابق).

3/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي ساعد على انتشار معالم الحضارات الأصيلة والتراث الإنساني) في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.28) وانحراف معياري (0.65).

لابد من القول أن سلطة الانترنت والمواقع الكبيرة مثل قول التي تساعد الناس على البحث عن المشترك في العالم، أصبحت أكثر سلطة من أي سلطات عالمية (موسى، مصدر سابق).

فقد أدت التطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام الرقمي من توفير للترجمات الآلية من تفهم كل ما يتاح من معالم الحضارات الأخرى. كما تقوم العديد من وسائل الإعلام الرقمي بتوفير موادها بعدة لغات تشمل لغة الأصل للمؤسسة، وترددها بالفرنسية بجانب الإنجليزية لانتشار استخدامها (صالح، مصدر سابق).

4/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي تجاوز على نظرية حراسة البوابات في تحقيق التعارف بين الحضارات) في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.28) وانحراف معياري (0.79).

تتجه الآن قنوات بأنه لابد من تسليط الضوء على التعرف على الآخر واحترامه، والتواصل مع حضارياً، فالآن حرية التعبير التي حدثت من حرس البوابة في كل مجتمع، ستقود إلى تسارع في التعارف بين الحضارات، فالإنسانية لا يوجد بينها خلاف كبير، إلا خلاف يصنعه الإنسان في مسائل دينية أو سياسية أو عقدية، وإذا تفهم الناس أن المسائل الدينية والعقدية هي مسألة تترك لرب العباد، وتم الحوار في تبادل الثقافات فلن تواجه مفاهيم التعارف بين الحضارات أي مشكلة (الحاج، مصدر سابق).

فالإعلام الرقمي أصبح هو الإعلام الأهم في هذه المرحلة، وسيكون في المراحل القادمة مستقبل الإعلام، فالمتابع لوسائل الإعلام يجد أنه يركز على الإعلام الرقمي أكثر من الوسائل

الإعلامية الأخرى، لدرجة تفاوت كبرى، فالإعلام الرقمي أصبح يلعب دور كبير جداً في تحقيق التعارف بين الحضارات. (المصدر السابق)

كما أصبحت وسائل الإعلام تعتمد على تفاعل الجماهير، وإتاحة الفرصة لتعبير عن آرائهم بحرية، فالجمهور هو من يعيش الحالة أو الخبر أو الحدث، وهو الذي يعيش تفاصيله، وبالتالي يكون له القدرة على التعبير عن الخبر، بواسطة التعليقات، وإتاحة تغذية راجعة مهمة لوسائل الإعلام وللعاملين فيها، وكافة المواقع الإعلامية اليوم تتيح للجمهور التغذية الراجعة من خلال أي خبر، فهي تتيح نافذة للتفاعل مع الجمهور. فأصبح أي خبر ينشر تصحبه نافذة للتعليق للقاري ليكتب تعليقه (حركات، مصدر سابق).

فنظرية حراسة البوابات كانت تعتمد على نظرية الاتصالات اللاسلكية، والآن نظرية الاتصالات اللاسلكية لا وجود لها في Social Media لأنه اعتمادها على المرسل والمرسل والرسالة والوسط لأنه المتلقي أصبح نفسه هو مرسل ومتلقي والمرسل أصبح مرسل ومتلقي (الشاذلي، مصدر سابق).

فبوابات الإعلام الرقمي أصبحت الآن متاحة وبإمكان الناس أن يطلعوا وهذا يقربهم إلى امتلاك الإرادة، فكما خلق الله تعالى الإنسان ككائن حي يقرر مصيره، مثلما أتاح له الهواء وجعله شيء متاح، فالحرية في الحصول على المعلومة والتواصل مع الناس بثورة المعلومات الأخيرة أصبحت حرية متاحة، ولا يستطيع أحد منعها من البشر (الزين، مصدر سابق).

هذا الواقع - إلغاء نظرية حراسة البوابات - جعلت العديد من المؤسسات الإعلامية كقنا الجزيرة تقيم قسماً للسوشيال ميديا، حيث أقامت الجزيرة محتوى لها على كافة المنصات الاجتماعية،

وتبنت منذ عام 2014م إستراتيجية جديدة، وهي تبني قسم متخصص للسوشيال ميديا، وذلك لتحقيق هدفين، حيث كانت تواجه الجزيرة مشكلة في ال Out put، حيث أن نقل محتوى الجزيرة على الشاشة والمحتوى الإلكتروني لجمهور Social Media خصوصاً أن هنالك جيل عربي لا يتعامل إلا مع الشاشات الصغيرة، فكان تحدي الجزيرة هو نقل محتواها من الشاشات الكبيرة إلى الشاشات الصغيرة، لذلك أنشيء القسم وهو الهدف الرئيسي، وتشكل الفريق العام في القسم من نوعين من العناصر، النوع الأول الصحفيين الذين لديهم دراية جيدة بوسائل التواصل الاجتماعي، والنوع الثاني هم شباب Social Media حيث تم هيكلتهم كصحفيين، وكان هذا الدمج ما أدى إلى وجود هذا القسم الإبداعي. هذا القسم أدى إلى أن يبلغ عدد جمهور الجزيرة في كافة منصات السوشيال ميديا في عام 2013م حوالي 30-32 مليون شخص (النجار، مصدر سابق). فوسائل التواصل الاجتماعي قد تكون الوعاء الأمثل للتعارف بين الحضارات.

5/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي أبرز كثيراً من مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات) في المرتبة الخامسة والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (0.27) وانحراف معياري (0.63).

الوسائل الإعلامية أصبح بي شيء من ذلك، حيث تفرد مساحة لهذا المجال من خلال التعامل اليومي معبرامجها، فكل خبر يهم جماعة ما مهما كانت صغيرة، أصبح تجد له فرصة للظهور أو المناقشة على وسائل الإعلام الرقمي (العبدلاوي، مصدر سابق).

ثانياً: جاءت عبارتان فقط في المدى (3.41-4.20) وهو المدى المعبر عن (أوافق لحد ما) ويمكن ترتيبها تنازلياً كآآتي:

1/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي أحدث تغيرات إيجابية في التعارف بين الحضارات) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.70).

فمنذ عشرين سنة تقريباً بدأ الإعلام الرقمي يكتسح الساحة وأصبح الانترنت له حضور قوي في تشكيل الوعي وكوسيلة إعلام، وقد مر ذلك بأكثر من مرحلة، بداية بالصحف الإلكترونية، مروراً بما يعرف بالصحافة الاجتماعية ثم تطورت إلى وسائل تواصل اجتماعي بعد أ، كانت فكرة مدونات، والآن الجمهور أصبح يصنع إعلامه (الشاذلي، مصدر سابق).

فالتغيرات التي أحدثتها ثورة الإعلام الإلكتروني، بأنه يمكن تشبيهاً بمثل ما رينا سبحانه وتعالى خلق البشر جعل الهواء شيء أساسي، لأن الهواء شيء ضروري للحياة، ثم أكثر عنصر متوفر بعد الهواء الماس، والإنسان من دون ماء أو هواء لا يستطيع أن يعيش. نجد أ، ثورة الاتصالات والتكنولوجيا حررت الإنسان، ولم يعد بالإمكان لأي سلطة كانت سواء كانت دولة أو والدين أن تمنع الناس من التواصل أو الحصول على المعلومة، حيث كان في الماضي توجد حواجز، حيث يستطيع أي صاحب سلطة منع الناس من التواصل، أما الآن لم يعد بالإمكان لأي دولة كانت أن تخرق هذا التواصل. حيث يستطيع أي إنسان التواصل مع إنسان آخر، حيث يستطيع من خلال هاتفه الحصول على أي معلومة، حتى الأطفال أصبحوا بسهولة يتحصلوا على المعلومات، وقلت إلى حد كبير يكاد يندم أي سلطة من التحكم في وسائل التواصل والاتصال (الزين، مصدر سابق).

2/ جاءت العبارة (للإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعارف بين الحضارات) في المرتبة الثانية والأخيرة من حيث الموافقة لحد ما بوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.76).

فالآن عن طريق الإعلام الرقمي، خصوصاً الفيديوهات الموجودة على الإعلام الرقمي التي أصبح الإعلام التقليدي يستخدمها، فنجد أن الحضارات من خلال الفيديو يتم مشاركتها من جميع أنحاء العالم، فسهولة تصوير الفيديو من أي شخص وسهولة نشره بواسطة وسائل الإعلام الرقمي، هو ما يجعل للإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعارف بين الحضارات (المهدي، مصدر سابق).

سادساً: عرض نتائج المحور السادس: محور تحديات التعارف بين الحضارات:

جدول (10/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور تحديات التعارف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ التشدد (التطرف) في المعتقد مع التعبئة العاطفية يولد شعوراً بالصراع ينعكس سلباً على التعارف بين الحضارات	التكرار %	54 %60	30 %33.3	5 %5.6	1 %1.1	4.52	0.65	80.7	0.000
2/ تضخيم الذات الحضارية يعيق مسار التعارف بين الحضارات	التكرار %	41 %45.6	33 %36.7	11 %12.2	5 %5.6	4.22	0.87	39.6	0.000
3/ الطغيان بالقوة السياسية والقوة المالية يؤدي إلى الصدام بين الحضارات	التكرار %	55 %61.1	23 %25.6	9 %10	3 %3.3	4.44	0.80	71.9	0.000
4/ هيمنة مفهوم المصالح السياسية على العلاقات الدولية يعيق التعارف	التكرار %	53 %58.9	27 %30	5 %5.6	5 %5.6	4.42	0.83	69.4	0.000

بين الحضارات										
0.000	107.8	0.56	4.64	0 %0	1 %1.1	1 %1.1	27 %30	61 %67.8	التكرار %	5/ التعالي العرقي يعيق التعارف بين الحضارات
0.000	117.2	0.83	4.45	2 %2.2	1 %1.1	5 %5.6	28 %31.1	54 %60	التكرار %	6/ استغلال القيم الأخلاقية والدينية في الكسب السياسي والاقتصادي يؤدي إلى الصراع بين الحضارات
0.000	67.9	0.82	4.42	0 %0	2 %2.2	7 %7.8	30 %33.3	51 %56.7	التكرار %	7/ نظرية صناعة العدو الخارجي للشعوب مهدد كبير للتعارف بين الحضارات
		0.76	4.44	2 %0.3	18 %2.9	43 %6.8	198 %31.4	369 %58.6	التكرار %	

من الجدول (10/4) نلاحظ أن 58.6% يوافقون تماماً على عبارات محور تحديات التعارف بين

الحضارات يليهم بنسبة 31.4% من يوافقون لحد ما، ثم يليهم بنسبة 6.8% من لا يعلمون، ثم بنسبة

2.9% من لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 0.3% من لا يوافقون تماماً على عبارات المحور. كما نلاحظ

أن الوسط الحسابي بلغ (4.44) وهي يقع في المدى (4.21-5.00) وهو المدى الذي يعبر عن

(وفاق تماماً) بانحراف معياري (0.76) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل على تجانس إجابات

أفراد عينة الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من (0.05) لكل

العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة التامة على محور تحديات التعارف بين الحضارات.

أما من حيث ترتيب العبارات فيمكن كالاتي:

أولاً: جاءت كل العبارات السبع في المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (وفاق تماماً)

ويمكن ترتيبها تنازلياً كالاتي:

1/ جاءت العبارة (التعالي العرقي يعيق التعارف بين الحضارات) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.64) وانحراف معياري (0.56).

فمعظم وسائل الإعلام الرقمي تشهد انقسام عرقي وديني وطائفي، وكل أنواع الانقسامات، فالمشكلة الآن هي النظرة السلبية للآخر (النجار، مصدر سابق).

وهذا ما جعل صعوبة إنشاء وسائل للإعلام الرقمي متخصص في تحقيق التعارف بين الحضارات، فليس أحد يقوم بمشروع ليخاطب شعب آخر، فمثلاً إذا كنت في أي دولة فأنا أفكر فيما يحتاج إليه الناس، حيث أفكر في تطبيق للبيع أو تطبيق للأخبار، أو للمشاهير، وغيرها. فهو عادة المفكر في مشروع جديدة يفكر في سد حاجة ما بين المجتمع الذي يعيش فيه (موس، مصدر سابق).

2/ جاءت العبارة (التشدد (التطرف) في المعتقد مع التعبئة العاطفية يولد شعوراً بالصراع ينعكس سلباً على التعارف بين الحضارات) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.52) وانحراف معياري (0.65).

فوسائل الإعلام العربية تحاول أن تتفاح الوكالات الغربية، وتعكس صورة العالم العربي من داخل بيئته، وهنالك أشياء تجدها في العناوين الغربية لنظرتهم للشعوب العربية. وكذلك نجد ذلك في التغطية العربية باحتفاظهم صور نمطية عن الغرب، ولا تعنيهم التفاصيل أو الفروقات في المجتمع. وهو نوع من التشدد. فلا يوجد أحد ينشئ مشروع للتفاهم البشري عموماً، وأن وجدت تحت رعاية مؤسسات لديها تمويل، مثل الأمم المتحدة وغيرها، ولكنها لا تلقى أي رواجه. وهذا ما يبين أن التشدد والتطرف في المعتقد والتعبئة التي تحدث لجميع البشرية، هو ما ولد شعوراً بالصراع ينعكس سلباً على التعارف بين الحضارات (المصدر السابق).

ورغم أن هنالك العديد من وسائل الإعلام الرقمي أتاح فرصة الخروج بالحقائق، ومساعدة الناس على إصلاح المعتقدات الخاطئة، وذلك بقدرته وسائل الإعلام الرقمي على إبراز كافة جوانب القصور في الحقائق والمعتقدات في الناس، وبيان أسباب غلطها لدى الناس، مما يساعد الناس على التساؤل والبعد عن أخذ الحقائق من أقوال الأقرباء لأنهم أقرباء أو الأساتذة لأنهم معلمين. إلا أن التعصب الذي يعيشه العالم اليوم يحد من تأثير هذه الوسائل (عادل، مصدر سابق).

3/ جاءت العبارة (استغلال القيم الأخلاقية والدينية في الكسب السياسي والاقتصادي يؤدي إلى الصراع بين الحضارات) في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.45) وانحراف معياري (0.83).

وهذه مشكلة مجتمعية، وهي مشكلة جمهور، فجمهور Social Media في غالبيته ليس جمهوراً نخبواً، فالجمهور الذي يعلق هو الجمهور الأقل تعليمياً، فالمتعلم ليس لديه الوقت ليكتب أو يتابع، مما أتاح الفرصة لأصحاب الحملات والجيش الإلكتروني، المستغلين للقيم الأخلاقية والدينية للكسب السياسي والاقتصادي أن يكتبون لتوفر الوقت لديهم (النجار، مصدر سابق).

فالناس تحاول في هذا البحر الكبير من المعلومات والصراعات الدائرة، أن تزيل مفاهيم عند الغرب وعند الآخرين ومخاوفهم عن العرب وعن المسلمين، وتعكس الأشياء التي تراها أنها تدفع الشبهات والمخاوف والتهمة عن المسلمين وعن العرب، مثل حبهم للقتل والفساد. وهذا الحراك هو ما جعل الكثيرين يقومون باستغلال هذا الحوار في استغلال القيم الدينية لمكاسب دنيوية (طه، المصدر السابق).

4/ جاءت العبارة (الطغيان بالقوة السياسية والقوة المالية يؤدي إلى الصدام بين الحضارات) في المرتبة

الرابعة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.44) وانحراف معياري (0.80).

5/ جاءت العبارة (نظرية صناعة العدو الخارجي للشعوب مهدد كبير للتعارف بين الحضارات) في

المرتبة الخامسة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.82).

6/ جاءت العبارة (هيمنة مفهوم المصالح السياسية على العلاقات الدولية يعيق التعارف بين

الحضارات) في المرتبة السادسة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري

(0.83).

7/ جاءت العبارة (تضخيم الذات الحضارية يعيق مسار التعارف بين الحضارات) في لمرتبة السابعة

والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.22) وانحراف معياري (0.87).

سابعاً: عرض نتائج المحور السابع: محور مستقبل انعكاس الإعلام الرقمي على التعارف بين

الحضارات:

جدول (11/4)

التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات محور مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات

العبارة		أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	الدلالة
1/ المستقبل للإعلام الرقمي؛ لاعتماد على التكنولوجيا الحديثة	التكرار %	60 %66.7	24 %26.7	5 %5.6	1 %1.1	0 %0	4.58	0.65	96.7	0.000
2/ الإعلام الرقمي نقطة تحول حضارية متقدمة	التكرار %	66 %73.3	17 %18.9	6 %6.7	1 %1.1	0 %0	4.64	0.65	118.0	0.000

0.000	65.0	0.58	4.66	0 %	0 %	5 %5.6	20 %22.2	65 %72.2	التكرار %	3/ الإعلام الرقمي مؤثر عصري عالمياً على الحضارة الإنسانية
0.000	120.4	0.61	4.66	0 %	1 %1.1	4 %4.4	19 %21.1	66 %73.3	التكرار %	4/ انتقال المعلومات بكافة اللغات هي قوة الإعلام الرقمي الحضارية
0.000	64.2	1.06	4.11	1 %1.1	11 %12.2	7 %7.8	29 %32.2	42 %46.7	التكرار %	5/ الإعلام الرقمي سلطة ووسيلة لا تخضع لإرادة الحكومات
0.000	58.5	0.85	4.36	0 %	4 %4.4	10 %11.1	25 %27.8	51 %56.7	التكرار %	6/ الاعتماد المتبادل في الاقتصاد العالمي عامل حاسم في استمرار خدمة الإعلام الرقمي كحاجة مستقبلية
0.000	53.0	0.57	4.62	0 %	0 %	4 %4.4	26 %28.9	60 %66.7	التكرار %	7/ الصورة في الإعلام الرقمي كوسيلة تواصل تعبر الحدود الزمانية والمكانية
		0.71	4.51	1 %0.2	18 %2.9	41 %6.4	160 %25.4	410 %65.1	التكرار %	

من الجدول (11/4) نلاحظ أن 65.1% يوافقون تماماً على عبارات محور مستقبل انعكاسات الإعلام

الرقمي على التعارف بين الحضارات يليهم بنسبة 25.4% من يوافقون لحد ما، ثم يليهم بنسبة 6.4%

من لا يعلمون، ثم بنسبة 2.9% من لا يوافقون، ثم أخيراً بنسبة 0.2% من لا يوافقون تماماً على

عبارات المحور. كما نلاحظ أن الوسط الحسابي بلغ (4.51) وهي يقع في المدى (4.21-5.00) وهو

المدى الذي يعبر عن (وافق تماماً) بانحراف معياري (0.71) وهو أقل من الواحد الصحيح مما يدل

على تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة. كذلك نجد أن قيمة الدلالة المصاحبة لقيمة مربع كاي أقل من

(0.05) لكل العبارات.

تلك النتائج تدل على أن على الموافقة التامة على محور مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي

على التعارف بين الحضارات. أما من حيث ترتيب العبارات فيمكن كالاتي:

أولاً: جاءت ست عبارات ضمن المدى (4.21-5.00) وهو المدى المعبر عن (وافق تماماً) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالتالي:

1/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي مؤثر عصري عالمياً على الحضارة الإنسانية) في المرتبة الأولى من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.66) وانحراف معياري (0.58).

إن تأثير الإعلام الرقمي على الإنسانية اليوم تفوق على تأثير وسائل الإعلام التقليدي، بل أن وسائل الإعلام التقليدي أصبحت تعتمد بصورة كبيرة على وسائل الإعلام الرقمي لتخرج من عزلتها الإعلامية (المهدي، مصدر سابق).

2/ جاءت العبارة (انتقال المعلومات بكافة اللغات هي قوة الإعلام الرقمي الحضاري) في المرتبة الثانية من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.66) وانحراف معياري (0.61).

أصبحت هنالك أرضية كبيرة لانتقال المعلومات، فالإعلام الرقمي سهل سرعة وسهولة نقل المعلومة والتواصل، ما جعل الناس يتوهموا أن الإعلام الرقمي هو من يصنع الأحداث، فمعظم الأحداث ترجع في الأساس إلى رغبة البشر وطموحهم، والجديد هو أن الإعلام الرقمي سهل عملية التواصل وحد من إمكانية السلطات في الحد من هذا التواصل. ولم تعد اللغة حاجز، حيث يساعد الإعلام الرقمي على توفير التواصل بين البشر ذو الأهداف المتشابهة لتحقيق أهدافهم (الزين، مصدر سابق).

فوسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي ساعدا على وصول المعلومة والمعرفة إلى أوسع نطاق ممكن، حيث كان في السابق عندما تقوم ندوة أو مؤتمر يشمل عشرات أو مئات الأشخاص، أما الآن ففي وسائل التواصل الاجتماعي فيتابع هذه المنتديات الملايين والآلاف. فهذه الوسائل الحديثة

تساعد الناس في توصيل المحتوى المعرفي. فالعام يمر بمرحلة تحول عميق جداً. حيث زادت سرعة الانتقال والتواصل، مما أحدث زلزلة في كل المجتمعات، وأصبحت كل المفاهيم الراسخة القديمة في علاقات البشر، كأفراد ومجتمعات، تتعرض لهزات (المصدر السابق).

فوسائل الإعلام الرقمي، حدث من مشاكل الناس مع اللغات، ففي الماضي لو كان الشخص يرغب في الإطلاع على صحيفة ألمانية مثلاً لابد من مترجم وسيط، أما الآن فالمترجم نسه هو مترجم آلي، وقد ساعد وجود المترجم الآلي في أن تخطى الشعوب الحاجز القائم بينها وهو حاجز اللغة، فحاجز اللغة هو الحاجز الأساسي بين الشعوب، مما سهل التبادل الثقافي والتبادل المعرفي، وقد ساهمت في التواصل والتفاهم بين الحضارات، وتساعد الإنسان من اكتشاف ما عند الشعب الآخر من أشياء مشابهة له، ما كان في الماضي باستطاعته اكتشافها (حريكانات، مصدر سابق).

وهذا التأثير امتد للقنوات الإعلامية، فعلى سبيل المثال فالجزيرة نت هي واحدة من المنصات أو المواقع المهمة جداً بمسألة تخطي حاجز الاختلاف بين الحضارات أو تقريب فيما بين الحضارات المختلفة، ومن هذا المنطلق، فهي أطلقت موقع تابع للجزيرة باللغة الإنجليزية، وتهدف إل إطلاق موقع باللغة الصينية عما قريب، وهذا يدعم وصول المعلومة إلى كثير من الحضارات الأخرى. كما للجزيرة موقع لتعليم اللغة العربية، حتى يستطيع الآخر فهم ما تقدمه القناة، مما يساهم في تطوير اللغة العربية نفسها، وجعلها تأخذ مساحة أكبر مما هي موجودة فيه. وكل ما تقدمه الجزيرة إذا ما نظر إليه بنظرة شاملة، تجده يمثل إضافة للتواصل ما بين الحضارات وبين الشعوب وبين اللغات (المصدر السابق).

3/ جاءت العبارة (الإعلام الرقمي نقطة تحول حضارية متقدمة) في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.64) وانحراف معياري (0.65).

وأكبر ما يستدل على هذا الجانب هو اهتمام وسائل الإعلام الرقمي بصورة كبيرة، فعلى سبيل المثال، قامت الجزيرة الإخبارية بإنشاء قسم للرصد والتحقق، ووظيفته هو رصد المواد التي تأتي من المصادر المفتوحة وخصوصاً Social Media والتحقق منها وإرسالها إلى غرفتي قناة الجزيرة وموقع الجزيرة نت، هذا من الأشياء التي لم تكن موجود من قبل في قناة الجزيرة، وتمت الآن بسبب القوة الحضارية للإعلام الرقمي. كما أن الجزيرة لديها الآن وحدة خاصة للسوشيال ميديا، خاصة بإنتاج خاص بالفيديو والموشغراف إلى آخره، تقدم محتويات يتابعها متابعوا Social Media من الهواتف، وكذلك أنشأة وحدة كمختبر يرصد تطورات المنصات في السوشيال ميديا، ومعرفة ما هو القادم، وما هو الجديد وما هو الذي يمكن رصده، وما هو الشيء الذي مكن أن نعود عنه. كما لديها تواصل مباشر مع إدارات الفيس بوك وتويتر ومحركات البحث كقوقل (النجار، مصدر سابق).

4/ جاءت العبارة (الصورة في الإعلام الرقمي كوسيلة تواصل تعبر الحدود الزمانية والمكانية) في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.62) وانحراف معياري (0.57).

حيث أوجدت وسائل الإعلام الرقمي صورة إيجابية في كافة الأحداث في العالم، فمثلاً ما يحدث في سوريا، أوجد عدد من النشأ الذي ولدوا في سوريا، لم يكن يحلم فيه السوريون لو لم تقم الحرب، ورغم فدحة الحرب، فالحرب استفزت قطاع كبير من الجمهور السوري ليصبحوا نشطاء وأصبح لديهم وكالات كبرى على Social Media يمولوا التلفزيون ويمولوا المواقع الإلكترونية. كما أن السوشيال ميديا اليوم هي مصدر من مصادر الأخبار، وكذلك هي مصدر من مصادر الشحن والتفريغ، يمكن للشخص أن يدخل الفيس بوك ويحاول أن يفرغ بعض الشحنات لديه سواء كانت إيجابية أو سلبية (النجار، مصدر سابق).

5/ جاءت العبارة (المستقبل للإعلام الرقمي؛ لاعتماده على التكنولوجيا الحديثة) في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.58) وانحراف معياري (0.65).

فتطور الإعلام الرقمي والتكنولوجيا سيضيف الكثير للإعلام الرقمي، فنحن الآن في الإعلام الرقمي نراهن على أن يصبح كل شيء آلي، وبعد فترة قليلة لن يكون وجود للشاشات إلا على الموبايل، الشاهد حتى الآن أن التطور إيجابي للإعلام الرقمي، فأصبح التوجه الرقمي الآن صورة وصوت (المهدي، مصدر سابق).

وأصبح بإمكان أي شخص الآن أن يكون له صوت مسموع ورأي بواسطة استخدامه وسائل التواصل الحديثة، وتطبيقات التواصل الاجتماعي في شأن من شؤون الحكم والمجتمع، فعلى سبيل المثال فمقاطع الفيديوهات تجد الآن رواجاً هائلاً في شكل تصريحات أو في جانب فكاهي أو شعري أو غيرها. حيث يجد آلاف المشاهدين يتلقون فكرته. كل هذه الوسائل جعلت الإنسان الذي يملك رسالة أن يصل إلى أكبر نطاق مكن، وبالتالي سهلت قدرة الإنسان على التأثير، فتجد بعض الشباب من له آلاف من المتابعين مثلاً على الفيس بوك أو التويتر، وبعض الناس لهم قنوات على اليوتيوب يتابعها عشرات الآلاف، هذه الإمكانيات لم تكن متاحة قبل الإعلام الرقمي والتطور التكنولوجي (الزين، مصدر سابق).

6/ جاءت العبارة (الاعتماد المتبادل في الاقتصاد العالمي عامل حاسم في استمرار خدمة الإعلام الرقمي كحاجة مستقبلية) في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث الموافقة التامة بوسط حسابي (4.36) وانحراف معياري (0.85).

ثانياً: جاءت عبارة واحدة وهي (الإعلام الرقمي منصة ووسيلة لا تخضع لإرادة الحكومة) ضمن المدى (3.41-4.20) وهو المدى المعبر عن (أوافق لحد ما).

المحور الثامن: مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطورات الإعلام الرقمي:

اعتمد الباحث في هذا المحور على الأسئلة المفتوحة، وقد حددها في سؤالين رئيسيين أولهما الفرص المتاحة، والثاني التحديات التي تواجه مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطورات الإعلام الرقمي، وقد قام الباحث بتحليل إجابات المستبينين، وتوصل إلى الآتي:

أولاً: فرص مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطورات الإعلام الرقمي:

1. الإعلام الرقمي كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الموجهة للمعلومة والصورة، وبالتالي قدم رواية أخرى للأحداث ساهمت في تقريب الفجوة الحضارية بين الشرق والغرب.
2. ربما تكون حرية الحصول على المعلومات فرصة لمزيداً من التقدم والمعرفة بالحضارات الأخرى، ففي ظل الانفتاح وعدم وجود قيود على تبادل المعلومات والتواصل بين الشعوب، أصبحت المجتمعات الحضارية تمتلك الوسائل المتطورة السريعة قليلة التكلفة للتعرف على الآخر وتفهمه.

3. أتاحت وسائل الإعلام الرقمي مزيد من فرص معرفة جوانب الاتفاق الحضاري والثقافي، حيث أصبح العالم يمتلك وسائل التواصل الذي من الممكنة أن تقربه إلى حلم بناء القرية الكونية التي يسودها الود والسلام. فعلى سبيل المثال العلاقة بين الشرق والغرب، أصبحت أكثر تفاعلية نسبة لما للإعلام الرقمي من قدرة على اختصار المسافات المكانية والزمانية. ولذا

أصبح سهلاً خصوصاً على الباحثين الاستفادة من تدفق المعلومات في أحداث مجهودات
تصب في خانة التكامل والتفاهم بين الحضارات.

4. إتاح الإعلام الرقمي الفرصة للمجتمعات في إدراك خصائص الحضارات الأخرى بصورة لم
تكن موجودة من قبل في الإعلام التقليدي.

5. التطور المستمر في تكنولوجيا الاتصالات، أدى إلى انتشار استخدام الانترنت وقلة تكلفته،
بحيث أتاحت هذا الواقع حتى للدول الفقيرة من امتلاك بنية تحتية قوية لقطاع الاتصالات
وتكنولوجيا المعلومات.

6. أتاح الإعلام الرقمي محتويات إعلامية غير نهائية تتيح للمتلقي إزالة الصور السلبية العالقة
بالأذهان، نتيجة الإعلام الموجه، فالإعلام الرقمي يتميز بلا محدودية في وجود المعلومة.
حيث أثار جوانب نفسية جديدة في المتلقي تتمثل في خلق الاهتمام بالتعرف على تفاصيل
الحضارات والثقافات للشعوب الأخرى التي كانت مجهولة إلى حد كبير بالنسبة له.

7. ساعدت وسائل الإعلام الرقمي عن طريق توفير الترجمات الفورية لكل اللغات، في التخاطب
مع مختلف الحضارات والثقافات، وبالتالي أصبح بإمكان الإنسان التخاطب مع الآخر
المختلف عنه لغوياً بواسطة المترجمات الآلية المتوفرة في وسائل التواصل الاجتماعي.

8. سيساعد الإعلام الرقمي في رسم الرأي العام حول القضايا المصيرية للشعوب إلى حد إسقاط
الأنظمة الحاكمة الدكتاتورية، لما له من قدرة في كشف الجوانب السالبة للأنظمة الفاشلة مثل
الفساد والطغيان وعدم احترام حقوق الإنسان، لكون أن الإعلام الرقمي يتيح لكل شخص أن
يصبح مرسل للرسالة.

9. يتيح الإعلام الرقمي فرص أكبر لعكس الحضارات بصورة أسهل وأدق وبأقل التكاليف. حيث يتيح فرص لنهل المزيد من الثقافة والعلم والتكنولوجيا.

10. يمكن اعتبار أن الإعلام الرقمي وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي هو الدول الجديدة في عالم اليوم، التي قللت من سيطرة الحدود الجغرافية والسياسية، مما تسهم في تشكل عالم إنساني متواصل.

11. اتجاه المجتمعات نحو الاهتمام بقضايا حقوق الإنسان، وحقوق الأقليات، سيشكل فرصة كبيرة للتواصل بين الحضارات.

12. بدأ ينتشر في المجتمعات العالمية أجيال تقنية تجيد التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي، وتهتم بصورة مكثفة بما تقدمه المصادر المفتوحة.

13. التحول الكلي للعقل البشري "لأنترنت الأشياء" وعليه سيمضي الإعلام الرقمي لمدارات واسعة تشمل كل المجالات الإنسانية، بما فيها التعارف الحضاري وتعزيز الجوانب المشتركة بينها.

ثانياً: تحديات مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطورات الإعلام الرقمي:

1. التعارف بين الحضارات قد يولد في نهاية المطاف انفجار نظراً للتباين في الحضارات بين الشعوب ومفهومها في ظل الانفتاح والرغبات وحب المصالح، الذي قد ينتج عنه انفجار في القيم والحضارات، وذلك للتباين الحاصل في القوة والمال والاستحواذ.

2. وجود جماعات تعمل ضد هذه الفكرة وتكرس وقتها لصراع الحضارات، وهذه الجماعات توجد في كافة الحضارات، سواء كانت إسلامية أو غربية أو غيرها.

3. دخول الحكومات ولوبيات المال إلى عالم التواصل الرقمي واستثمارهم لخصائصه، لوت إلى حد كبير هذه الوسيلة الجماهيرية، وبالتالي حد من قدرتها على تأثيرها في تعزيز التعارف بين الحضارات.

4. التعصب الديني، والتعصب الطائفي الذي يسود العصر الحالي، ليس في المجتمعات الإسلامية فقط، بل في جميع المجتمعات، حتى أصبح التعصب الديني من أهم مظاهر الأحداث الدولية.

5. يسود بين العديد من المجتمعات في العصر الحالي الانكفاء على الذات استناداً إلى الخطابات التحريضية التي شملت كافة وسائل الإعلام حتى الإعلام الرقمي، فأصبح هنالك توجس من الآخر وافتراس عداوته، مما أوجد ردود فعل عكسية جعلت من المتلقي يتعالى في نظره للآخر. وهذا الأمر ليس على اختلاف الحضارات فقط بل في ذات الحضارة ذات الثقافات المختلفة.

6. إنفتاحية الإعلام الرقمي تساعد المتعصبين على إثارة النعرات وتعبئة المشاعر خصوصاً في القضايا الملتبسة وغير الناضجة، وأقرب مثال الصراع الذي أحدثته زيارة الشيخة موزا للسودان من صراع بين السودان ومصر، يقوده المتفاعلين على وسائل التواصل الاجتماعي.

7. يعتبر بعض المختصين في الإعلام (عينة البحث) أن الإعلام الرقمي واجهة من واجهات الهيمنة وليست وسيلة للتعارف على الإطلاق، بل هو سيطرة على أذهان الشباب في عالم القرية الواحدة، فالاستعمار في بلادنا بدأ عسكرياً ثم اقتصادياً وهو اليوم استعمار رقمي.

8. ستواجه الدول الفقيرة صعوبة في مواكبة التطورات التكنولوجية نتيجة لعدم توفر التكنولوجيات الحديثة.

9. أصبحت مصداقية المعلومة المتاحة في وسائل الإعلام الرقمي من أكبر التحديات التي تواجهه، مما يخلق نوعاً من التوجس بين مختلف الحضارات لما تنتشره الثقافات المختلفة، مما يتيح فرصاً أكبر لخلق تشاحن بين الحضارات وإمكانية إشعال الحروب عبر وسائل الإعلام المختلفة.

10. التعالي العرقي للغرب وهيمنة المصالح السياسية واستغلال القيم والأخلاق وانحرافها المسار تمثل أكبر التحديات التي تواجه مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل الإعلام الرقمي.

11. إن الاعتماد بشكل أحادي على الإعلام الرقمي سيظهر أمراض إنسانية خطيرة، فالبعد عن وسائل تلقي المعلومات من المصادر الاجتماعية الأخرى، مثل الأسرة، وقنوات المجتمع المحلي، وقلة التحوار الإنساني المباشر، سيقود إلى إصابة المتلقي المعتمد على وسائل الإعلام الرقمي بصورة أحادية بأمراض نفسية واجتماعية خطيرة ستقود في آخر الأمر إلى إلغاء الحواجز بين الآلية والبشرية.

الخاتمة

تناولت الدراسة الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات؛ دراسة وصفية تحليلية عبر عينة من الخبراء والمختصين في الإعلام في السودان وقناة الجزيرة القطرية. وبعد استيفاء الجوانب النظرية والميدانية للدراسة توصلت الدراسة للعديد من النتائج والتوصيات؛ هي:

أولاً : النتائج:

1. رغم تعدد المصطلحات والتعريفات التي حاولت أن تصف ظاهرة استخدام الانترنت كوسيلة وأداة إعلامية، إلا أن هنالك شبه اتفاق على تميز الإعلام الرقمي بخصائص حديثة ومختلفة تميزه عن الوسائل التقليدية المكتوبة والمقروءة والمرئية، وهو يختلف أيضاً في تحرره من قيود احتكار الجهات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة.
2. يتميز الإعلام الرقمي عن الإعلام التماثلي القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.
3. الاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة لا يحتاج إلى تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد، مما وفرت إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات أو تحركت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.
4. شهد قطاع الصحافة تطوراً مهماً بفضل وسائل الإعلام التفاعلي حيث أمكن الاستفادة من السرعة من نقل المعلومات في الصحيفة الورقية إلى قرائها عن طريق نشرات إلكترونية على

شبكات الانترنت، وهذه الطريقة ساعدت الصحافة من إرفاق الرسومات والصور والبيانات المكملة للنص. ومكنت القارئ من الحصول على أشكال متميزة لصحيفته بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة بواسطة "الكلمات المفتاحية".

5. شهد العالم تطورات تكنولوجية في مجال البث الإذاعي في السنوات السابقة، حيث أصبحت بإمكان المستمع أن يستمع إل الصوت ويشاهد في الوقت نفسه على شاشة الراديو عناوين النشرة الإخبارية وأغلفة أقرص الأغاني وأسماء المغنيين والملحنين والشعراء وكلمات الأغاني التي توجد على الشاشة، كما هو شأن التلفزيون.

6. تسهم الإذاعة المحلية بشكل أكثر إيجابية في عصر الوسائط المتعددة في تقديم صورة جديدة للثقافة والتراث المحلي.

7. أصبح الإنتاج والعرض والتقديم في الوسائل الإعلامية يتسم بالتفاعلية، التي تحفز المشاهد على المشاركة في الأداء والعمليات والحوار والاختيار، وصولاً إل الاستجابة للأفكار والمثيرات فوراً وذلك كما في حالة الإعلان التفاعلي، العرض التفاعلي للسلع في حالات التجارة الإلكترونية وكذلك الخدمات التفاعلية، فمن خلال النقر أو التأشير على نقاط معينة يمكن اكتشاف المزيد عن هذه المعروضات.

8. إن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي بجدارة مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة، ونشرها في مختلف مناطق العالم، فهي قادرة على تحقيق مساعي العولمة لتنميط ثقافة الشعوب، وقادرة على تجسيد ما يرمي إليه الإعلام الغربي عبر الفيسبوك وتويتر والواتس آب.

9. إن هنالك قوانين واحدة تدخل في تشكيل الشعوب ويشعر بوجودها طبقة من الناس أو شعب

من الشعوب أو أمة من الأمم دون أن يعرفه أحدهما الآخر دون أن تكون هذه القوانين ناجمة عن العقل بل تكون آتية من الحس المشترك.

10. لم يعد التعريف التاريخي الذي خلقه عصر النهضة عن الثقافة بكافٍ في إقناع المنطق الجديد، حيث اضطرت الأفكار الجديدة التي حملها إليهم، علم النفس، وعلم الاجتماع وعلم الأجناس إلى تحديد جديد لمعنى الكلمة، للانتقال من الفكرة العفوية الموروثة إلى فكرة علمية جديدة.

11. مفهوم صراع الحضارات لا يميز ويفصل بين مفهوم الثقافة ومفهوم الحضارة فهو يرفض التمييز بينهما ويستعملها في كثير من الأحيان كمرادفين. وهذا ما جعله يقسم العالم إلى ثماني مجموعات حضارية، وهذا التصنيف بين أن الحضارة تعني بالمفهوم الهانتغوني هي كائنات غائبة، حيوية ولكنها أيضاً كيانات مغلقة إلى حد بعيد. وهذا ما جعل هانتغتون، يفترض أن الثقافات العالمية ستكون الباعث للانقسامات الكبرى بين الشعوب والمصدر المسيطر والسائد للصراع الدولي.

12. نظرية صراع الحضارات هي نظرية تم توظيفها سياسياً من قبل الإعلام الغربي، خصوصاً بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

13. شهد الحادي والعشرون، إحياء مفهوم حوار الحضارات، وتجديد العمل به في مجال العلاقات الدولية، واستخدامه في نقد وتقويض ومحاصرة مقولة صدام الحضارات، وبناء تراكمات فكرية

وثقافية حوله، وفتح أوسع نقاش دولي عابر للثقافات والقوميات واللغات حوله، والتأكيد على بناء الجسور وتعزيز الحوار بين الحضارات.

14. الحالة الدولية الراهنة لا تسمح بتعارف ثقافات أو حضارات حقيقية نظراً لاختلال ميزان القوى الدولية، بحيث لن يقود الحوار إلا إلى فرض نمط حضاري على الآخر.

15. تعتبر مقولة تعارف الحضارات أطروحة أطلقها المفكر الإسلامي زكي الميلاد، كروية مغايرة للنظرتين السابقتين، بحيث يعتبر أن الأطروحات الثلاث، صراع الحضارات، حوار الحضارات، تعارف الحضارات، إنما تتعدد وتختلف بحسب اختلاف أنساقها المعرفية وتعددتها. فكل واحدة منها لها طبيعتها النسقية المتميزة بها، والمكونة لعناصر ومكوناتها الذاتية وملامحها الكلية.

16. جاءت مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسائل الأكثر استخداماً بين وسائل الإعلام الرقمي عبر عينة الخبراء والمختصين في الإعلام، تليها الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية من حيث الأهمية.

17. جاءت الرسائل الإخبارية كأهم رسالة يتوخاها المختص في الإعلام من وسائل الإعلام الرقمي.

18. المجتمعات العربية الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي هي مجتمعات منقسمة بشكل عام، فهناك انقسام عرقي وديني وطائفي، حيث تواجه المجتمع العربي النظرة السلبية للآخر.

19. إن وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات، يعتبر من أهم مرتكزات التعارف بين الحضارات، ومن أهم الفرضيات التي تنفي مفهوم صراع الحضارات. فالتنوع الحضاري هو واقع وجودي، أما صراع الحضارات فهو ناتج إنساني.
20. أثبتت عينة الدراسة أن صورة الحضارة الإسلامية في الإعلام الرقمي ضعيفة. فالعالم الإسلامي والعرب بشكل خاص يواجه بصراعات طائفية وعرقية وثقافية مختلفة.
21. هنالك العديد من التحديات التي تعوق التعارف بين الحضارات أهمها: التشدد في المعتقد وتضخيم الذات الحضارية، والطغيان بالقوة السياسية والقوة المالية. وهيمنة مفهوم المصالح السياسية على العلاقات الدولية. والتعالي العرقي، واستغلال القيم الأخلاقية والدينية في الكسب السياسي والاقتصادي، ونظرية صناعة العدو الخارجي.
22. للتعارف بين الحضارات مستقبلاً متاحاً في ظل تطور الإعلام الرقمي، فقد كسر الإعلام الرقمي احتكار المؤسسات الإعلامية الموجهة للمعلومة والصورة، وبالتالي أصبحت حرية الحصول على المعلومة فرصة لمزيداً من التقدم والمعرفة بالحضارات الأخرى، في ظل الانفتاح وعدم وجود قيود على تبادل المعلومات والتواصل بين الشعوب.

ثانياً: التوصيات:

بعد أن بين الباحث النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، يوصي الباحث بالعديد من التوصيات، وهي:

1. لابد من تركيز الجهود البحثية في تخصص الإعلام على دراسة انعكاسات الإعلام الرقمي وآثارها وأدواره على مختلف الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية.
2. على وسائل الإعلام السودانية الاستفادة من تجارب القنوات الإقليمية الرائدة مثل قناة الجزيرة، في التخطيط لعملها الإعلامي، بصورة تذيب فيها الوسائل القديمة مع وسائل الإعلام الرقمي، لنقل العملية الإعلامية إلى مستوى تطلعات الجمهور المتلقي، الذي أصبح أكثر بعداً عن الوسائل السودانية.
3. على وسائل الإعلام السودانية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في خلق برامج إبداعية تتناول ما يهم جمهور وسائل التواصل الاجتماعي بحيث تقدم خدمة ذات محتوى فكري ومعرفي تفاعلي بين وسائل الإعلام وفئات الشباب.
4. لابد للصحافة السودانية التي شهدت تراجعاً كبيراً في السنوات الأخيرة، من تطوير أدائها الصحفي، بالاعتماد على الإعلام الرقمي بأن تنشئ مواقع صحفية تفاعلية على الانترنت، وإنشاء صفحات متخصصة لها على وسائل التواصل الاجتماعي، لجذب أكبر عدد من القراء، والاستفادة من خاصية التفاعلية للإعلام الرقمي في تطوير أعمالها الصحفية.
5. على القنوات الإذاعية السودانية الاستفادة القصوى من التطور الرقمي في مجال عملها، بحيث أن الاعتماد على النمطية التقليدية في عملها الإذاعي أصبحت من الصعوبة جذب الجيل

الجديد من الشباب، وبذلك، لابد لها من تطوير قدراتها التكنولوجية والبشرية لتواكب هذا المجال.

6. على وسائل الإعلام السودانية التركيز بصورة كبيرة على تعريف الآخر بالثقافة السودانية كما هي، وعرض الثقافات الأخرى بكل حيادية، تاركة المجال للمتلقى الحكم عليها.

7. على وسائل الإعلام السودانية التركيز بصورة مكثفة على الاستفادة من التفاعلية التي تتيحها التطورات التكنولوجية، حتى يمكنها من الإسهام بصورة أكبر في تعزيز الحضارة السودانية الأفريقية العربية، وطرحها كبديل حضاري متنوع للعالم. خصوصاً أن الوضع السياسي الاقتصادي الراهن في السودان يتطلب ذلك.

8. إن المواجهة الفعلية للعولمة لابد أن تعتمد على وسائل الإعلام الرقمي، بحيث على العالم العربي والحضارة الإسلامية، الاستفادة من هذه الوسائل في عكس الجوانب الحضارية الراقية التي تتسم بها هذه الحضارة، وتكثيف الجهود في تطوير البرامج ذات الصلة بذلك.

9. على الأفراد والجماعات الإسلامية المتمركزة حول الذات أن تعي قوله تعالى: ((يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير)). فالاختلاف النوعي والشعوبي والقبلي والحضاري هو اختلاف للتعارف وليس للصراع.

10. على المفكرين والمهتمين بالمجال الثقافي في السودان بذلك الجهود الفكرية لإثراء وتحديد مفهوم الثقافة السودانية بصورة تشمل كافة جوانب الشتات السوداني المتنوع بكل فئاته.

فالوصول إلى التعارف الحضاري مع الآخر يتطلب التعارف الثقافي بين كافة الفئات المجتمعية المكونة للدولة السودانية.

11. على المجتمعات الحضارية الواحدة إعلاء قيم التعارف الثقافي، واحترام تميز الآخر واختلافه الثقافي، رغم اشتراك ذات المسمى الحضاري، وصولاً إلى الاتفاق الحضاري، فالعالم الإسلامي على سبيل المثال، أصبح يتعرض لهزات كبيرة على مستوى التعارف الثقافي، بحيث أصبح العداء مستفحل بين العديد من الدول ذات اللغة والثقافة والجوار المشترك، كالصراع المصري السوداني، والصراع السعودي اليمني، وغيرهما.

12. تحتاج النخب السياسية والثقافية في العالم اليوم من التركيز على نشر ثقافة التعارف بين الحضارات، لكونها تعتبر من العوامل المهمة في إرساء السلام العالمي.

13. لا بد أن ينال مفهوم التعارف بين الحضارات الاهتمام الكافي الذي وجده مفهوم الحوار بين الحضارات، لكون أن مفهوم التعارف بين الحضارات هو مفهوم قادر على التحقيق مقارنة بمفهوم الحوار بين الحضارات، فالحضارات وشعوبها في حاجة اليوم إلى الاستفادة من وسائل الإعلام الرقمي، لمعرفة بعضها البعض، وتكوين صور معرفية حقيقية عن الآخر، ومن ثم بحث طرق الاستفادة من هذه الحقيقة التعارفية في التوصل إلى جوانب حوارية أو تكاملية أو غيرها.

14. الاستفادة من مفاهيم التعارف بين الحضارات في تطوير العلاقات الدولية الحالية، فمفاهيم التعارف بين الحضارات، قادرة على خروج العالم من أزمتة الراهنة.

15. لابد من الاعتماد على مفهوم التعارف بين الحضارات في وسائل الإعلام الرقمي من قبل المجتمعات الإنسانية الساعية لإرساء السلام العالمي كالأمم المتحدة وغيرها، ووضعها من ضمن برامجها السياسية والإعلامية.
16. على المهتمين بإرساء التعارف بين الحضارات، الاستفادة وسائل التواصل الاجتماعي في نشر مفاهيمهم، لكون أن هذه الوسائل أصبحت الأكثر استخداماً في العالم، والأقل تكلفة، والأسرع انتشاراً والأكثر تفاعلية.
17. لابد من إنشاء قنوات إعلامية تستخدم وسائل الإعلام الرقمي في نشر مفاهيم التعارف بين الحضارات.
18. على مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي الإغلاء من الجانب الإخلاقي، خصوصاً في حالة خطابه مع المختلف عنه عرقياً ودينياً وطائفيّاً، وتفهم أن التنوع هو الحقيقة، فلا بد له من التركيز على التعريف بفكرته بعيداً عن البحث عن دحض أفكار الآخرين.
19. على الجماعات الإنسانية تفهم الحقائق الوجودية المشتركة بينهم، فحقيقة التنوع تعتبر من أهم الحقائق الوجودية التي لم يخل منها التاريخ البشري في كافة مراحلها، بدءاً بأبني آدم عليه السلام، لذلك فعليها الاهتمام بتطوير الفعل البشري للاستفادة من هذا التنوع، بدلاً من السعي نحو تحقيق المحال المتمثل في (الانتميط الثقافي والحضاري) التي تسعى إليه أفكار العولمة، وأفكار الخلافة وغيرها من الأفكار المنتشرة في العديد من الحضارات العالمية.

20. على المجتمع الإسلامي أن يعي الآن أن الصراع المذهبي لن يؤدي فائدة الأمة الإسلامية،

فلا بد من الاعتراف بكل المذاهب، والعمل المشترك على بث رسالة الإسلامية العالمية لكل

الناس بالاستفادة من كافة الجوانب الإيجابية المتوافرة في العديد من المذاهب الإسلامية.

21. على الأمم الإسلامية عامة والعربية بشكل خاص، التوجه الحقيقي نحو تحقيق الإنسان الحر،

المتقف، المتفاعل الإيجابي مع ذاته والآخرين، عن طريق تطوير وسائل الإعلام وأنظمة

التعليم، والأنظمة السياسية، وتوفير الحريات الكافية. فقد أثبتت تجاربنا التاريخية أن التسلط

السياسي هو أساس كل هذه الأمراض المجتمعية، فلا بد من الانتقال من التساؤل من: من

يحكمنا، إلى الاتفاق نحن، كيف نحكم دولنا، وكيف نصل بالإنسان إلى فطرته الربانية التي

فطر عليها، بجعله حراً يختار ما يشاء، دون أن تمس حرية الآخرين.

22. الاستفادة من القدرة التفاعلية بين الحضارة الإسلامية والحضارة الغربية، التي أتاحتها وسائل

الإعلام الرقمي، في خلق جوانب للتعرف بالآخر وتفهمه، والسعي نحو إقامة بنىات مشتركة

تقود إلى العيش بسلام بين الحضارتين في عالم اليوم.

23. عمل إستراتيجية لتحويل فكرة البحث إلى قناة إلكترونية تهدف إلى تحقيق التعارف بين

الحضارات.

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الكتب العربية:

1. أبن خلدون، المقدمة، طبعة دار إحياء التراث العربي، بيروت، د.ت.
2. أبن منظور: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين، الأفرقي، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ، مادة (حضر).
3. أحمد أمين، يوم الإسلام، دار الكتاب العربي، بيروت، 1952م.
4. أحمد رأفت عبد الجواد، مبادئ علم الاجتماع، دار الفكر للطباعة والنشر، بيروت، 2011م.
5. أحمد شلبي، موسوعة الحضارة الإسلامية، ج1، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2002م.
6. إدريس هاني: المفارقة والمعانقة - رؤية نقدية في مسار العولمة وحوار الحضارات، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2001م.
7. أديب خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، ط2، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 2008م.
8. أديب خضور، الإعلام والأزمات، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999م.
9. أديب خضور، صور العرب في الإعلام الغربي، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 2002م.
10. ألكسيس كاريل، الإنسان ذلك المجهول، ترجمة: توفيق أسعد فريد، مؤسسة المعارف، القاهرة.

11. أرنولد توينبي، مختصر دراسة التاريخ، ج1، ترجمة: فؤاد محمد شبل، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2001م.
12. أرنولد توينبي، الحضارة في الميزان، ترجمة : أمين محمود الشريف، دار إحياء الكتب العربية، حلب، د.ت.
13. أسعد السحمراني، صراع الأمم بين العولمة والديمقراطية، دار النفائس، بيروت، 2000م.
14. انتصار إبراهيم عبد الرازق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد .. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011م.
15. بخيت السيد، الصحافة والانترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000م.
16. برنارد لويس، الحضارة الغربية دمج أحداث والإسلام أول من سعى إلى العالمية، ترجمة: فؤاد حطيط، جريدة السفير، بيروت، الجمعة 7 فبراير 1997م.
17. بريتون رولان، جغرافيا الحضارات، ترجمة: خليل أحمد خليل، دن، 1993م.
18. توفيق يوسف الواعي، الحضارة الإسلامية مقارنة بالحضارة الغربية، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1988م.
19. جابريل إيه آلموند، جي بنجهام باويل، السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر: نظرة عالمية، ترجمة: هشام عبد الله، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 1998م.
20. جاك غولد سميث وتيم وو، من يحكم لانترنت؟ أوهام بلا حدود، ترجمة: فاطمة غنيم، هيئة أبوظبي للتراث والثقافة، أبوظبي، 2009م.
21. جان تويشار، تاريخ الفكر السياسي، ترجمة: علي مقلد، الدار العالمية، بيروت، 1983م.

22. جمال حمدان، العالم الإسلامي المعاصر، عالم الكتاب، القاهرة.
23. جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1978م.
24. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008م.
25. جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر، بيروت، 2008م.
26. حسن حنفي، صادق جلال العظم، ما العولمة، دار الفكر، دمشق، 1999م.
27. روجيه غارودي، وعود الإسلام، ترجمة: محمد مهدي الصدر، الدار العالمية، بيروت، 1984م.
28. خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت، 2011م.
29. ر. دوزي، تاريخ مسلمي إسبانيا، ترجمة: حسن حبشي، دار المعارف، القاهرة، 1963م.
30. رالف لتون، شجرة الحضارة: قصة الإنسان منذ فجر ما قبل التاريخ حتى بداية العصر الحديث، ترجمة: أحمد الفخري، ج1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ب.ت.
31. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007م.
32. رضوان جودت زيادة، صدى الحداثة: ما بعد الحداثة في زمنها القديم، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2003م.

33. روجيه غارودي، الإسلام في الغرب، قرطبة عاصمة الروح والفكر، ترجمة: محمد مهدي الصدر، دار الهادي، بيروت، 1991م.
34. حسين مؤنس، الحضارة: دراسة في أصول وعوامل قيامها وتطورها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1978م.
35. صبري محمد خليل، حوار الحضارات من منظور إسلامي، ب.ن، ب.ت.
36. زكي الميلاد وآخرون، تعارف الحضارات، دار الفكر، دمشق.
37. سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الأخباري للرسائل النصية القصيرة، الكويت، جداول للنشر والتوزيع، 2011م.
38. سعود بن صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض، الطبعة الأولى، ب.ن 2002م.
39. سعيد شبار، الاجتهاد والتجديد في الفكر الإسلامي المعاصر، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، 2007م.
40. سميح عاطف الزين، الإسلام وثقافة الإنسان، ط9، الدار الأفريقية العربية، القاهرة، 2002م.
41. السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، دار الكتب الجامعي، الإمارات، 2004م.
42. سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، القاهرة، ط12، 1992م.
43. سيلدون رامبتون، جون ستوبر، أسلحة الخداع الشامل، ترجمة: الدار العربية للعلوم، بيروت، 2004م.

44. شريف اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007م.
45. شريف اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
46. شريف اللبان، هشام المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008م.
47. صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، بيروت، 1999م.
48. صامويل هنتجتون، صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي، ترجمة: طلعت الشايب، تقديم: صلح قنصوة، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1998م.
49. زكريا بشير الأمام فلسفة حوار الحضارات، شركة مطابع السودان للعملة، الخرطوم، 2005م.
50. صلاح بسيوني رسلان، كونفوشيوس رائد الفكر الإنساني، دار قباء، القاهرة، 1998م.
51. طه العلواني، القرآن المجيد وخطابه العالمي، المركز العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، ب.ت.
52. طه جابر العلواني، القرآن المجيد وخطابه العالمي، المركز العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، ب.ت.
53. عاطف محمد آدم عجيب، التواصل مع الآخر، مركز دراسات وثقافات السلام.
54. عبد الحميد محمد، المدونات، الإعلام البديل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009م.

55. عبد العزيز التويجيري، العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي، دار الفكر العربي، بيروت، 2001م.
56. عبد العزيز التويجيري، التواصل الحضاري والتفاهم بين الشعوب، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)، 2010م.
57. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر، 2002م.
58. عبد العزيز شرف، في البناء الحضاري للعالم الإسلامي، منشورات المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، 2006م، ج8.
59. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008م.
60. عبد الحميد السامرائي، تاريخ حضارة المغرب والأندلس في عهد المرابطين والموحدين، دار شموع الثقافة، طرابلس، 2002م.
61. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ب.ن. ب.ت.
62. عبد الغني عماد، سوسيولوجية الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006م.
63. عبد الكريم راضي، العلاقات العامة فن وإبداع: تطور المؤسسة ونجاح الإدارة، دار البحار، بيروت، 2007م.
64. عبد الله الرشيدان، نعيم جعيني، المدخل إلى التربية والتعليم، دار الريادة، عمان، 1994م.

65. عبد الوهاب بوخنفه، تكنولوجيا الاتصال، الدار البيضاء، مراكش، 2012م.
66. عفت الشرقاوي، فلسفة الحضارة، دار النهضة العربية، بيروت، ب.ت.
67. علي شريعتي، الإنسان والإسلام، ترجمة: عباس الترحمان، دار الصحف للنشر، إيران، 1411هـ.
68. علي عزت بيجوفيتش، الإسلام بين الشرق والغرب، ترجمة: محمد يوسف عدس، ط4، دار الشروق، القاهرة، 2014م.
69. غستاف لوبون، روح الجماعات، ترجمة: عادل زعيتر، دار المعرفة، القاهرة، 1955م.
70. فاروق أنيس جرار، الرسالة والصورة: قضايا معاصرة في الإعلام، وزارة الثقافة، عمان، 2001م.
71. فاروق سيد حسين، الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، بيروت، دار الراتب الجامعي، د.ت.
72. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريد إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011م.
73. قاسم حمو حجاج، العالمية والعولمة: نحو عالمية تعددية وعولمة إنسانية دراسة تحليلية مقارنة للمفهومين، نشر جمعية التراث، غرادية، 2003م.
74. قسطنطين زريق، في معركة الحضارة: دراسة في ماهية الحضارة وأحوالها الحضارية، دار العلم للملايين، بيروت، 1964م.
75. كريستوفر دوسن، تكوين أوربا، ترجمة ومراجعة: سعيد بعبد الفتاح عاشور، محمد مصطفى زيادة، مشروع الألف كتاب، القاهرة، 1967م.

76. كلود دلماس، تاريخ الحضارة الأوربية، ترجمة وتحقيق: توفيق وهبه، عوידات للنشر والطباعة، 1982م.
77. كورتيس مكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000م.
78. مالك بن نبي، فكرة الإفريقية الآسيوية في ضوء مؤتمر باندونغ، ترجمة: عبد الصبور شاهين، دار الفكر، دمشق، ط3، 2001م.
79. مالك بن نبي، شروط النهضة، دار الفكر، دمشق، 1986م.
80. مالك بن نبي، مجالس دمشق، محاضرات أُلقيت في عامي 1971-1972م حول دور المسلم ورسالته في الثلث الأخير من القرن العشرين، دار الفكر، دمشق، ط2، 2006م.
81. مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، ترجمة: عبد الصبور شاهين، ط4، دار الفكر، دمشق.
82. مأمون مطر، تأثير التحول الرقمي على المحطات الإذاعية والتلفزيونية الفلسطينية، جامعة بيرزت، سلسلة بحوث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، 2015م.
83. مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ب.م، 2012م.
84. مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المنهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006م.
85. مجموعة مؤلفين، موجز تاريخ الحضارة، جامعة دمشق، دمشق، ج1، 1965م.

86. محمد أبو القاسم حاج حمد، منهجية القرآن المعرفية: أسلمة فلسفة العلوم الطبيعية والإنسانية
منهجية القرآن المعرفية، دار هادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2003م.
87. محمد الصيرفي، الإعلام، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2009م.
88. محمد العقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر،
2007م.
89. محمد جاسم فلحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة
الدانمرك، 2006م.
90. محمد خاتمي، حوار الحضارات، مقالة منشورة للكلمة التي ألقاها خاتمي أمام منظمة اليونسكو
في 1999/9/30م.
91. محمد سعدي، مستقبل العلاقات الدولية من صراع الحضارات إلى أنسنة الحضارة وثقافة
السلام، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006م.
92. محمد سعيد رمضان البوطي، نقض أوهام المادية الجدلية، ط3، دار الفكر، دمشق، 1985م.
93. محمد شفيق غريال وآخرون، الموسوعة العربية الميسرة، ط2، المجلد الأول، دار الجيل،
بيروت.
94. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007م.
95. محمد علي سميحة، محمد عطية، إدراك الأطفال لشبكة العلاقات الاجتماعية، 2001م.
96. محمد فتح الله كولون، الوعي الجمعي، ب.ن، 2011م.

97. محمد مبروك، حقيقة العلمانية والصراع بين الإسلاميين والعلمانيين، ج1، شبكة الجزيرة للبحوث والدراسات، يناير 2000م.
98. محمد محمد حسين الإسلام والحضارة الغربية، المكتب الإسلامي، دمشق، ب.ت.
99. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م.
100. محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1996م.
101. معن زيادة، معالم على تحديث الفكر العربي، سلسلة كتب ثقافية، الكويت، 1990م.
102. ممدود محمود منصور، العولمة دراسة في المفهوم، الظاهرة والأبعاد، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2001م.
103. المودودي، الحضارة الإسلامية، الطباعة العربية، ب.ت.
104. موسى محمد آل طويرش، تاريخ العلاقات الدولية من كندي حتى غورياتشوف 1961-1991م، دار الجوزاء للطباعة والنشر، بغداد، 2005م.
105. نادية محمود مصطفى، علاء أبو زيد، خطابات عربية وغربية في حوار الحضارات، ط2، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة، 2007م.
106. نادية محمود مصطفى، جدالات حوار / صراع الحضارات: إشكالية العلاقة بين السياسي - الثقافي في خطابات عربية وإسلامية، مركز الحضارة للدراسات السياسية، القاهرة، 2003م.

107.نادية محمود مصطفى، التحديات السياسية الخارجية للعالم الإسلامي، مركز الحضارة للدراسات السياسية، دار الشروق الدولية، 2002م.

108.نسرین حسونة، الإعلام الجديد .. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، مدون الصحافية نسرین حسونة على الانترنت، نقلاً عن إيمان نجوشي، وحسام الدين مرزوقي، الويب 2.0 الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، بحث غير منشور، الجزائر، جامعة ياجي مختار، عناية، 2009م، ص23.

109.هبة محمد خالد، مواقع الشبكات الاجتماعية، ما هي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، ب.م، 2008م.

110.ول وأبريل ديوارنت . قصة الحضارة . نشأة الحضارة . الشرق الأردني، تقديم: محي الدين صابر، ترجمة: زكي تجيب محمود، الجزء الأول، المجلد الأول، دار الجيل، بيروت، 1988م.

111.يوسف بلمهدي، عالمية الإسلام والعولمة المادية، أعمال الملتقى الدولي العولمة وأثرها في الثقافة الإسلامية، منشورات المجلس الإسلامي لأعلى، الجزائر، مايو 2004م.

112.يوسف الحوارني، الإنسان والحضارة، دار الحداثة للطباعة والنشر، عمان، 2009م.

ثالثاً: الرسائل الجامعية:

113.أمل الحجار، اتجاهات الصحفيين في قطاع غزة نحو المواقع الإخبارية الإلكترونية، دراسة ميدانية، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2005م.

114. حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجاً، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، 1434هـ.
115. صفية نزاري، الأمن الثقافي لمنطقة المغرب العربي في ظل تنامي العولمة: دراسة مقارنة لحالات الجزائر - تونس - المغرب، رسالة ماجستير في علوم السياسية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، 2011م
116. عبد الله الغامدي، تردد المراهقين على مقاهي الانترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمكة المكرمة، جامعة الملك سعود، الرياض، كلية الدراسات العليا، 2011م.
117. عبد المولى موسى محمد موسى، دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات (دراسة وصفية تطبيقية على برنامج الشريعة والحياة بقناة الجزيرة الفضائية) في الفترة من (2009-2010م)، رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، 2011م.
118. محمد إسماعيل رشيد، فعالية مدونة إلكترونية في علاج التصورات الخطأ للمفاهيم العلمية لدى طلاب الصف التاسع الأساسي واتجاهاتهم نحوها، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010م، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم.

119. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012م.

120. محمد مليك، النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة : دراسة نظرية وصفية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006م.

رابعاً: الدوريات:

121. آلاء زومان، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد 6750، 4 أبريل، 2012م.

122. إحسان وميض، الصحف لإلكترونية تهدد عرش صاحبة الجلالة، مجلة تواصل، العدد الثامن، 2006م.

123. أمينة صبري، خالد جمال عبدو، مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2008م.

124. بومعيزة السعيد، زعموم خالد، التفاعلية في الإذاعة: أشكاله ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، 2007م.

125. حسن عماد مكايي، الإذاعات الرقمية عبر الأقمار الصناعية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثاني 2009م.

126. خالد زعموم، الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة: من التخصص إلى القرب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثاني 2009م.

127. رحبة الطيب العيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، بغداد، العدد 20، 2013م.
128. زاهر الغريب، فكرة عامة عن شبكة الانترنت، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2010م.
129. زكي الميلاد، تعارف الحضارات: الفكرة، الخبرة والتأسيس، مجلة الحوار الثقافي، مخبر حوار الحضارات، التنوع الثقافي وفلسفة السلم بجامعة مستغانم بالجزائر، عدد خريف وشتاء 2013م
130. زكي حسين الوردي، صحافة المدونات الإلكترونية على الانترنت: عرض وتحليل، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 3، حزيران، 2007م.
131. سعيد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية إعلام، أكتوبر - ديسمبر 2001م.
132. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010م.
133. الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي: إرهاصات نموذج تواصل جديد، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 335، 2007م.
134. صلاح عمار، أنماط ودافع استخدام الشباب المصري للفيس بوك، مجلة الأهرام، عدد 22، القاهرة، 2010م.

135. عامر محمد السيد، دراسة لبعض الآثار السلبية للانترنت ودور الخدمة الاجتماعية فيها، مجلة الهرام، عدد 11. القاهرة، 2009م.
136. عباس مصطفى صادق، إذاعة اليوم الغد، والخيارات التكنولوجية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثاني، 2009م.
137. عماد بشير، الصحافة لعربية اليومية في العصر الرقمي، في مستقبل الثورة الرقمية، العرب والتحدي القادم، كتاب العربي 55، مجلة العربي، الكويت، 2002م.
138. علي بن محمد جرجاني، التعريفات دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، القاهرة، 2012م.
139. عبد الله بدران، الإعلام والعولمة، التحديات والإشكاليات، مجلة الكويت، العدد 341م، 2010م.
140. كاظم المقدادي، هل يغير الانترنت شكل الديمقراطية، مجلة تواصل، هيئة الإعلام والاتصالات، بغداد، العدد 30، 2009م.
141. محمد الفهري شلبي، مستقبل الإذاعة على شاشات الراديو، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثاني، 2009م.
142. مريم آيت أحمد، مستويات الحوار الحضاري، نقلا عن مجلة حراء، العدد 32، 2012م.
143. محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر، مج23، الكويت، 1994م.

144. محمد ضيف الله بطاينة، مفهوم الحضارة، مجلة آفاق الحضارة الإسلامية، العدد 1، سبتمبر

2015م.

145. نصير نوري محمد، الولايات المتحدة الأمريكية وإيران: خيارات المستقبل، دراسات عرقية،

مركز البحوث والدراسات الإستراتيجية، العدد الثامن، 2008م.

خامساً: الصحف:

146. جريدة العرب، صفحة أسواق العرب، عدد الأربعاء 2009/3/18م.

147. صحيفة بوابة الشرق، عدد السبت 22 أكتوبر 2011م.

148. فهد الخريجي، الإعلام الرقمي.. يدخل في إطار الدعم والمساندة للإعلام التقليدي ولا يمثل

خطراً عليه، صحيفة الرياض، العدد 15046، 3 سبتمبر، 2009م.

149. فواز طرابلسي، سجال مع صاموئيل هانتجتون، أنوال الجديدة، 2019/2/21م.

150. محمد بن سعد بن صالح، الإشاعة في ظل الإعلام الجديد، صحيفة الرياض، العدد 16215،

15 نوفمبر 2012م.

سادساً: المؤتمرات والملتقيات:

151. أمينة السيد وهبة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، المؤتمر

الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات، 7-8 يوليو 2008م، جامعة حلوان، مصر،

2009م.

152. رضا قلوز، الاجتماع العربي التحضيري الأول للقمّة العالمية لمجتمع المعلومات: حول موضوع

الفجوة الرقمية، (تونس: وزارة تكنولوجيا الاتصال، 2002).

153. عبد الله ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر، إصدارات الصحف السعودية المطبوعة

على الانترنت، دراسة تقييمية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لأكاديمية أخبار اليوم

من الصحافة العربية وتحديات المستقبل، القاهرة، 8-9 مايو 2002م.

154. محمد مصطفى القباح، التفاعل الإيجابي بني الحضارات، ملتقى ربيع الفلسفة الدولي الخامس:

الفلسفة وتحالف الحضارات: فلسفة البحر الأبيض المتوسط، أعمال الندوة الدولية، فاس 10-

11 مارس 2006م.

سابعاً: الندوات والمنتديات:

155. حمدي بشير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة مقدمة إلى منتدى

الإعلام والاقتصاد.. تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، المنتدى الإعلامي السنوي لسابع

للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 11-12 أبريل 2016م.

156. حسن عماد مكاوي، الإذاعة بين الواقع الراهن والمستقبل المنظور، ورقة مقدمة للندوة الدولية

"إعادة ابتكار الإذاعة"، مهرجان الإذاعة التونسية، الدورة الأولى 4-5 يونيو 2008م.

ثامناً: الكتب الأجنبية:

157. Bums, A. and Joanne, J (eds). Uses of Blogs, Peter long, New York, 2006,

158. Johan M. Reitz, Social Network Analysis: History Theory and Methodology, Publications Ltd, Australia, 2012.

159. Olivier Serrat, Mining the Social Web: Analyzing Data from Facebook, Twitter, LinkedIn and Other Social Media Sites, O'Reilly Media: 1 edition, UK, 2012
160. Richard Davis, New Media and American Politics, Oxford, Oxford University Press, 1998,.
161. Steve Jones, Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology. SAGE Publications. 2002/

تاسعاً: المقابلات:

162. أمل عادل، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/17م، الساعة الثانية ظهراً.
163. آلا صخوري، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/18م، الساعة الواحدة ظهراً.
164. سامي الحاج، مدير مركز الجزيرة للحريات العامة وحقوق الإنسان، مقابلة في يوم 2017/3/25م الساعة الثانية عشر ظهراً.
165. خولة باسلام، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/16م، الساعة الحادية عشر صباحاً.
166. صلاح الزين، مدير مركز الجزيرة للدراسات، مقابلة في يوم 2017/3/10م، الساعة الثانية عشر ظهراً.
167. عبد الحكيم طه، مدير تنفيذي، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/12م، الساعة الثانية ظهراً.
168. عبد الله حريكانات، منتج تنفيذي، قناة الجزيرة والجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/11م، الساعة الثانية ظهراً.

169. عماد موسى، مدير إدارة التحرير الإلكتروني، قناة الجزيرة الإنجليزية، مقابلة في يوم 2017/3/21م، الساعة العاشرة صباحاً.

170. كمال صالح، معلم إلكتروني، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/15م، الساعة الحادية عشر صباحاً.

171. محمد الشاذلي، منتج أول ورئيس قسم السياق، AJ+ عربية، مقابلة في يوم 2017/3/19م، الساعة العاشرة صباحاً.

172. محمد المهدي، رئيس قسم النشر، مركز الجزيرة للدراسات، مقابلة في يوم 2017/3/13م، الساعة العاشرة صباحاً.

173. محمد النجار، مسؤول Social Media، قناة الجزيرة العربية، مقابلة في يوم 2017/3/20م، الساعة الثانية عشر ظهراً.

174. مختار العبالوي، منتج أول، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/14م، الساعة الثالثة ظهراً.
عاشراً: الانترنت:

175. أبن حليم شوقي، تعارض الحضارات عند زكي الميلاد، الجزائر نيوز، 2013/7/8م، موقع جزايروس الإلكتروني.

176. أحمد عاشور، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام الرقمي، مقالة إلكترونية على الموقع

<http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.htm>

177. إبراهيم نوار، هاني شكر الله، حوار الحضارات والثقافات .. هل يجسر الهوة بين الشرق

والغرب، <http://www.alyaum.com>

178. أكرم العديني، إيقاع العصر، www.nic.gov.ye، مركز المعلومات الوطني اليمني،
2016/11/1م، الساعة الثانية ظهراً.

179. الثقافة والحضارة . www.m;gwdu.gov .

180. حسن عزوزي، الإسلام وترسيخ ثقافة الحوار الحضاري في عصر الصحوة الإسلامية، على
الموقع www.aldhiaa.com

181. الصادق الحمامي، الإذاعات في عصر الشبكات: نماذج جديدة،
www.alukah.net/social/0/84550

182. الظاهرة الاجتماعية وخصائصها . منتديات الشامل . www.wshamel.net .

183. عباس صادق: مستحدثات الإعلام الجديد، أنواع خدمات تلفزيون الانترنت،
<http://www.jadeedmedia.com/2012-4-22-10-44->
تاريخ 24 أكتوبر 2016م،
الساعة الثالثة ظهراً.

184. الفرق بين التاريخ والحضارة . www.bookeaa7la.com

185. فضيل الأمين وسالي فرحات، مستقبل البلوغر وصحافة المستقبل، مجلة هاي، أكتوبر
2005م، <http://www.himag.com/articles/art8.cfm?topicid=8&cid=1017>

بتاريخ 2016/9/14م الساعة الثالثة ظهراً.

186. محمد السيد غنايم، بين الصحيفة الإلكترونية والموقع الإلكتروني الإخباري فروقات لا يمكن
تجاهلها، www.aitnews.com البوابة العربية للأخبار التقنية، 2016/11/1م، الساعة
السابعة مساءً.

187. محمد بشوتي، الثقافة والحضارة والأيدولوجيا، مجلة علامات، العدد 24،

<http://www.saidbengrad.free.fr/al/n2024>

188. ملخص بحث: الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد، شبكة الألوكة

تاريخ الزيارة: http://www.alukah.net/publications_competitions/55105/05

10 أكتوبر 2016م، 10:30 صباحاً.

189. منهل الثقافة الإلكترونية، أنواع مواقع الانترنت،

<http://www.manhal.net/articles.php?action=sho&id=2140>، 2016/10/9م،

الساعة الحادية عشر صباحاً.

190. مؤسسة الإبداع الرقمي، تصميم المواقع الشخصية والمدونات،

<http://dc.net.sa/pages/personalwebsitesdesign-qr.html> 2016/10/19م،

الساعة الخامسة عصراً.

191. الموسوعة الحرة، <http://wikipedia.org> 2016/11/2م، الساعة الثالثة ظهراً.

192. موقع الثورة ويب، أنماط المواقع الإلكترونية، <http://thawratalweb.com/web/20>

2016/10/1م، الساعة الخامسة عصراً.

193. هبة محمد خليفة، مواقع الشبكات الاجتماعية، ما هي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية

المعلومات، <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>

2016/9/12م، الساعة العاشرة مساءً.

194. هتون أجواد الفاسي، تحالف الحضارات ونحن مع الزمن، جريدة الرياض، عدد 14496،

www.alriadh.com على الموقع الإلكتروني 2008/3/2م،

195. A Working Definition of New Media 1998.

<http://www.sheridance.on.ca>

196. Bradeley, P. Webloges, What, Why, Where & When,

<http://www.philb.com/weblogspt/weblohs>

197. Bruemer, P.J. The Expanding Role of Search, www.pandia.com

9/9/2016 6:15 Am

198. Coggins, Shelia What is the difference between weblogs and websites?

Retrieved Jan, 10, 2007,

<http://weblogs.about.com/ics/weblogs10/f/blogvswebsites.htm> 6/10/201

6.

199. Conhaim, W. Blogging – What is It? Lind up, 19(3),

<http://www.infoday.com/u/may02/conhaim.htm> 13/10/2016 : 9:00

pm.

200. Definition for New Media, High-Tech Dictionary,

<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html> > Accessed: Oct. 2006

201. Definition: New Media. Computing Dictionary. [http://computing-](http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media)

[dictionary.thefreedictionary.com/new+media](http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media)

202. Dr. Paul Martin Lester, California State University.

<http://commfaculty.fulerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>

203. http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html

204. New Media. Condensed Net Glossary

<http://www.saila.com/usage/glossary/>

الملاحق

ملحق رقم (1)

قائمة بأسماء المحكمين

الاسم	الدرجة العلمية	المؤسسة
1/ طارق ميرغني	أستاذ مساعد	جامعة القرآن الكريم
2/ بشري يوسف	أستاذ مساعد	جامعة أم درمان الإسلامية
3/ زهير بخيت	بروفيسور	المصرف العربي
4/ سر الختم عثمان	أستاذ مشارك	جامعة القرآن الكريم
5/ سيف الدين العوض	أستاذ مشارك	جامعة أم درمان الإسلامية

ملحق رقم (2)

الاستبانة بصورتها الأولى

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

السيد /المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع/ استبيان

يقوم الباحث بدراسة حول:

(الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات – دراسة وصفية تحليلية
لعينة من الخبراء والمختصين في الإعلام)

ضمن متطلبات البحث لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال في قسم الإذاعة، وبحكم معرفتكم يشرفنا أن تكون مساهمتكم ومشاركتكم القيمة من خلال خبرتكم العلمية والعملية نرجو كريم تفضلكم بملء الاستبيان المرفق علما بأننا سنتوخى السرية التامة وأن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

مع خالص الشكر

الباحث: معزة مصطفى

القسم الاول : البيانات الشخصية .

يرجى التكرم بوضع علامة (√) أمام الإجابة الصحيحة :

النوع :

ذكر ☐ أنثى ☐

العمر :

أقل من 30 سنة ☐ 30 - 40 سنة ☐ 40 - 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

المؤهل الأكاديمي:

ماجستير ☐ دكتوراة ☐ أخرى ☐ أذكرها ☐

التخصص :

إعلام ☐ ياسية ☐ دراس ☐ تراتيحية ☐ ☐
علم نفس علم ☐ ☐ حددها ☐ ... ☐

مكان الوظيفة :

مؤسسات جامعية ☐ إعلامية ☐ بحثية وثقافية ☐ ☐

سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات ☐ من 5 - 10 سنة ☐ أكثر من 10 سنوات ☐

القسم الثاني: الاتجاهات المعرفية.

أولاً : الإعلام الرقمي:

1/ أكثر ما تطلع عليه في الإعلام الرقمي هو:

- أ/ المدونات والمنديات () ب/ الصحف الإلكترونية ()
ج/ مواقع التواصل الاجتماعي () د/ أخرى () حدد

2/ ما مدى اعتمادك على وسائل الإعلام الرقمي؟

- أ/ لا أستطيع الاستغناء عنه () ب/ معظم الوقت ()
ج/ عند الحاجة () د/ نادراً ()

3/ ما هو الغرض من استخدامك الانترنت؟

- أ/ أخبار () ب/ ترفيه وتسلية ()
ج/ بحث ودراسة () د/ علاقات وصداقة ()

4/ سلبيات الإعلام الرقمي في وجهة نظرك: رجا رتب الخيارات أدناه حسب أهميتها لديك معطياً الرقم (1) للأكثر أهمية وهكذا حتى الأخير.

- أ/ انتشار الشائعات () ب/ الإساءة للأشخاص منظمات والحكومات والأديان
والجنسيات () ج/ قلة المصداقية ()

د/ تعزيز الصراعات بين الحضارات () هـ/ إضعاف أخلاقيات المجتمعات ()

و/ إلهاء الشباب بالموضوعات الانصرافية () ز/ التفكيك الأسري ()

ح/ صناعة العزلة بين أفراد الأسرة ()

ثانياً: التعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	هل لديك خلفية مسبقة عن التعارف بين الحضارات					
2	التعارف بين الحضارات ذو أهمية بالغة وخاصة في عصرنا الحالي					
3	إن فئة الشباب تحتاج إلى وضع خطة إستراتيجية تعزز مفهوم التعارف بين الحضارات لديهم.					
4	مفهوم التعارف بني الحضارات في الفكر الإسلامي يعني التعايش والتلاحق الفكري والثقافي بين المجتمعات والعيش بسلام.					
5	من الأهمية وجود مناهج دراسية ودورات تدريبية للطلاب لتعزيز ثقافة التعارف بين الحضارات وتقوية جوانب الحوار الفكري لديهم لأنهم نصف الحاضر وكل المستقبل					
6	التعارف بين الحضارات هو وسيلة للسلام العالمي.					

ثالثاً: مرتكزات التعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	يرتكز مفهوم التعارف بين الحضارات على وحدة الخطاب للناس كافة دون تميز بسبب عرق أو لغة أو لسان وإن اختلفت المصالح					
2	إن الإنسانية بكل تنوعاتها العرقية والقومية واللغوية هي من أصل إنساني واحد، وعليه يتم استبعاد حتمية الصراعات بينها					
3	يحتاج العالم إلى إزالة الأحقاد والعصبيات والعنصريات والكرهية بين الناس من خلال الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الرقمي					
4	التنوع والتعدد الإنساني حقيقة موضوعية يقابلها تنوع وتعدد الثروات بين الشعوب حسب إمكانيات الأرض وقدرة السكان على الاستفادة منها. وهذا مدعاة للتكامل الحضاري بين الشعوب					
5	التعارف بين الشعوب حتمية كونية وسنة رابنية لبقاء الإنسانية واستمرار رسالتها					

رابعاً: الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	يعتبر الإعلام الرقمي نقلة حضارية تفاعلية تساعد المجتمعات على التعرف على عدد من الحضارات الأخرى.					
2	يتميز الإعلام الرقمي في قدرته على حرية الاستخدام، بحيث يستطيع المستهدف منه اختيار عناصر تساعد على تطوير معلوماته عن الحضارات الأخرى.					

					3	ساعد الإعلام الرقمي على إبراز جوانب من الحضارة الإسلامية لم يكن الإعلام التقليدي يعطيها حقها من الانتشار.
					4	ساهم الإعلام الرقمي في تنمية المعلومات عن الحضارات الأخرى.
					5	أسهم الإعلام الرقمي في تشكيل صورة ذهنية موجبة عن الحضارات الأخرى.
					6	ساعد الإعلام الرقمي على أن يتعرف كل صاحب حضارة أو ثقافة مميزة على ما عند الآخرين من معتقدات وعبادات وتعاليم وسلوكيات وتقاليد.
					7	يساهم الإعلام الرقمي في البناء الحضاري للعالم أجمع بالتواصل الحضاري بين الشعوب.
					8	يساهم العاملون في الإعلام الرقمي في تحقيق غايات التعارف بين الحضارات.
					9	يساهم الإعلام الرقمي في احترام التنوع الثقافي والديني.
					10	يساهم الإعلام الرقمي على استنباب الأمن والسلام العالمي.
					11	غير الإعلام الرقمي إيجابيا رؤية الإنسان المسلم للحضارات الأخرى.
					12	يساهم الإعلام الرقمي في التعريف بالآخر بصورة لم تكن متاحة للإعلام التقليدي.

خامساً: انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	أثبتت الإعلام الرقمي في السنوات الماضية القدرة على إمكانية التعارف بين الحضارات.					
2	سهل الإعلام الرقمي من التعرف على الآخر وتفهم معتقداته.					
3	أصبح من الصعب مع انتشار وسائل الإعلام الرقمي الحد من التعرف على الحضارات الأخرى.					
4	أصبح الإعلام الرقمي وسيلة حضارية مؤثرة في التنافس والتدافع الثقافي.					
5	ساعد الإعلام الرقمي على ظهور حضارة عالمية ذات ثقافات متعددة.					
6	إن الإعلام الرقمي أصبح الوسيلة الأهم في تعزيز مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات.					
7	يساعد الإعلام الرقمي في إحداث تغييرات إيجابية للتعارف بين الحضارات.					

سادساً: تحديات التعارف بين الحضارات

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	الالتفاف حول المعتقد في حالات الشحن والتعبئة العاطفية يولد شعور عاطفي بالصراع ينتج عنه صعوبة التعارف بين الحضارات.					
2	تضخيم الذات الحضارية يعيث بقوة مسار التعارف لشعور الذات الحضارية بالتفوق الباهر وعدم الحاجة للاستفادة من الحضارات الأخرى.					

					3	الطغيان السياسي والعسكري والمالي يؤد إلى الصراع والصدام بين الحضارات.
					4	يساعد هيمنة المفهوم السياسي على مجال العلاقات الدولية على صعوبة التعارف بين الحضارات.
					5	التعالي العرقي يعيق التعارف بين الحضارات.
					6	المتاجرة بالقيم الأخلاقية والدينية لتحقيق المكاسب السياسية والاقتصادية يؤدي إلى حتمية الصراع بين الشعوب
					7	حتمية صناعة العدو الخارجي للشعوب من أهم المهددات للتعارف بين الحضارات.

هل هنالك تحديات أخرى للتعارف بين الحضارات؟

.....

.....

.....

.....

.....

سابعاً: مستقبل الإعلام الرقمي مع التطور التكنولوجي والحضاري

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لاأوافق	لاأوافق بشدة
1	إن المستقبل للإعلام الرقمي باعتماده على التكنولوجيا الحديثة ذات التكاليف القليلة بالنسبة للمستخدم.					
2	سيظل الإعلام الرقمي يحدث دوره الانعطافي في التطور البشري والتقدم الحضاري.					
3	أثبتت وسائل الإعلام الرقمية القدرة على التأثير في حياة البشرية.					
4	إن صعوبة الحد من تلقي المعلومة بكافة اللغات هي القوة التي يمتلكها الإعلام الرقمي في صناعة التقدم الحضاري المشترك للعالم.					
5	مكن الإعلام الرقمي والتطور التكنولوجي من ظهور الإعلام والمعلومات كسلطة ووسيلة لا تخضع لإرادة الحكومات.					
6	الارتباط الاقتصادي العالمي هو من أهم العوامل على استمرار خدمة الإعلام الرقمي في المستقبل، وضرورة التفاعل والتحاور بين مختلف الحضارات والثقافات.					

ملحق رقم (3)

الاستبانة بصورتها النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

السيد /.....المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع/ استبانة

تقوم الباحثة بدراسة حول:

(الإعلام الرقمي وإنعكاساته على التعارف بين الحضارات – دراسة وصفية تحليلية
عبر عينة من الخبراء والمختصين في الإعلام)

ضمن متطلبات البحث لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال في قسم الإذاعة والتلفزيون، وبحكم معرفتكم يشرفني أن تكون مساهمتكم ومشاركتكم القيمة من خلال خبرتكم العلمية والعملية نرجو كريم تفضلكم بملء الاستبانة المرفقة علما بأن الباحثة ستتوخى المعلومات لصالح الدراسة فقط، وأن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

مع خالص الشكر ،،،

الباحثة: معزة مصطفى أحمد

القسم الاول : البيانات الشخصية لعينة البحث:

يرجى التكرم بوضع علامة (√) أمام ما يناسبك:

1/ النوع :

أ/ ذكر ☐ ب/ أنثى ☐

2/ العمر :

أ/ أقل من 30 سنة ☐ ب/ 30 - 40 سنة ☐ ج/ 41 - 50 سنة ☐
د/ أكثر من 50 سنة ☐

3/ المؤهل الأكاديمي:

أ/ ماجستير ☐ ب/ دكتوراه ☐ ج/ بروفيسور ☐

4/ التخصص :

أ/ الإعلام ☐ علوم السياسية ☐ إسات الإستراتيجية ☐
د/ علم النفس ☐ الاجتماع ☐

5/ مكان الوظيفة :

أ/ جامعة ☐ ب/ مؤسسة إعلامية ☐ ج/ مركز بحثي ☐
د/ مؤسسة فكرية ثقافية ☐

6/ سنوات الخبرة في المكان:

أ/ أقل من 5 سنوات ☐ ب/ من 5 - 10 سنة ☐ ج/ من 10 سنوات ☐

القسم الثاني: الاتجاهات المعرفية للعينة:

أولاً: محور الإعلام الرقمي:

1/ تتعرض لوسائل الإعلام الرقمي:

الوسيلة	نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا
أ/ المدونات والمننديات				
ب/ الصحف الإلكترونية				
ج/ مواقع التواصل الاجتماعي				
د/ مواقع القنوات الفضائية				
هـ/ مواقع الإذاعات العالمية				

2/ الرسائل التي تتوخاها في الإعلام الرقمي؟

الرسالة	نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا
أ/ الإخبارية				
ب/ الترفيه والتسلية				
ج/ البحوث والدراسات				
د/ بناء العلاقات الجمعية				
هـ/ بناء العلاقات الخاصة				

3/ أكثر ما يؤخذ على الإعلام الرقمي من وجهة نظرك؟

العبارة	نعم بشدة	نعم	إلى حد ما	لا
أ/ نشر الشائعات				
ب/ الإساءة للشخصيات العامة والاعتبارية				
ج/ إهانة الأديان والأعراف				

				د/ قلة المصادقية
				ه/ تأجيج الصراع الحضاري
لا	إلى حد ما	نعم	نعم بشدة	العبارة
				و/ إضعاف أخلاق المجتمعات
				ز/ سرقة أوقات الفراغ
				ح/ تفكك الأسرة
				ط/ صناعة العزلة وخلق التوحد بين أفراد الأسرة الواحدة

ثانياً: محور التعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق مطلقاً
1	مفاهيم التعارف بين الحضارات متفق عليها في المجتمع				
2	لتعارف بين الحضارات مهم جداً للقرن الواحد والعشرون				
3	المجتمع بحاجة لخطط إستراتيجية متنوعة تعرفهم بالحضارات				
4	التعارف بين الحضارات في الفكر الإسلامي هو التعايش والتلاقح الفكري والثقافي بين المجتمعات والعيش بسلام				
5	المناهج الدراسية والتدريبية في التعليم العالي تحقق إدراكاً لثقافة التعارف بين الحضارات لديهم				
6	التعارف بين الحضارات وسيلة لإرساء السلام في العالم				

ثالثاً: محور مرتكزات التعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1	التعارف بين الحضارات يتحقق بوحدة الخطاب الإنساني وإن اختلفت المصالح					
2	وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات					
3	طرح القضايا بموضوعية ومهنية في الإعلام الرقمي تزيل الكراهية والعنصرية بين الشعوب					
4	التنوع الثقافي المعرفي مدعاة للتكامل الحضاري					
5	التعارف سنة كونية دعت إليها الأديان وخدمها الإعلام					

رابعاً: محور العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات:

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1	الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بفاعليته					
2	الإعلام الرقمي يحقق التعارف بين الحضارات بسعة الحرية فيه					
3	الإعلام الرقمي عرف بحضارة الإسلام أكثر من الإعلام التقليدي					
4	الإعلام الرقمي مصدر لتنمية المعلومات عن الحضارات الغربية					
5	صورة الحضارة الإسلامية في الإعلام الرقمي موجبة					
6	صورة الحضارة الغربية في الإعلام الرقمي موجبة					
7	الإعلام الرقمي وسيلة متقدمة في التواصل الحضاري					
8	من أهداف الإعلام الرقمي التعارف فيما بين الحضارات					
9	الإعلام الرقمي يحقق احتراماً لتنوع الثقافات والديانات					
10	أسهم الإعلام الرقمي على استتباب الأمن والسلام العالمي					
11	للإعلام الرقمي دور موجب في رؤية المسلم للحضارة الغربية					
12	أسهم الإعلام الرقمي في التعريف بالآخر بصورة لم تكن متاحة					

خامساً: محور انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1	للإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعارف بين الحضارات					
2	الإعلام الرقمي يسهل التعارف بين الحضارات					
3	الإعلام الرقمي تجاوز على نظرية حراسة البوابات في تحقيق التعارف بين الحضارات					
4	الإعلام الرقمي وسيلة حضارية عكست صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات.					
5	الرقمي ساعد على انتشار معالم الحضارات الأصيلة والتراث الإنساني					
6	الإعلام الرقمي أبرز كثيراً من مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات					
7	الإعلام الرقمي أحدث تغييرات إيجابية في التعارف بين الحضارات الإنسانية.					

سادساً: محور تحديات التعارف بين الحضارات

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً
1	التشدد (التطرف) في المعتقد مع التعبئة العاطفية يولد شعوراً بالصراع ينعكس سلباً على التعارف بين الحضارات					
2	تضخيم الذات الحضارية يعيق مسار التعارف بين الحضارات					
3	الطغيان بالقوة السياسية والقوة المالية يؤدي إلى الصدام بين الحضارات					
4	هيمنة مفهوم المصالح السياسية على العلاقات الدولية يعيق					

					التعارف بين الحضارات
5					التعالي العرقي يعيق التعارف بين الحضارات
6					استغلال القيم الأخلاقية والدينية في الكسب السياسي والاقتصادي يؤدي إلى الصراع بين الحضارات
7					نظرية صناعة العدو الخارجي للشعوب مهدد كبير للتعارف بين الحضارات

سابعاً: محور مستقبل انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات

الرقم	العبارة	أوافق تماماً	أوافق لحد ما	لا أعلم	لا أوافق مطلقاً
1	المستقبل للإعلام الرقمي؛ لاعتماده على التكنولوجيا الحديثة				
2	الإعلام الرقمي نقطة تحول حضارية متقدمة				
3	الإعلام الرقمي مؤثر عصري عالمياً على الحضارة الإنسانية				
4	انتقال المعلومة بكافة اللغات هي قوة الإعلام الرقمي الحضارية				
5	الإعلام الرقمي سلطة ووسيلة لا تخضع لإرادة الحكومات				
6	الاعتماد المتبادل في الاقتصاد العالمي عامل حاسم في استمرار خدمة الإعلام الرقمي كحاجة مستقبلية				
7	الصورة في الإعلام الرقمي كوسيلة تواصل تعبر الحدود الزمانية والمكانية				

ما مستقبل التعارف بين الحضارات في ظل تطورات الإعلام الرقمي:

أ/ الفرص:

.....

.....

.....

.....

ب / التحديات:

.....

.....

.....

.....

شكراً لتعاونكم

ملحق رقم (4)

المقابلات

مقابلة رقم (1):

صلاح الزين، مدير مركز الجزيرة للدراسات. 2017/3/10م، الساعة الثانية عشر ظهراً.

س/ عرفنا عن نفسك:

ج/ أنا خلفيتي الأكاديمية مختلفة قليلة – أنا دخلت الحقل الإعلامي بالخبرة، وليس عن طريق الدراسة الأكاديمية، فأنا تحصلت على بكالوريوس في المعمار، وماجستير ودكتوراه في التخطيط. لكن علاقتي بالإعلام بدأت منذ مرحلة البكالوريوس، حيث كان مشروع التخرج بعنوان تصميم مجمع للإذاعة والتلفزيون. وعندما كنت عضو في البرلمان، كنت نائب رئيس لجنة الثقافة والإعلام. وأثناء وجودي في جنوب تركيا أثناء دراسة الدكتوراه عملت في مجال الإذاعة والتلفزيون. حيث عملت مترجم ومنتج برنامج في أحد القنوات. أي أن صلتني بالإعلام مبكرة. فصلتني بالإعلام هي بالخبرة العملية أكثر من الدراسة.

س/ من خلال خبرتك الطويلة في مجال الإعلام ماذا يمكن أن نخبرنا عن الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات والتواصل بين الشعوب.

من خلال قراءاتي للتغيرات التي أحدثتها ثورة الإعلام الإلكتروني، أعتقد بأنه مثلما ربنا سبحانه وتعالى خلق البشر جعل الهواء شيء أساسي، لأن الهواء شيء ضروري في الحياة، ثم أكثر عنصر متوفر بعد الهواء الماء، والإنسان من دون ماء أو هواء لا يستطيع أن يعيش.

أعتقد أن ثورة الاتصالات والتكنولوجيا حررت الإنسان، ولم يعد بالإمكان لأي سلطة كانت سواء كانت دولة أو والدين تمنع الناس من التواصل أو الحصول على المعلومة، وهذا يصب في المعلومة التي تحدثت عنها، حيث كان في الماضي توجد حواجز، حيث يستطيع أي صاحب سلطة منع الناس من التواصل، أما الآن لم يعد بالإمكان لأي دولة كانت أن تخرق هذا التواصل. حيث يستطيع أي إنسان التواصل مع إنسان كان، حيث استطيع من خلال هاتفي أحصل على أي معلومة، حتى الأطفال أصبحوا بسهولة يتحصلوا على المعلومات، وقلت إلى حد كبير يكاد ينعلم أي سلطة من التحكم في وسائل الاتصال والتواصل.

هذا يفتح مجال لإزالة الحواجز وأصبح الناس باستطاعتهم التواصل، وهذا يعود إلى رغبة الناس واحتياجهم للتواصل، وفتحت مرحلة للبشرية على آفاق مرحلة للتواصل بشكل غير مسبوق. س/ دكتور صلاح هل تعتقد أنه الإعلام الرقمي أصبح موجه للرأي العام، وفي الساحة الإعلامية كثير من الأحداث قامت على استخدام السوشيال ميديا. هل يمكن القول أن الإعلام الرقمي أصبح هو الصانع لهذه الأحداث.

ج/ أنا لا اعتقد أنه أصبح صانع، بل هو وفر البنية الأساسية لسهولة الاتصال. فرغبة البشر في التواصل والحصول على المعلومة هو رغبة أبدية، والإعلام الرقمي ساعد على سهولة التواصل والحصول على المعلومة، حيث أصبحت هنالك أرضية كبيرة لانتقال المعلومة، والإعلام الرقمي سهل في هذه الأحداث سرعة وسهولة نقل المعلومة والتواصل، مما جعل بعض الناس يتوهموا أن الإعلام الرقمي هو من صنع هذه الأحداث. فهذه الأحداث ترجع في الأساس إلى رغبة البشر وطموحهم، والجديد هو أن الإعلام الرقمي سهل عملية التواصل وتحد جداً من إمكانية السلطات في الحد هذا

التواصل. لكني لا أؤمن أن الإعلام الرقمي هو من صنع هذه الأحداث، بل وسيلة ساعدت على توفير التواصل بين البشر ذو الأهداف المتشابهة لتحقيق أهدافهم.

س/ هل تعتقد أن الإعلام الرقمي غير في علاقات البشر مع السلطة؟

صحيح، يمكن القول أن الإعلام الرقمي غير في علاقات البشر مع السلطة، حيث أنه في الماضي كانت علاقة السلطة بالناس هي علاقة السيد الذي يأمر وينهي، والناس تطيع، ثم بتغير المجتمعات أصبح العلاقة مثلاً كما في المجتمعات الديمقراطية هي أصبحت بعلاقة الوكالة، حيث أصبح الناس هم من ينتدوب ويختارون من يمثلهم لممارسة السلطة، ومع ثورة الاتصالات، أصبحت هنالك قدرة فعالة بين الناس ليس للتواصل فقط بل لإيصال أصواتهم وآرائهم، فأصبحت العلاقة هي علاقة شراكة، حيث أصبح بمقدور أي إنسان أن يتواصل وهو داخل منزله أن يكون له صوت مسموع ورأي بواسطة استخدامه وسائل التواصل الحديثة وتطبيقات التواصل الاجتماعي في شأن من شؤون الحكم والمجتمع، ودونكم أمثلة كثيرة جداً لمقاطع الفيديوهات التي تجد رواجاً هائلاً أما في شكل تصريحات أو في جانب فكاهي أو شعري أو غيرهما. حيث يجد آلاف المشاهدين يتلقون فكرته. كل هذه الوسائل جعلت الإنسان الذي يملك رسالة يستطيع أن يصل إلى أكبر نطاق ممكن، وبالتالي سهلت قدرة الإنسان على التأثير، فتجد بعض الشباب من له آلاف من المتابعين مثلاً على الفيس بوك أو التويتر، وبعض الناس لهم قنوات على اليوتيوب يتابعهم عشرات الآلاف. هذه الإمكانيات لم تكن متاحة قبل الإعلام الرقمي، فقد كانت بعض المؤسسات الكبيرة مثل الأحزاب مثلاً لا تستطيع أن توصل رسالتها إلى جماهير الحزب بمثل هذه الفعالية التي أتاحت للأفراد العاديين أن يوصلوا رسالتهم إلى عشرات الآلاف

من الناس. واعتقد أن هذا بإمكانه أن يغير كثيراً في المفاهيم والسلوك، وطبيعة التعارف بين الحضارات والأفراد والثقافات بصورة فاعلة أكثر من قبل.

س/ دكتور صلاح - مركز الجزيرة للدراسات من أهم المراكز في الوطن العربي لرفد الطلاب بالدراسات والمعرفة، ولكنكم تهتمون بالجانب الإخباري أكثر من الجانب المعرفي والتثقيفي خصوصاً في الجانب الحضاري، هل لديكم اهتمام كبير بالجانب الحضاري.

ج/ مركز الجزيرة هو في الأساس مركز إخباري في الأساس، وطبيعي جداً أن نهتم بهذا الجانب، فالقناة قناة إخبارية، لذا مراكزها تحاول أن تكمل الجانب الخدمي المقدم من القناة، ومن هذه الزاوية نحن نهتم في المركز بأن نقدم مادة تساعد الناس على فهم ما هي الأشياء التي تحرك هذه الأخبار، فنشر الأخبار تقدم يومياً قصص إخبارية، ولو أريد أن أفهم الناس ماذا يحرك هذه الأحداث أو أن أعرف ما هي مآلات هذه الأحداث مستقبلياً، لذا فأنا أحتاج إلى مؤسسة مثل مركز الجزيرة للأخبار تقدم لي فكرة أعمق عن الديناميكيات الاجتماعية الثقافية والسياسية والإستراتيجيات التي تتجلى من خلال هذه الأحداث اليومية، هذا هو دور المركز، لذلك طبيعي جداً أن نهتم بهذا الدور. ولكن فيما يتعلق بالشق الآخر وهو مسألة التواصل، فنحن فلسفتنا في مركز الجزيرة للدراسات هو مساعدة العالم على فهم منطقتنا هذه، برؤية من داخل هذه المنطقة، بمعنى أن منطقة الشرق الأوسط والعالم العربي لفترة طويلة جداً ظل العالم ينظر إلى هذه المنطقة من خلال العين الغربية، أي لم تكن لدينا مراكز أبحاث تقدم دراسات وأبحاث من داخل المجتمع، فمن يقوم بذلك من قبل كان يقوم به المتخصص بشؤون الشرق الأوسط في أمريكا وأوروبا، وبمعنى آخر فإن العالم كان ينظر إلينا من خلال العدسة الغربية. ما أردنا أن نقدمه نحن هو أن نقدم للعالم الغربي والعربي قراءة لما يجري في منطقتنا من

خلال منظور أهل الدار، بمعنى آخر سنساعد على تفسير الفجوة ومساعدة العالم على أن يفهمنا كما نحن عليه، فمثلاً عندما تدور أحداث في اليمن، قد يكون هنالك خبير في الشأن اليمني موجود في باريس أو في واشنطن ويقدم تحليلاته ويساهم، ونحن نستطيع أن نقدم شخص خبير يمني يفهم الجغرافيا اليمنية والثقافة اليمنية والتاريخ اليمني والمجتمع اليمني وبالتالي يقدم قراءة وتحليل لما يجري في المجتمع اليمني، بما نعتقد أنه أقرب للدقة وللواقعية بدلاً من هذه التحليلات الغربية. فمناطقنا هذه عانت لفترات طويلة جداً من لكثير من سوء الفهم، وأحياناً قد يكون مدفوعة الأجر، وهذا معروف، وأحياناً قد يكون نتيجة أخطاء في قراءة الواقع، فنحن نساعد في مسألة التواصل والحوار بين الحضارات فمن يعيش في الخليج وأهل الخليج الذين يفهمون ثقافة الخليج وتاريخ الخليج ومجتمعه، فهم قادرين على أن يقدموا قراءة وتفسير وتحليل لأي حدث بمنظور نعتقد أنه أفضل بكثير ممن يجلس في أي مكان ما في العالم ويقول أنه مختص في الشأن الخليجي. فمن هذا الباب أنا اعتقد أننا نسهم في موضوع التعارف بين الحضارات.

س/ الموجود الآن في الوطن العربي من مشاكل وآزمات هي امتداد لصراع الحضارات، هل هو صراع أم حوار. فهناك صعوبة في المفاهيم الخاصة بالحضارات بين الشعوب، مثال لذلك ما حدث مؤخراً لزيارة الشیخة موزا للسودان والتي أثارت ضجراً في Social Media من وسائل الإعلام المصرية. ما هو تعليقكم على ذلك؟

ج/ في الأول أتم نقطة أخيرة للسؤال السابق، نحن في الجزيرة إلى جانب ما نقدمه من إنتاج نعتقد أننا نقدم رؤية من داخل المنطقة، تساعد الآخر أن يفهمني كما أنا، كذلك نحن نوظف وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي وصول هذه المعلومات والمعرفة إلى أوسع نطاق ممكن. ونحن في السابق

عندما نتحدث عن ندوة أو مؤتمر نحن نتحدث عن عشرات أو مئات، أما الآن في وسائل التواصل الاجتماعي يتابع هذه المنتديات الملايين والآلاف، فنحن نستخدم Social Media إلى أوسع نطاق. فهذه الوسائل الحديثة هي تساعد في توصيل المحتوى المعرفي.

أما بالنسبة لسؤالك، في تصوري أنه العالم يمر بمرحلة تحول عميق جداً، لم يدرك الناس بعد أبعادها، فمرحلة العولمة، وبها ازدادت سهولة الحركة (الأموال، البضائع، البشر، المعلومات) فنحن بالفعل في مجتمع العولمة، وجاءت الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال، فزادت سرعة الانتقال والتواصل وسهلتها، وهذا أحدث زلزال في كل المجتمعات، وأصبحت كل المفاهيم الراسخة القديمة في علاقات البشر، كأفراد ومجتمعات، تتعرض لهزات، فمجتمعاتنا الآن عليها أن تدرك أننا في مرحلة اهتزاز في كل شيء قديم، ونحتاج لوقت لمعرفة التغيرات والتكيف معها. فمثال ردة فعل بعض الدوائر في مصر على زيارة الشيخة موزا للإهرامات. فهذه المشكلة تتعلق بالتواصل فالبعض ينكر أن هناك إهرامات في السودان.

س/ الحضارة السودانية هي حضارة قديمة في المجتمع، والذين يستنكرون كأنهم يريدون السخرية.

ج/ في بعض يريد السخرية، ولكن البعض لا يصدق أن في السودان إهرامات لأن الوسائل التقليدية لم تكن تقدم ذلك. وأضرب لك مثال، فمنذ ثورات الربيع العربي، ظهرت كثير من الأشياء الموجودة في الأصل فأجأت الناس، لأنهم كانوا لديهم مفاهيم ترسخت كأنها الحقيقية وليست هي حقيقة، وعندما وجدوا المعلومات الحقيقية، صدموا، وهذا يشبه ما حدث في مصر. وسيمر بعض الوقت إلى أن يتعلم العالم للتعايش مع معطيات ثورة المعلومات والتكنولوجيا. والإنسان سيتحرر من جوانب كثيرة، وتقل القيود كثيراً في الحصول على المعلومات.

هذه البوابات الآن أصبح بإمكان الناس أن يطلعوا وهذا يقربهم إلى امتلاك الإرادة، كما خلقه الله تعالى ككائن حر يقرر مصيره، مثلما الهواء جعله الله شيء متاح، فالحرية في الحصول على المعلومة والتواصل مع الناس بثورة المعلومات الأخيرة أصبحت حرية متاحة. ولا يستطيع أحد منعها من البشر.

مقابلة رقم (2):

ج/ عبد الله حربكانات، منتج تنفيذي، قناة الجزيرة والجزيرة نت. مقابلة في يوم 2017/3/11م، الساعة الثانية ظهراً.

س/ استاذ عبد الله من هذه الخبرة العملية الكبيرة في الجزيرة والجزيرة نت، حيث أن الجزيرة نت تعتبر واحدة من وسائل الإعلام الرقمي، فمن هذا المنطلق هل الإعلام الرقمي ووسائله تساهم في التعارف بين الحضارات؟

ج/ طبعاً لو جينا نتكلم عن التطور نفسه الذي حصل لوسائل الإعلام ووصل لمرحلة إلى الرقمنة، فنجد أنه كثير من القضايا المشتركة التي كانت تهم الشعوب كانت توجد حواجز تمنع التواصل فيها. الإعلام الرقمي سهل هذا التواصل بشكل كبير، فلا يوجد الآن لغة موجودة ومكتوبة في النت والآن بإمكانك أن تصل لها، بمعنى أنه الشركات الكبيرة كقوقل مثلاً وفر ترجمة للصفحات، يعني ممكن تدخل صفحة بالألماني وتعمل ترانسليت وتترجم الصفحة المحتاج ليها، فتترجم كل المحتوى في نفس المكان، وبالتالي أنت عندك القدرة الآن للتواصل مع كل اللغات، وما سيكون عندك مشكلة أو حاجز زي ما كان في الأول، ففي الماضي لو ترغب في الإطلاع على أي صحيفة ألمانية أو صحيفة بأي لغة أخرى لابد من مترجم وسيط، أما الآن فالمترجم نفسه هو مترجم آلي، وقد ساعد وجود المترجم الآلي في أن تتخطي الشعوب الحاجز القائم بينها وهو حاجز اللغة، فحاجز اللغة هو الحاجز الرئيسي

بين الشعوب، مما سهل التبادل الثقافي والتبادل المعرفي، وقد ساهمت في التواصل والتفاهم بين الحضارات، وتساعد الإنسان من اكتشاف ما عند الشعب الآخر من أشياء مشابهة له، ما كان في الماضي باستطاعته اكتشافها.

س/ أستاذ عبد الله: موقع الجزيرة نت هو موقع يساعد على التعارف والتواصل بين الحضارات وتبادل المعرفة أم هو امتداد لشبكة الجزيرة الاخبارية، هل أكثر ما تهتمون به في الموقع هو نشر الأخبار والمعلومات، أم تبادل الثقافة والمعرفة.

ج/ الموقع هو بطبيعته هو جزء من القناة ويتبع سياساتها، وليس لديه أي سياسات منفصلة، هو قائم على أي شي تعمل عليه القناة، وتتعكس على الموقع، لذا فالموقع هو أداة من أدوات قناة الجزيرة. فقناة الجزيرة العربية هي قناة باللغة العربية ولكن هي قناة عالمية، فبقدر ما هي مهمة بنشر الأخبار وتوزيعها، فهي مهمة أيضاً بالتواصل الحضاري مع الآخرين، حيث يجمعنا مع الآخرين قضايا كثيرة جداً، فهي تنقل الخبر نفسه إلى جمهور غير الجمهور العربي، فعندما تكون القناة عالمية فهي ليست تقدم المحتوى المختص فقط للمتلقى الإقليمي (العربي)، صحيح القناة تهتم باللغة العربية في المرتبة الأولى، ولكنها لا تتجاهل العالم الآخر، وهذه العالمية فرضت على الجزيرة أن تكون هي جزء من التواصل الحضاري فيما بين الشعوب.

الجزيرة نت تعتبر هي واحدة من المنصات أو المواقع المهمة جداً بمسألة تخطي حاجز الاختلاف ما بين الحضارات أو تقريب فيما بين الحضارات المختلفة، ومن هذا المنطلق، فنحن عندنا مثلاً موقع تابع للجزيرة باللغة الإنجليزية وسيتم إطلاق موقع باللغة الصينية عما قريب، وهذه يدعم وصول المعلومة إلى كثير من الحضارات الأخرى، والشيء الآخر فالجزيرة لديها موقع لتعليم اللغة

العربية، تقدم خدمة لتعليم اللغة العربية للآخرين، حتى يستطيعوا أن يفهموا، ما تقدمه القناة، مما يساهم في تطوير اللغة العربية نفسها، وجعلها تأخذ مساحة أكبر مما هي موجودة فيه، ومساهماتنا الأخرى تتمثل في تقديم معلومات وأخبار من مختلف أرجاء العالم، وهي كلها أشياء تصب في النهاية، عندما ينظر إليها بنظرة شاملة، تجد أنها تمثل إضافة للتواصل ما بين الحضارات وبين الشعوب وبين اللغات.

س/ ما هي المشاكل التي تواجهكم في عملكم في الموقع؟ وما هي تحديات تبادل المعرفة بين الناس؟
ج/ التحديات التي تواجهنا تتمثل في صحة المعلومة نفسها، فهي المشكلة الرئيسية التي تواجه أي موقع إخباري، ويهتم أي موقع إخباري بمدى مصداقية الأخبار التي تنشر، وما هي الأدوات التي يجب استخدامها للتأكد من مصداقية الخبر، وأن لا يكون الخبر مزيف ولا دعاية لأي طرف، فالجزيرة وسيط لنقل الأخبار لكل الأطراف. فالتحدي الذي يواجهنا دائماً يتمثل في نقلنا للخبر كما هو دون استغلال طرف آخر لنا، أو أن يجندنا لصالحه دون أن نشعر. فطبعاً أي وسيلة إعلام تواجه هذه المشكلة، وليست الجزيرة نت فقط، ولكن يبقى مسألة صحة المصدر والخبر هي المهمة للقناة الإخبارية. ولكن أي مشكلة في الإعلام لابد أن يتوفر لها حل، فأى قناة لديها مشاكل، ولكن المهنية تقتضي تجاوزها، والجزيرة تسعى لتجاوز مسألة صدق الخبر عن طريق مراسليها في أماكن وقوع الحدث، وهناك آلية للتحقق من أي خبر أو معلومة تتحصل عليها القناة، ويتم التواصل مع المراسل والتأكد من أن المعلومات هي صحيحة أم غير ذلك ويطلب رأيه في تلك المعلومات في الغالب، في حالة المناطق التي ليس لدينا فيها مراسل لدينا آلية أخرى تتمثل في التأكد من أكثر من مصدر، فمثلاً إذا أتى إلينا خبر من مصدر واحد وتم التشكك فيه نحاول التأكد من الخبر من مصادر أخرى، وإذا تم الأخذ به

يتم إنسابه للجهة التي أعلنت عنه، فمثلاً بعض الوكالات الإعلانية تأتي بأخبار أحادية المصدر، ونشعر في القناة أن الخبر مفيد، يمكن نشره مع الإشارة للوكالة التي أصدرت الخبر، فلا ينشر الخبر بلغة حدث أو قتل أو حصل، بل يقال أنه أعلنت وكالة كذا أنه حدث كذا، أي نسب الخبر إليها مباشرة، ويتم إخراج القناة من المسؤولية، ومن نشر خبر لا يعرف مصداقيته.

س/ بالنسبة للموقع الذي يشهد الملايين من الزوار من مختلف مناطق العالم، ما هي الفئات التي تتفاعل مع الخبر؟

ج/ نحن طبعاً نبت القضايا التي تهم الواقع العربي، ففي أي مكان تريد أن يتفاعل الناس معك، لا بد أن تبت القضايا التي تخصها، فمثلاً إذا كان الخبر يخص السودان، نجد أن الجمهور السوداني يتفاعل مع الخبر أكثر من الجمهور المصري أو الفلسطيني، لماذا، لأنه هم الذين يعيشون الحالة أو الخبر أو الحدث، وهم الذين يعيشون تفاصيله، وبالتالي يكون لهم القدرة على التعبير عن الخبر، بواسطة التعليقات، فهم أدرى بالخبر من غيرهم، فبالطبع هم أكثر استعداد أن يقدم للموقع تغذية راجعة، والموقع يتيح للجمهور التغذية الراجعة من خلال أي خبر، فهي تتيح نافذة للتفاعل مع الجمهور، فأى خبر ينشر تصحبه نافذة للتعليق للقارئ ليكتب تعليقه، وهناك مختصين في تصفية هذه التعليقات، للحرص على نشر أي تعليقات خالية من العنصرية وخالية من المواقف التي تطعن أو تسيء للثقافات والأديان. فنحن نعتقد أنه بالنسبة للاتصال نفسه، أن أي شخص كتب تعليقه هو تفاعل، وبالتالي بالإضافة إلى التعليق، إذا ذكر أي شخص رسالة أو مقترح، فهناك مباشرة تفاعل معه، فمثلاً إذا قال شخص أن هذا الاسم لا يكتب هكذا أو أن هذه المعلومة غير صحيحة، فمثلاً أن هذا الحدث ليس في ولاية كذا، بل في ولاية أخرى، فنحن نسعى لتأكيد معلومته والتأكد منها،

تصحيحها إذا وجدنا أن قوله صحيح، والتواصل مع هذا الشخص ونشر هذا الخبر باسمه في مرات أخرى، وهذا هو التفاعل مع الجمهور. وعندنا بالإضافة إلى ذلك فنحن نمح فرص للتواصل مع الآخرين لأي مقترح أو رأي يراها المتابع للموقع، فيمكن إرساله عن طريق الإيميل الموجود في الموقع، فالعمل الشبكي يحتاج إلى اقتراحات الآخرين في طريقة التغطية وعرض الخبر وتفاصيله وكل شيء.

س/ شكراً لك جزيلاً ... وإن كان لديك أي إضافة.

ج/ الله يبارك فيك،، وأتمنى لك التوفيق في مشروعك العلمي، والله الموفق.

المقابلة رقم (3)

عبد الحكيم طه، مدير تنفيذي، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/12م، الساعة الثانية ظهراً.

س/ بداية موضوع البحث هو متعلق بالعلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات، والجزيرة نت تعتبر هي واحدة من أهم وسائل الإعلام الرقمي، وبداية نريد معرفة معلومات عن موقع الجزيرة نت وعلاقته بتقارب الحضارات أو تواصلها أو التعارف فيما بينها، وهل للموقع علاقة بالتعارف بين الحضارات أو ماذا؟

ج/ أكيد طبعاً. فالجزيرة نت هي انعكاس لما تقدمه القناة على الشاشة، ولكن يمكن في الموقع زيادة الخبر بتفاصيله، كما أن المادة على الموقع تكون محفوظة باستمرار على الانترنت، ويمكن للشخص أن يرجع لها في أي وقت ثاني. فالجزيرة نت لم تكتفي بالموقع فقط، بل دخلت مواقع الفيسبوك والتويتر والتلغرام وكل المنصات الموجودة، وهي بالتأكيد لديها دور في هذا المضمون لأنها لا تهتم بالأخبار العربية فقط ولا الثقافة العربية فقط ولا عاداتهم وتقاليدهم، بل تهتم بكل ما يدور في العالم يمكن

إيجاده في موقع الجزيرة نت، لذا فهي منتشرة في كل أنحاء العالم وتعكس تراث مختلف البقاع وتحاول أن تخلق نوع من التوفيق في نشرها للأحداث بين الدول العربية والإسلامية والغربية، فإذا دخلتي موقع الجزيرة نت، تجدي كل الأشياء موجودة، لا نكتفي بالأخبار العربية فقط، بل كل الأخبار الدولية، وكثير من الأخبار مستلقة من الصحف الأجنبية، الأمريكية والبريطانية على وجه التحديد.

س/ هل لديكم قسم للتعارف بين الحضارات؟

ج/ لا، نحن نعكس ما يدور في العالم.

س/ هل يعني ذلك أن أكثر ما يهتمكم هو الخبر.

ج/ نعم نهتم بالأخبار والأشياء البارزة في مجال الثقافة والفنون والحريات وغيرها، ولكن أن ندخل في برامج متخصص للتقريب بين الحضارات، فهو طبعاً ليس مهمة الجزيرة كموقع إخباري، فمهمتها الأساسية هي عكس الحقيقة لكل شخص من أي مكان. والموقع هو انعكاس للقناة على الانترنت. ولكن الموقع يزيد في تفاصيل الخبر التي لا تسمح النشرات بقراءته. حيث يتم تقديم أشياء أخرى لا تعكسها شاشة القناة. فالشاشة تقدم الخبر بصورة مبسطة، وتجد تفاصيله في الموقع بصورة شاملة؟

س/ هل تعتقد أن الإعلام الرقمي ساعد على التعارف بين الحضارات؟

ج/ إلى حد كبير، ولو أنه الإعلام الرقمي يحمل الغث والسمين، فالإنسان يجد فيه كل شيء، فقد يجد فيه ما يساعد على التقارب بين الحضارات، وأحياناً يحمل عكس ذلك كمصطلحات الإسلاموفobia، وأحياناً تجد فيه جوانب العنصرية والأنا والنحن وتضخيم الذات. فالإعلام الرقمي تحس فيه الآن صراع بين الحضارات، فمثلاً هناك صراع بين السودان ومصر بسبب زيارة الأميرة موزا. فأصبح هنالك لعن وصدام بين الجانبين، فأحياناً تقود Social Media إلى الصراع لا إلى التعارف،

س/ التحديات أو المشاكل التي الموقع، في نشر المعرفة، فمثلاً نجد أن الموقع يهتم بالأخبار بصورة مكثفة.

ج/ لا أبداً، المعرفة في الموقع واسعة، فمثلاً المقالات المنشورة على الموقع فيها ما يخالف الخبر تماماً، وينشر في الموقع العديد من الأجانب، فليس المقالات المنشورة فقط خاصة بالثقافة العربية.

س/ كيف تتعاملون مع اللهجات المحلية المختلفة واختلاف اللغات؟

ج/ طبعاً في الموقع هنالك ترجمة إنجليزية وفرنسية سواء كانت في الموقع أو في القناة.

س/ أنا أقصد أنه من خلال التفاعل في الموقع يكون هنالك لهجات مختلفة؟

ج/ طبعاً بتجينا كثير من الأشياء مثل ما قلت، لكن الموقع أصلاً بيحوي كل الجنسيات، فالعبارات التي نتشكك فيها، فمثلاً لو واحد علق على كلام أو خبر واستخدم لهجة محلية، مثلاً مغربية نستعين بأحد العاملين المغاربة، ونسأله ماذا تعني هذه العبارة عندكم، لأنه اختلاف اللهجات يؤدي إلى اختلاف المفاهيم، فمثلاً عندنا عبارات تكون نظيفة بالنسبة لنا كسودانيين وعند الغير تكون مسيئة، لذلك يمكن القول أن تلاقح الحضارات موجودة لدينا في الغرفة بين العاملين في الموقع، والناس تحاول في هذا البحر الكبير من المعلومات والصراعات الدائرة، ولكن المهم نحن في الجزيرة بتحاول تزيل مفاهيم عند الغرب وعند الآخرين ومخاوفهم عن العرب وعن المسلمين وهي تحاول أن تزيل هذه المخاوف ببرامجها وتعكس الأشياء التي تراها أنها تدفع الشبهات والمخاوف والتهجمات عن المسلمين وعن العرب، مثل حبهم للقتل والسفك، فالجزيرة تحاول أن تصنع صورة مغايرة.

س/ بالنسبة للإحصائيات عن مساهمة الجزيرة في التعارف بين الحضارات وبرامجها ذات الصلة بهذا الشأن.

ج/ الإحصائيات ممكن تسألني منها غيري لأن لديها ناس متخصصين فيها ومتابعين للإحصائيات، ولكن يمكن القول أن معظم الناس بتميل للأخبار، حتى في الموقع الذي يقوم بنشر مقالات ودراسات، تجد الناس مركزة على الأخبار وتعلق عليها بصورة أكثر من غيرها. وشكراً.

مقابلة رقم (4)

محمد المهدي، رئيس قسم النشر، مركز الجزيرة بالدراسات، مقابلة يوم 2017/3/13م، الساعة العاشرة صباحاً.

س/ ما هو الإعلام الرقمي:

ج/ مشكلتنا دائماً نربط الإعلام الرقمي بوسائل التواصل الاجتماعي، ولكن الـ Social Media هي جزء من الإعلام الرقمي، الإعلام الرقمي هو مجموعة من الأدوات منها وسائل التواصل الاجتماعي، أول ما بدأ الإعلام الرقمي بدأ بفكرة المدونات، لأن المدونات كانت تعني إنشاء موقع شخصي أي بمعنى كل إنسان قادر على إنشاء موقع يكتب عليه أفكاره ومعتقداته، دي كانت البداية في عام 2005م بموقع مكتوب بالعربي، وبعد ذلك ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي في العام 2006م بداية بالفيس بوك وتويتر إلى الآن، مواقع التواصل الاجتماعي هي فيس بوك وتويتر وواتساب وغيرها، هناك مواقع تواصل اجتماعي أهم مثل موقع (قرب) الأجنبي كل مهمته يربط المتخصصين في مجال معين بشبكة خاصة به مثلاً، المتخصصين في المجال الإعلامي تجدهم موجودين في هذا الموقع بالإنجليزي، الوطن العربي مغلق على التواصل الاجتماعي الخاصة به، فيس بوك وتويتر حتى توفير لو نظرنا نسب الاستخدام نجد أن مستخدمي الفيس بوك في مصر والسودان أعلى لكن تجد في الخليج كله تويتر وحالياً سنا بشات وانستغرام معدلاتهم عالية لكن فيس بوك معدلاته بسيطة في الخليج، فنحن

في الوطن العربي متباينين في الاستخدام بينما في الغرب عندهم الشبكات الاجتماعية المتخصصة أكثر استخداماً من الشبكات العامة، تأثيرها حالياً أصبح أقوى من تأثير الشاشات، لدينا نعتزف أن وسائل الإعلام التقليدي تذهب إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتزويد محتواه، فهم يأخذون الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي في أقسام يتم إنشاءها خاصة بالسوشال ميديا داخل غرف الأخبار، الياهو إنشأ في عام 2008م، Editore و Newse كانت مهمته يصنع الخبر من التغريدة فأنا برى الإعلام التقليدي أقل من السوشال ميديا وهم الاثنين يخدموا بعضهم البعض، فالإعلام التقليدي هو أشبه بالماء الذي يدرج في الإعلام الرقمي.

س/ هل تعتقد أن الإعلام الرقمي أثر على التعارف بين الحضارات؟ وهل هناك استخدام أمثل لمحتوى الإعلام الرقمي في الوطن العربي والعالم أجمع؟

ج/ إذا استندنا إلى التقارير السنوية التي تدرج فنجد في البحث أن الأشياء الأساسية التي تدرج من الفن والسياسة والأخبار والرياض هي الأشياء الأساسية لا يوجد إدراج، فنحن في الوطن العربي للأسف لا نعرف كيف نستقل الوسيلة، مثل تقرير تويتر السنوي وتقرير فيس بوك تقدير استغرام السنوي نجد أ، الأمور التي تمت مشاهدتها في الوطن العربي هي الأمور غير المهمة على الإطلاق، فالإعلام الرقمي من عام 2011م كان هدفه إنشاء الثورات العربية، فعلى سبيل المثال في مصر وأنا مصري شاهدة التجربة دي كان الإعلام الرقمي أنشأ جريدة أسماها الواقع المصري كان صاحبها وائل عباس كانت عبارة عن مدونة كانت بداية وشرارة الانطلاقة، كان يرصد أبرز الانتهاكات التي تقوم بها الحكومة . كان يختار تقارير من داخل مؤسسات الرئاسة بصورها وينزلها صور أو فيديو في يوم 6 أبريل كانت المقاطعة من خلال العصيان الذي أطلقه وائل عباس فالسوشال ميديا في مصر كانت

هي الأساس في الانطلاق، تويتر كان هو الأساس مثل فيس بوك. رأت الحكومة المصرية مش كانت عينا على تويتر، كانت مركزة على فيس بوك بينما النشاط كانت ثقافتهم تويتر. في 25 يناير كان هو الهاشاك المتداول فقامت الحكومة بوضع تلك على الانترنت والسوشيال ميديا من الاستخدام، فالسوشيال ميديا خلقة حالة مهمة من مسألة التطورات والانتفاضات، الحصل في تونس انتقل من السوشيال ميديا ومن الإعلام الرقمي، فمستخدم الإعلام الرقمي الآن أصبح لا يستخدم السوشيال ميديا بنفس القوة الموجودة في 2011م فأصبح الآن كل شخص له حساب في فيس بوك وله حساب في تويتر، فمثلاً أخبار الفن وأخبار الشباب تتصدر السوشيال ميديا. ففي يوم 28 يناير تم قطع الانترنت ومع ذلك الأجانب متابعين ما يحدث في الثورة من خلال الستلايت، فالغرب أصبح يعرف دقائق الأمور من الوطن العربي عن طريق Social Media، يشبه التقارير عن استخدام التواصل الاجتماعي من خلال تقارير مواقع التواصل الاجتماعي. فتجربة الاستخبارات الأمريكية كانت من خلال السوشيال ميديا، هناك كثير من القنوات والصحف تم إغلاقها واستبدالها بـ Social Media لأن تكلفتها أقل ومردودها أعلى، الناس تتوجه رقمياً أكثر من الشاشة.

فنحن مثلاً في الجزيرة نت تكلفتها أقل ومردودها عالي.

س/ مستقبل الإعلام الرقمي وتأثيره على الحضارات.

ج/ أنا براهن على تطور الإعلام الرقمي بالتكنولوجي الذي حيضيف للإعلام الرقمي فنحن الآن في الإعلام الرقمي نراهن على أن يصبح كل شي آلي وبعد فترة قليلة لن يكون وجود للشاشات إلا على الموبايل، الشاهد حتى الآن أن التطور إيجابي للإعلام الرقمي، فأصبح التوجه الرقمي الآن صورة وصوت مثل تجربة Snupshat، فالفيديوهات الموجودة الآن على الإعلام الرقمي أصبح الإعلام

التقليدي يستخدمها، كذلك للحضارات انت تنقل الحضارة من خلال الفيديو يتم مشاركته على جميع أنحاء الوطن العربي، فالآن أزمة سوريا تنتشر من خلال الفيديوهات الموجودة في Social Media، التكنولوجي المستخدم هو التطور الإعلام الرقمي، نحن في التدرج نحو الأعلى مع التطور التكنولوجي، في عام 2011م كان هنالك اختراع في مصر قلم في كاميرا، أنا كنت معلقة وعلت لايف لانتخابات مجلس الشعب، أنا كنت طالع على الهواء من خلال الجهاز على الهواء، وتم تفتيشي ولم يوجد شيء.

مقابلة رقم (5)

مختار العبلاوي، منتج أول، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/14م، الساعة الثالثة ظهراً.

س/ بما تختص الجزيرة نت؟

ج/ الجزيرة نت هي أول موسوعة إخبارية في الوطن العربي وربما في العالم. هي عبارة عن قسم يقوم بالتعريف بالشخصيات والمدن والأحداث والمناطق والمفاهيم والمصطلحات التي لها علاقة بعالم الأخبار، على سبيل المثال مثلاً عندما يقرأ القاري في الجزيرة مثلاً خبر عن السودان تجد أن الخبر يحتوي على مجموعة من المصطلحات والمفاهيم، مثلاً التعريف بالسودان كدولة والتعريف برئيسه البشير والأمم المهدي والمرحوم الترابي والحوار الوطني، ومثلاً مثل مصطلح الوثبة ما هي الوثبة، فالجزيرة تقدم المصطلحات وتقدم المعلومات التي تفسرها، وبالتالي فعندما نقدم الخبر نعرف الصورة. فالجزيرة تحاول التعريف بالعديد من المصطلحات، مثل الديمقراطية، والحرب الإيرانية الخليجية، والمفهوم النووي الإيراني، مفهوم الرأسمالية، مفهوم الجنيه، ومفاهيم الشعبوية. وغيرها من المفاهيم. مثل مفهوم تنظيم الدولة. كل هذه الكلمات يجد لها القارئ تعريف لمفاهيمها ومصطلحاتها. فمثلاً قبض

كارلوس في السودان، لابد من التعريف عن من هو كارلوس، فهو اسم تردد كثيراً في الأخبار، ولكن نحن نعرف القارئ في الموقع بهذه الشخصية (كارلوس). فالقارئ لا يملك الكثير من المعلومات عنه. وكذلك ما هي الأحزاب المشاركة في انتخابات اليوم. فكل هذا مجال عمل مشروع الجزيرة.

س/ من كلامك نفهم أن الموقع مكمل لقناة الجزيرة ويعمل على شرح المصطلحات؟

ج/ نعم، نحن خدمة إخبارية أطلقها موقع الجزيرة قبل ثلاثة سنوات، نهتم بتقديم وتوضيح وتفسير المعلومات، وبيان المصطلحات المستخدمة للمدن والدول والأشخاص التي يتداولها الخبر في القناة، ونحن نهتم بالتعريف بها.

س/ هل لديكم أي محتوى على التعارف بين الحضارات والتواصل بين الشعوب؟ هل سياسة القناة تسعى لذلك؟

ج/ يوجد شيء من ذلك، وتفرد مساحة لهذا المجال من خلال التعامل اليومي في موقع الجزيرة، ولكن في بعض الأحيان، تطرح في العلن بعض الحركات وبعض المسميات التي تظهر في الساحة مثل الطائفة الدينية التي تسمى الأحمدية، فنحن قمنا بإعداد بطاقة عنها تعرف بها. ومثلاً في السودان عرفنا بالكثير من المناطق التاريخية التي لها باع ولها تاريخ نقوم بالتعريف بها، كما قمنا بالتعريف ببعض القبائل، التي لم تجد مكان تعريف لها على الساحة من قبل خصوصاً الساحة العالمية، وقمنا بتعريف إرثها الحضاري.

س/ هل الموقع يهتم بالأخبار أم بالتعريف الاجتماعي والحضاري؟

ج/ في نهاية المطاف الجزيرة موقع إخباري، يهتم بالأخبار في المقام الأول، وكل المؤشرات تدل على ذلك. ولكن كل خبر له جذور حضارية تواصلية أو صراعية أو تصادمية وله مآلات إلى ذلك،

كالصراع السني الشيعي، والتغيرات التاريخية في الانتخابات الرئاسية الأخيرة في أمريكا، لها جوانب ذات صلة بالتعارف أو الصراع الحضاري. كذلك أن الجزيرة تركز على بعض المناطق في عرضها الإخباري كالسعودية، فهي تحظى بمتابعين كثر من السعودية، وكذلك الاهتمام بالمغرب العربي. لأن الجمهور من المغرب العربي يحتل المركز الثاني أو الثالث. لذلك تجد أن الجزيرة تركز على القيم الحضارية المرتبطة بالمناطق ذات المشاهدة الأكثر بصورة مكثفة مقارنة ببقية المناطق. وهذه سياسة إعلامية تجعل من مضمون الخبر يحظى أكبر قدر من التفاعل. ونحن في الجزيرة نت نصل إلى مليون صفحة قراءة شهرياً. ويوجد العديد من الفئات النوعية التي تتابع ما تقدمه الجزيرة نت مثل الطلاب، حيث يجدون مادة يحتاجون إليها في دراساتهم. وقد وفرت الجزيرة صفحات متخصصة لبعض المفاهيم والأحداث المهمة، فبطاقات الحرب العالمية الأولى والثانية، ومفاهيم الرأسمالية والديمقراطية، تحظى بقراءة شهرية. كما أن ما يميز موقع الجزيرة نت، هو القدرة على استعادة الخبر المنشور في أي وقت. هذا يبين أن الباحثين من خلال محركات البحث يستطيعون الوصول إلى أخبار الجزيرة نت بكل سهولة ويستفيدون من المعلومات التي يطرحها الموقع في بحوثهم ودراساتهم.

س/ هل لديكم أي إستراتيجيات لإدارة المحتوى الذي يتم نشره؟

ج/ ماذا تقصدي بالإستراتيجية؟

س/ توجه محدد...أي التركيز على نوعيات محددة من الأخبار مثلاً...

ج/ هو الآن العمل عندنا، أن يتم بالاهتمام بالحدث أو الخبر ذا التأثير الأكبر وهذا هو خارطة قناة الجزيرة الإخبارية ومنتجاتها. فأني خبر تعمل الجزيرة وموقعها على تفسيره وتحليله وتحديد مصطلحاته.

وأي شخص يمر بحياته مرحلة مهمة، مثل موته يتم إنجاز مادة عنه، مثلاً كارلوس لكونه يحاكم الآن في فرنسا، فقد تم تجهيز مادة عنه، وقد تم فتح ملفات جديدة لكارلوس وبهذا تم إعداد بطاقة عنه.

س/ هل تواجهكم أي مشاكل في العمل؟

ج/ تواجهنا تحديات، فالمشكل في العالم العربي يتمثل في توثيق المعلومة، فالعالم العربي يتميز بالثقافة الشفهية، فالسودان على سبيل المثال أو أي بلد آخر يحتاج إلى توثيق مكثف لتوثيق المعلومات ذات الصلة به.

مقابلة رقم (6)

كمال صالح، معلم إلكتروني، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/15م، الساعة الحادية عشر صباحاً.

س/ البطاقة التعريفية.

ج/ أسمى كمال صالح وتخصصي التعليم الإلكتروني، فقد طلبت الجزيرة مني أن أعمل لديها للتعليم الرقمي، وتواصلوا معي أخوة متخصصين في اللغة العربية، وأنا ساهمت معهم في تأسيس هذا الموقع. فأنا متخصص في التعليم الإلكتروني، وليس متخصص في اللغة العربية. وبالفعل اشتغلنا وفي 2013م أنطلق الموقع، وهذا الموقع مبني على فكرة، فطبعاً فالجزيرة ليست مؤسسة تعليمية بل هي مؤسسة إعلامية، وتسعى لجودة النصوص أو الإعلام سواء كانت فيديو أو تقارير مكتوبة، وبذلك أسسنا هذا الموقع ليقدم مقالات وتقارير ويستطيع الطالب الأجنبي يمارس اللغة العربية، أعطيك مثل عندك مقال معين تم نشره من قبل الأخوان الصحفيين في موقع الجزيرة، ويتوفر رابط للمقال الأصلي، ويقوم الشخص بفتح هذا الرابط، ونحن نقوم بتحويل هذه المادة (المقال) إلى مادة تعليمية، فماذا

نفعل؟، بنشكل النص ونختصره فبدلاً من 600 كلمة نختصره إلى 100 كلمة، لاختصار زمن الطالب، مع الاحتفاظ بالنص الأصلي لمن يرغب، أما التشكيل فيسهل للطالب الأجنبي الذي يواجه صعوبات في قراءة العربية. كما نقوم بترجمة العنوان باللغة الإنجليزية أو الفرنسية وقريباً اللغة التركية، وكذلك نقوم بترجمة الملخص، ونهدف من ذلك إلى مساعدة الطالب على فهم النص بشكل عام.

س/ هل يمكن اعتبار أن هذه محاضرات؟ وهل تتعاونون مع جامعات؟ ومن هم الطلاب؟

ج/ الطالب المستهدف هو طالب أجنبي يرغب في تعلم العربية، ويكون بالغاً من عمر 15 عشر فأعلى، وبما أننا نقدم، ويكون يتحدث إما بالإنجليزية أو الفرنسية، وقد تم اختيار اللغة الفرنسية بجانب الإنجليزية لانتشار استخدامها، فهي تستخدم في سويسرا وبلجيكا وأفريقيا، والعديد من الدول الأفريقية تتحدث بها، مثل: مالي، تشاد وتونس والسنغال وغيرها وأغلبهم مسلمين يحبون اللغة العربية ولغتهم الأساسية الفرنسية خصوصاً في التعليم.

س/ من أين تتحصلون على محتوى المادة المقدمة.

ج/ بنسبة 90% من الجزيرة نت، من شبكات الجزيرة، فنحن نتيح كلمات مفاتيحية، وبعد أن يفهم الطالب النص الأساسي، نحاول أن نبسط له محتوى المقال، فنحن موقع نسعى لتحبيب الأجانب للغة العربية، وبيان أنها لغة ثرة. فإذا لم يفهم الطالب مثلاً كلمة محددة، يضغط عليها يمين الماوس ويطلب الترجمة. أما إذا كان يريد أن يسمع فكذلك يمكنه أن يسمع محتوى الفيديو مترجماً، طبعاً هذه الخدمات لا تكفي، فلا بد من تمارين لهذا النشاط.

س/ ما نوع المحاضرات التي يتم نشرها؟

ج/ هي تشمل الأخبار، الرياضة، الفنون، الاقتصاد، الصحة. وبما أننا موقع تعليمي فلا ننشر المعلومات التي فيها عنف مثلاً أو عنصرية.

س/ هل هناك تفاعلية عبر الموقع:

ج/ التفاعلية في الموقع تتم آلية، فمثلاً الطالب يختار التمرين والتصحيح يتم بصورة آلية. وكذلك لدينا الإنتاج الكتابي، حيث يطلب الأستاذ من الطالب أن يكتب جواب أو نص، فالطالب يكتب ويرسل لنا، ويقوم الأستاذ بالتعليق online، ويستطيع الطالب أن يسجل صوته ويتم التعليق عليه من قبل الأساتذة

.

س/ ما هي نسبة التفاعل للموقع.

ج/ عدد الدخول يومياً يفوق الآن ستين ألف، وقد كانت بدأتنا بألفين متابع، والحمد لله نجد أن القبول كبير، خاصة من أمريكا وتركيا، وهذا ما جعلنا نفكر في إطلاق اللغة التركية، وهذا ما سيتم تنفيذه بعد ثلاثة أشهر.

مقابلة رقم (7)

خولة باسلام، منتجة، **AJ+** عربي، مقابلة في يوم **2017/3/16**م، الساعة الحادية عشر صباحاً.

س/ بداية خولة كلمينا عن طبيعة عملك في القناة، وطبيعة الإنتاج.

ج/ ما أعمل عليه هي مواد منتجة لل **AJ+** فمثلاً نحن نخترع القصة، وبعدها نتواصل مع مصورين، أو قبل أن نتواصل مع المصورين، نحن نعمل تصور للقصة والمشاهد التصويرية، وبعدها نتواصل مع المصورين ونصور القصة من أولها لأخرها ويكون إنتاجها ل **AJ+** كاملاً، وبعد أن تأتينا الصور

نحن الذين نقوم التكملة للقصة ونشوف الأشياء الناقصة ونضيفها للقصة، وزى ما قلت ليك هي منتج كامل لل AJ+ . مثلاً في أقسام تانية تعتمد على Social Media ، بمعنى أنه يأخذوا فيديوهات مثلاً من الفيسبوك، أما نحن في هذا القسم لا نفعل مثل هذه الأقسام، نحن محتوانا من إنتاجنا بنسبة 100%، نحن الذين نقوم بالتصوير، ونتعامل مع مصورين من دول عربية كثيرة، وهم يصورون لنا القصة ونحن نقوم بإنتاجها.

س/ ما نوعية البرامج التي تقومون بإنتاجها؟

ج/ بصراحة أنا تقنياً أو فنياً ما حفيدك كثير، لكن بالنسبة لي فأنا أقوم بعمل المنتجات للقصة على الأدوب والباقي يقوم به Editor هو الذي يقوم بالأشياء التي يرى أنها تحتاج إلى جرافيك، وقسمي أنا لا يعتمد على الأنيميشن، ونعتمد على الجرافيكس. وزى ما قلت لك الشيء التقني ما بفيدك فيه كثير ممكن تشوفي ال Editor .

س/ بالنسبة لمحتوى المواد كما قلت أنه يتم تجميعه بعد أن تقترحوا القصة ثم تقوموا بإنتاجها. ماذا تعتمدوا في اقتراح القصص؟ هل على الأخبار أم المشاهير أم الفن أم التاريخ أو ماذا؟

ج/ ال AJ+ عربي يعتمد على التنوع بشكل أساسي، نحن نرى أن تنوع المقترحات شيء مهم جداً، فمثلاً تجدي عندنا أحياناً قصة عن المرأة، عن الطفل، قصة إنسانية، قصص اجتماعية، عن الموسيقى والرياضة، لابد من الاعتماد على أشياء متعددة، وأهم شيء هو التنوع، لكن فمترحاتنا وإنتاجنا كلها تعتمد على التنوع.

س/ ما هي نسبة المشاهدة؟

ج/ الحمد لله توجد مشاهدة عالية جداً خاصةً في مواضيع معينة أو القصص المنتجة من قبلنا التي تكون فيها نسبة مشاهدة وتفاعل جيدة.

س/ في رأيك الشخصي هل تعتقدي أن AJ+ أثرت في المواطن العربي وهل تعتبر إضافة؟

ج/ طبعاً، ليس لأنني اشتغل فيها، رغم أنني اتشرف بأنني من أوائل من عملوا فيها، وفعلياً الحمد لله الآن صدانا في العالم العربي، ويكفيني فخراً مثلاً أن أتكلم مع شخص من المغرب العربي عن AJ+ عربي، فنحن فعلياً وصلنا تقريباً لكل البيوت ولكل الحواسيب العربية والتليفونات العربية.

س/ سؤال أخير من وجهة نظرك الشخصية هل تعتقدي أن AJ+ تهتم بالتعارف بين الحضارات أو الثقافات.

ج/ طبعاً، مثل ما قلت لك نحن نعتمد على تنوع المواضيع، أحياناً حتى على تنوع البلدان، نحن في انتاجنا نعتمد على تنوع البلدان، فمستحيل أن نعمل قصة عن بلد معين، نحن عملنا قصة عن المغرب والجزائر من تونس، من موريتانيا حالياً، نشغل على دول ثانية هذا أكيد من الشرق الأوسط، لأنه سهل فيه التعامل فمثلاً فلسطين.

س/ هل هنالك محتوى للحضارات مثلاً الحضارة النوبية؟

ج/ طبعاً أنا كنت في قسم آخر عملنا على كم حضارة، أنا أشوف أنه AJ+ رائدة في الإعلام الرقمي وساعدت كثير الناس على التعارف على حضارة الآخرين، أعطيك مثال، الآن لو رأيت فيديوهات ترى أننا نحافظ على لهجة البلد وفي نفس الوقت نعطي اعتبار أنه هناك من لا يفهم هذه اللهجة، فنحن نشرح الأشياء التي تكون صعبة على المتلقي، وهذا يساعد الناس على السفر لبلدن أخرى من خلال اللهجة بس من فيديوهات.

مقابلة رقم (8)

أمل عادل، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/17م، الساعة الثانية ظهراً.

س/ البطاقة التعريفية:

ج/ أنا أمل عادل، منتجة في AJ+ ، سودانية الجنسية.

س/ كلينا عن AJ+ وتاريخك انضمامك لها، وحديثنا عن المنتج؟

ج/ نحن ننتج منتجات رقمية ونعتمد على ثلاثة أشياء وهي الآنية (الأخبار الحاصلة حالياً). وثانياً قسم السياق وهو يشوف المواضيع الصعبة ويقدمها للناس بصورة أسهل وثالثاً هو القسم الذي أعمل فيه وهو قسم البرامج المختلفة. وأنا أعمل على برنامج المتفزلك، وهو يناقش مواضيع اجتماعية ومواضيع شائكة بالنسبة للناس وبيوريك شنوا لصاح وشنو الغلط، فهناك حاجات كثيرة الناس ما تفكر فيها، بل تأخذها بأنها تقاليد وعادات، ولا ينظرون إليها بأنها أشياء صح أو خطأ، وهذه البرامج الشغالين فيها.

أنا بديت في AJ+متدربة وبعد افتتاح القناة عملت معهم، الحمد لله انا بعمل في برنامج وحينشر الشهر الجاي.

س/ بالنسبة للمواد هي قناة فضائية تبث عبر الانترنت وتجمع المواد من السويشال ميديا. كيف يتم جمع المواد، وكيف يتم التحقق من مصدر المعلومة، وهل يتم استخدام مواد موجودة أم تصنيع مواد.

ج/ يتم الاعتماد بشكل كبير على المواد الموجودة في وكالات الأنباء وهذا يكون في قسم الآنية المختص بالأخبار. أما البرامج فهي تعتمد على إنتاجنا بصورة كاملة، فكل شيء فيها يكون حقتنا ما جبنها من بره ولا كذا، وممكن نعتمد على الأخبار من بره. ونحن الحمد لله في شبكة كبيرة زي الجزيرة

ممکن نتصل بكل مكاتبنا في كل العالم ونتأكد من الخبر، ونعرف هل الخبر صاح ولا غلط، وثانياً يمكن أن نعتمد على المصادر الموثوقة، أي يمكن القول أننا نعتمد تماماً على الحقائق، وبنشوف المصادر التي تكون أما زي الأمم المتحدة أو الوكالات المعتمدة، وما بنأخذ من مصادر غير معتمدة، وحتى لو حصلنا علينا من أي موقع لابد من التحقق عنها، وما بنشيلها من مصدر واحد وننشرها، فالتأكد من المعلومة عندنا حاجة مهمة جداً، وما بنخرج معلومة، فأني نص عندنا يتم مراجعته أكثر من ثلاثة أشخاص بالإضافة. فقد حدث قبل ذلك أن التشكك في أي نص يتم بعثه لبعض المكاتب ذات الصلة بالموضوع، وخصوصاً المواضيع المشكك فيها أو المشتبكة والمعقدة، يتم الاهتمام بمصادقيتها، فنحن نحاول الحياد قدر استطاعتنا ونتبين الحقائق ونترك للقارئ أو المشاهد حرية التعليق على النص.

س/ أستاذة أمل البرامج الاجتماعية التي تعملون عليها، أي نوع من البرامج تركزون عليها، هل هي الأخبار أم المشاهير أم يتم التركيز على التعارف ما بين الثقافات والحضارات المختلفة، وسؤال آخر مشتركة أيضاً المتعلق باللغة هل يتم الاعتماد على اللغة العربية فقط أم يتم الاعتماد على لغات أخرى؟

ج/ يتم عندنا الاعتماد على اللغة العربية بصورة تامة، وهي سياسة القناة، حتى في الكلام فيما بين العاملين يتم الاعتماد على اللغة العربية، لأن القناة عربية، ورغم وجود قسم للغة الإنجليزية، وفي سؤالك عن اختلاف اللهجان، يحتوي المكتب على العديد من اللهجات، مثل المغاربة، فنحن كسودانيين نواجه صعوبة في معرفة لهجة المغاربة في البداية، لأن لغتهم متأثرة بالفرنسي، ولكن بمرور الزمن تتعود على اللهجة المغربية، حتى في القصص التي تأتينا من المغرب على سبيل المثال، بنكتب كلام

الشخصية المقال بالمغربي وبين قوسين نشرحه (بالعربي)، أي نفس القول باللهجة المحلية إلى اللغة العربية الفصحى، عشان نسهل للناس أنو يفهموا مصطلحات اللهجة، وهذا يساعد غير المغاربة على تفهم اللهجة المغربية، واعتقد أن هذه الوسيلة هي طريقة تقرب بين الحضارات والثقافات، عن طريق فهم مصطلحات اللهجات المختلفة، لكون القناة تقدم اللهجة وترجمتها.

س/ هل أنتم تستخدموا لهجات محلية أم ماذا؟ وحديثيني عن برنامج المتفزلك؟

ج/ المتفزلك هو برنامج يتكلم عن أشياء كثيرة ويهتم بكل المواضيع خصوصاً الاجتماعية منها، ويحاول الخروج بحقائق، ويساعد على إصلاح المعتقدات الخاطئة في ذهن الناس دون أن تسندها حقائق، ويتم إبرازها للناس، وبيان أسباب أنها مغلوبة لدى الناس، وهذا يساعد الناس على التساؤل، والبعد عن أخذ الحقائق من أقوال الأقرباء لأنهم أقرباء أو الأساتذة لأنهم معلمين. ونتطرق في هذا البرنامج لكل المواضيع في حياتنا، وفي نفس الوقت نظهر هذا في شكل بسيط وكوميدي أو درامي لكي يتقبلها الناس.

س/ أشكرك على هذه المعلومات القيمة وفرصة سعيدة.

مقابلة رقم (9)

آلاء صخوري، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/18م، الساعة الواحدة ظهراً.

س/ بسم الله الرحمن الرحيم .. بدايةً أنا سعيدة جداً بهذه السانحة الجميلة والفرصة الطيبة واستقطاع الزمن من وقت حضرتك، وبدايةً عرفيني بحضرتك. وعرفينا بأسمك ومهنتك.

ج/ الاسم آلاء صخوري وأنا منتجة في فريق البرامج مع AJ+ .. والـ AJ+ هي شبكة إلكترونية تغطي فيها برامج أخبار، وتعتبر منصة إعلامية على شبكة التواصل الاجتماعي، ولها صفحات على

اليوتيوب وعلى الفيسبوك وعلى التويتر وإنشاء الله على الانستغرام قريباً وعلى الاسناب شات، ونحاول نغطي المستخدم أو المواطن العربي أو الشاب، ونحاول أن نصل إليه بأي طريقة.

س/ أستاذة آلا أريد أن تحديثيني عن المهمة التي تقومين بها داخل AJ+ بالضبط والتحديد.

ج/ أنا وظيفتي في AJ+ في فريق البرامج ونعمل كل فترة على اقتراح برامج جديدة والقيام بأبحاث جديدة، ونبحث عن المتاح الممكن تقديمه، وماذا يحب الناس أن يقدم لهم، ففي فريق البرامج أكثر شيء نتوجه للتسلية، لأنه الأقسام الثانية هم المسؤولين عن الأخبار أو المواد الدسمة، فنحن نحاول في فريق البرامج أنه نوصل للمشاهد الشيء الي هو حبيب يحضره وحبيب يتسلى بوقته ويسلي وقت فراغه فيها، ودائماً ليس التسلية تقتصر على الضحك أو اللا فائدة. فنحن في فريق البرامج نبحث دائماً عن الأفكار الجديدة المفيدة التي ممكن تكسب المشاهد معلومات أو أفكار جديدة، توسع ذهنه وتساعد على تثقيفه بطريقة مسلية أو طريقة ترفيهية.

س/ ممكن تعطيني نماذج للبرامج التي يتم إنتاجها وكيفية إنتاجها نفسها؟

ج/ أول البرامج الي هلا شغالة عليها هو أول برنامج شاركت فيه على AJ+ وحالياً بنصور للموسم الثالث هو برنامج "معنى معنى" برنامج نحكي فيه ونعرف الناس عن معاني الكلمات بلهجات عربية مختلفة، فكرة البرنامج هي أنو نسأل الناس أو نعطي الناس كلمة بلهجة معينة أو عبارة بلهجة معينة ونسألهم شنو البفهو منها، والطريف في ذلك أنو كثير من المرات الكلمة بلهجة عربية ما معناها مختلفة تماماً بلهجة أخرى أو مثلاً بتكون اللهجة بتكون فيها العبارة بشكل إيجابي، في لهجة أخرى تحمل شكل سلبي، في نفس الوقت نحن نههدف في البرنامج أنه نقرب الناس من بعضها لأنه في شوية من سوء الفهم أو ما نسميها النمطية المتوارثة أنه بلاد المشرق لا تشبه بلاد المغرب أو أنو الشامي

بحكي أنو المصري ما بحكي عربي، والمغربي يشعر بالإهانة لمن تقوليلو أنو ما بحكي عربي، لأنو فعلياً اللغة الأصل (اللغة الفصحى) كل لهجة ماخدها ومبسطها بشكل ما، فالهدف من برنامج معنى معنى هو توصيل وربط الوطن العربي بعضه ببعضه وتنقيف الناس ببهجات بعض، هذا هو الهدف البشتغل عليه والي لازلت بشتغل عليه.

في برنامج آخر اشتغلت عليه في فترة رمضان كان عن الطبخ، وفي نفس الوقت كنا بنحاول نجيب وجبات من كل الوطن العربي. وفي هذا البرنامج أحضرنا مسميات أو وجبات من بلاد متنوعة، بس كمان انضاف إليها لمسات عصرية، وأنتي بتعرفي أنو الأكل ما فيهو واحد اثنين ثلاثة، كل إنسان ليهو زوقو، وهو من البرامج الاشتغلت عليها في رمضان الماضي كان برنامج الطبخ وهو برنامج خفيف، نعرض فيه الطبخة لمدة ثلاثين ثانية، برنامج ثاني اشتغلت عليه لفترة بسيطة هو برنامج تيك بلص وهو برنامج كان مهتم بالتكنولوجيا وبنشوف فيهو الاختراعات الجديدة أو الآبس أو الأشياء الجديدة التي تحدث في عالم التكنولوجيا.

س/ كيف تتم مشاهدة البرنامج؟ هل عن طريق التحميل (Download) في الموقع أو غيرها، وهل يتم التفاعل مع البرنامج من قبل المشاهدين مباشرة أم يتم تنزيل المقاطع ثم تجدون الأسئلة والإجابات هكذا؟

ج/ هل تقصدين كبث مباشر؟

س/ نعم.

ج/ لا .. غالباً تكون البرامج مصورة من قبل، ويمكن تكون في برامج تحكي عن مواضيع حالية وتكون هي برامج أسبوعية يتم تصويرها في نفس الأسبوع وهي خاصة بالمواضيع ذات الضجة الآنية

في مواقع التواصل الاجتماعي، ويتم أخذ آراء الناس فيها وتفسيرها وإسقاط الضوء عليها أو طرح آراء الناس في هذا الموضوع، وبالنسبة للبرامج الشغالة عليها هي برامج مصورة قبل وقت وبفترة، وهذا في عالم الإنتاج تكون أغلب البرامج مصورة قبل أسبوع أو أكثر من شهر، ونصور الحلقات ونمنتجها وتكون جاهزة .. ثم يتم تنزيلها على صفحتنا على مواقع التواصل الاجتماعي .. وطبعاً لا يخلو الموضوع من التفاعل ،، ففي عالم التواصل الاجتماعي كل نجاح للبرنامج هو يحدد عبر نسبة التفاعل، فنحن في برنامج اللهجات ننزل الفيديو مع سؤال تفاعلي ،، أو حتى في البوست نفسه نبين أن الكلمة تعني كذا وكذا والسؤال يكون بطريقة ما يصل لكل مشاهد يمكن أن يتفاعل بأن يخبر بأنها تعني في بلده كذا أو يعمل تاغ لبعض الأصدقاء ويخبره بأنه يشاهد هذا البرنامج، فداًئماً يوجد تفاعل من الجمهور واقتراحات منهم. وكثير من الكلمات التي تم تقديمها في البرامج هي اقتراحات من الجمهور.

س/ أستاذة آلا . المشاكل التي تواجهك أو التحديات أو العقبات التي تواجه عملك في نشر الثقافة المختلفة ولهجات متنوعة.

ج/ هي تحديات وليست مشاكل، وتتمثل في التأكد من المعلومة، فنحن نسعى للعمل بين تنوع كبير بين الدول حتى الموظفين مجموعين من بلاد مختلفة، من المغرب والخليج والشام كلهم موجودين والسودان، وداًئماً أعمل بحث وأسأل وجه لوجه لأنه مرات ما يكون في تأكد من المعلومة التي تؤخذ من الانترنت، والبحث يكون دقيق وأتأكد من أكثر من مصدر، وأتأكد أن الكلمة لا تفهم بطريقة خطأ أو بشكل يقلل من احترام بعض الناس. حيث أنه في مرة من المرات قابلنا موقف محرج متمثل في أننا طلعنا بعض المترادفات لكلمة معينة، وقال لي أنه هذه الكلمة لا تستعمل هكذا. بس الحمد لله صارت

لي مرة واحدة كان فيها سوء تفاهم، فهي كانت في لهجة إيجابية .. بس بلهجة أخرى كانت الكلمة مسيئة. فهذا شيء من المشاكل التي تجعلنا ندقق في البحث بصورة أكبر، مع الاحتفاظ بالسرعة في العمل، فالتوفيق بين الدقة والوقت هو التحدي لدينا . فالبحث لابد أن يكون دقيق ومكثف بوقت قليل.

مقابلة رقم (10)

محمد الشاذلي، منتج أول، ورئيس قسم السياق، AJ+، مقابلة في يوم 2017/3/19م، الساعة العاشرة صباحاً.

س/ بسم الله الرحمن الرحيم... بدايةً أستاذ محمد ... أنا سعيدة جداً بإتاحة هذه السانحة الطيبة المباركة وتخصيص زمن من وقتكم للإجابة على أسئلة المقابلة .. الهدف منها هو البحث العلمي.. بدايةً البطاقة الشخصية لحضرتك لو سمحت؟

ج/ أنا محمد الشاذلي .. مصري، واشتغل في AJ+ عربي في فريق السياق .. وفريق السياق مهمته هو يشرح مفاهيم ويضع أخبار من خلال فيديوهات صغيرة وهي معمولة خصيصاً للإعلام الرقمي وبالأخص Social Media. وأنا مسؤول قسم السياق.

س/ ما هي التغيرات التي أحدثتها الإعلام الرقمي؟

ج/ منذ عشرين سنة تقريباً بدأ الإعلام الرقمي يكتسح الساحة وأصبح الانترنت له حضور قوي في تشكيل الوعي وكوسيلة إعلام، وقد مر ذلك بأكثر من مرحلة، بداية بالصحف الإلكترونية مروراً بما يعرف بالصحافة الاجتماعية أو تطورت إلى سوشيال ميديا بعد أن كانت فكرة مدونات، والآن الجمهور أصبح يصنع إعلامه. ف AJ+ هي تطور طبيعي لكل ذلك، فنحن عندنا مقدم الخدمة الإخبارية أصبح لديه وسط جديد هو وسط السوشيال ميديا، وهذا الوسط الاجتماعي يحتاج إلى أداة

قادرة على إيصال الخبر من خلاله ومن خلال وسائل أخرى نستطيع توضيح هذه الأخبار بشكل أوسع، قد لا يكون لها مساحة بطريقة معتادة في الصحف أو التلفزيون من خلال المقالات أو الأخبار ولكن في Social Media نحن لا نملك الفرصة لنكتب الخبر في مقال كبير أو برامج طويل،، فطبيعة الوسط الشغالين عليه هو وسط سريع.. والجمهور فيه لا يريد الارتباط بمحتوى واحد لوقت طويل، فهو أغلب وقت يستغله في استخدام تليفونه، والتليفون يحتاج انترنت والانترنت باقات اشتراكه في الوطن العربي قد تكون مكلفة، كل ذلك يجعلنا نحن نقدم محتوى معلومات خبرية زائد معلومات تعليقية عن الخبر في وقت قصير جداً. قسم السياق هو قسم لا يقدم خدمة إخبارية آنية أو أخبار سريعة، مهمتنا هو إفهام الناس عن خلفية الخبر، ونعتمد في ذلك أن نشرح خلفية الخبر من خلال مفهوم. مثلاً بعد أن وصل ترامب إلى الرئاسة فكان هنالك كلام داخل الأوساط السودانية عن ماذا سيحدث في العقوبات الأمريكية على السودان، هل تبقى كما هي أم سيلغي التخفيف الذي أحدثه أوباما، فخير تولى ترامب هو خبر آني (سريع). وقسم السياق يعمل على شيء عميق أكثر، والعمق في هذا الخبر هو ما يهم المشاهد السوداني، فالمشاهد السوداني سيهتم بمعرفة متى بدأت هذه العقوبات، فهناك جيل لا يدرك تاريخ هذه العقوبات، فنحن بنعمل حلقة (فيديو قصير) في حدود دقيقة ونصف أو دقيقتين نشرح تاريخ العقوبات من بدايتها وأسبابها بعيداً عن التدخل في آراء أو شرعية العقوبات أو فعاليتها، بل نركز عن تاريخ وشرح للتاريخ، وهذا المثال عن السودان لأوضح لك الفرق بين العمق.

س/ هل هذا يجعلنا منها قناة إلكترونية.

ج/ بالضبط، هي قناة إلكترونية وليست قناة فضائية تخدم المنصات الموجودة أصلاً لنشر المحتوى المقدم، فنحن نستخدم منصات الفيسبوك والتويتر ويوتيوب، ونحن من خلال هذه المنصات يمكن أن

نصل إلى الناس لأنها تعتبر من أكثر المنصات استخداماً من قبلهم، وهي نفس فكرة أي وسيلة إعلامية ولكن بفكر جديد وحديث، وهذا نتيجة لوسائل التواصل الاجتماعي التي فرضت علينا تغيير الشكل وعملية إنتاج الخبر، حيث كان من قبل ينتج الخبر داخل غرفة الأخبار ويتم تحريره. حيث يقوم المحرر بتجهيز الخبر. أما كل وسائل التواصل الاجتماعي فأصبحت تتيح للجمهور أن يصبح صناع أخبار، فنظرية الاتصالات اللاسلكية، لا وجود لها في Social Media لأنه اعتماده على المرسل والمرسل والرسالة والوسط لأنه المتلقي أصبح نفسه هو مرسل ومتلقي والمرسل أصبح مرسل ومتلقي.

س/ كيف يتم التحقق من الأخبار عندكم؟

ج/ هي الأزمة الكبرى التي تواجه الإعلام الرقمي ففكرة التحقق من الخبر معضلة ليس لها حل، وإنما ما نعمله في هذا الجانب هو تحري الدقة من خلال مصادر التي نثق فيها مع التأكد من أكثر من مصدر، ورغم أنه الأخبار الكاذبة تنتقل بسرعة على SocialMedia، لكن الشخص ذو الخبرة في SocialMedia يمكن له تتبع مصدر الخبر إلى معرفة مصدره، ومن خلال تتبع المصادر يمكن للشخص معرفة هل صدر هذا الخبر من عدة مصادر، وهل هذه المصادر موثوقة فيها أم لا. فهذه هي الطريقة الوحيدة التي نستخدمها للتوثيق للخبر. لكن هنالك جزء كبير جداً يعتمد على العمليات الفيزيائية للتوثيق، مثلاً التأكد من الوكالات المشهورة والتأكد من شبكة المراسلين الموثوقة المعروفة لدينا والموثوق فيها بالتزامها بالسياسة التحريرية المتبعة من قبلنا، من خلال كل هذا يمكن لنا التأكد. أما داخل فضاء السوشيال فيضاء فالموثوقية في الخبر صعبة جداً، فدائماً الحل على SocialMedia أما بتتبع الخبر وصولاً من مصدره أو التأكد من مصدر خارج Social Media، مثل مصادرنا ومراسلينا، أو مراسلين المؤسسات الأخبارية الموثوقة.

س/ هل ساهم الإعلام الرقمي في التعارف بين الحضارات.

ج/ الإعلام الكلاسيكي موجود لم ينتهي، إنما الذي حدث هو وجود مساحة واسعة أخذها الإعلام الرقمي من الإعلام التقليدي، أما بالنسبة لمساهمته في التعارف الحضاري، فنحن في الجزيرة ملتزمين جداً بالتعارف بين الحضارات والثقافات خاصةً فيما بين أبناء الوطن العربي. حيث أن كل إنتاجنا باللغة العربية الفصحى، ما فيش كلمة بتقال أو تكتب إلا باللغة العربية الفصحى، الجانب الآخر الذي نحاول من خلاله أننا نوفق ما بين الحضارات هو أن يكون هنالك توازن في عرضنا للقصص والبرامج التي تبرز الثقافات في مختلف الدول العربية، حيث أن هنالك مناطق واسعة جداً تواجد أخبارها على الإعلام الاجتماعي ضعيف فنحاول نحن إبرازها. على سبيل المثال: أن هنالك جزء كبير من وسائل التواصل الاجتماعي تبرز أخبار مصر والخليج وبالأخص السعودية، ومعظم من يعرضون بأخبار هاتين المنطقتين يهتمون بذلك لاعتبارات كثيرة منها على سبيل المثال التعداد السكاني واعتبارات البنية التحتية وغيرها من الاعتبارات. ونحاول من قبلنا كسر هذه النمطية، حيث نقوم بعرض محتوى من كل الدول، وكل محتوى نابع من الحالة الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي، فعندما عرضنا الإضراب الذي حصل في السودان ودعوات العصيان المدني، واضطرابات الأطباء والصيادلة لرفع أسعار الأدوية. وكذلك من موريتانيا عرضنا قصص كثيرة جداً كانت غائبة عن جزء كبير من الوطن العربي. أما دول المغرب العربي الكبير؛ المغرب والجزائر وتونس ليبيا هنالك قصص كثيرة جداً من الذي يحدث الغائب عن مواقع Social Media بالنسبة للجمهور العربي. فنحن نأخذ هذه القصص وننشرها ونعرف الجمهور عليها، فنحن منذ عدة أيام على سبيل المثال قمنا بعرض قصة عن اليوم الوطني للزي الرسمي في بلاد المغرب العربي؛ في تونس، وفي ليبيا، وكذلك في موريتانيا.

س/ هل هذا يمكننا من القول أنكم تهتمون بنشر الحضارات كما تهتمون بأخبار المشاهير والأخبار السياسية، وهل تتيح القناة مساحة كافية لنشر الثقافات المختلفة؟

ج/ نحن إنتاجنا لا يقتصر على نوع واحد، أضرب لك مثال، فنحن عندنا برنامج عملنا فيه أكثر من موسم بعنوان (معنى معنى) هو برنامج بنيت فكرته على تبادل اللهجات المحلية، فمثلاً عندكم كلمة سودانية لا تعرف في بقية الدول العربية ك (كديسة)، نقوم بوضعها في سياق، ونسأل الناس تعرفوا أيه معنى كديسة، وماذا تعتقد ثقافة التي احتوت هذه الكلمة، وغالباً نجد أن الناس لا تعرف هذه الكلمة ويستغربوا، هل هذه الكلمة عربية، وبمجرد أن يعرفوا أن هذه الكلمة تعني (القطعة)، وتسمى أسماء أخرى في دول أخرى، فهذا الشيء يكسر حواجز لغوية كثيرة، ويستفيد الناس من بعضهم بالتعرف على معاني الأشياء بمسمياتها المختلفة، وهذا البرامج استمر لأكثر من موسم، وفي برامج نعتد على اللفظ فقط كلفظة (كديسة)، فألفاظ كثيرة معروفة داخل ثقافتها فقط، وغير معروفة في الوطن العربي، والهدف من هذا البرنامج هو زيادة التواصل ما بين الشعوب العربية، وفي موسم آخر اعتمدنا على الأمثال الشعبية من كل ثقافة في الوطن العربي، ونقوم بشرح المثل، فالأمثال الشعبية زيادة على احتوائها على الألفاظ تقرب بين المجتمعات، فهي تحوي على لفظ، وتحوي على تركيبة معينة، والهدف منها توصيل معنى معين يضرب به المثل، فنحن إنتاجنا نحاول أن يكون فيه التوازن، ليس فقط إنتاج خبري، بل يحتوي على جزء كبير من الإنتاج الثقافي الفكري المعرفي، حيث أن فريق السياق الذي أعمل ضمنه، فنحن نقوم بصناعة محتوى لغوي يتضمن الآليات التعريفية والتعليمية ويحتوي على سياق . فهناك أناس كثيرين لا يعرفون الأخبار، فالناس تعرف مثلاً أن هنالك جماعات تقال عليها جماعات إرهابية، ولكنهم لا يعرفون معنى الإرهاب، فنحن نقوم بتعريفهم بمصطلح الإرهاب ونشأته،

وكذلك هنالك كثير من الناس يعرفون أن هنالك صندوق النقد الدولي، وتقوم الدول باستلاف المال منه، ولكنهم لا يعرفون ما هو صندوق النقد الدولي، ومتى ظهر، ولماذا ظهر، وما هي الشروط المفروضة من قبله، وما هي مميزات الاقتراض وما هي عيوبه، وهل هنالك نماذج لدول لم تقترض منه، ورغم ذلك قادرة على حل مشاكلها المالية، وهكذا. فكل هذا محتوى فكري وثقافي باللغة العربية. أنا أظن أن AJ+ عربي كانت صاحبة ريادة في مجال المحتوى الفكري، حيث أن المحتوى الإخباري لديه أكثر من جهة تقوم به، ويمكن القول أن AJ+ إن لم تكن أول واحدة فهي من الأوائل عالمياً، ولكن يمكن القول أنها الأولى في العالم العربي. فهي تهتم بالمجال الفكري والثقافي بصورة كبيرة. كما نتميز بعدم محلية توجهنا الإعلامي، ليس يهتم بدول محددة، نحن نهتم بعمل محتوى يغطي العالم العربي، ومع ذلك رغم أننا نلتزم باللغة العربية الفصحى، ولكن نحافظ بشدة على اللهجات، فعندما يطلع شخص مغربي ويتكلم باللهجة المغربية في أحد الفيديوهات المصنوعة من قبلنا، في مشهد أو حدث معين، فنقوم بترك كلماته كما هو، ونقوم بكتابة نفس الكلام على الموقع مصاحب للفيديو، لأن بعض الناس لا يسمعون الكلام من خلال الفيس بوك، ولذلك نهتم بكتابة الكلام. لذا، فعندما يكون هنالك شخص يتكلم بلهجته المحلية، نكتب كلامه بلهجته المحلية دون تغيير، فنحن نلتزم بشدة بنشر اللغة العربية الفصحى، وهذا لا يلغي محافظتنا واحترامنا للهجات المحلية، ولكن نساعد المستمع في فهم الكلمات صعبة المعنى خارج الثقافة المحلية فنضع المعنى بين قوسين للتوضيح. وهذا الأمر يعكس ثقافة AJ+ حتى دخل الفريق المنتج، فهو يتسم بالتنوع ويشمل كل بلدان الوطن العربي.

س/ هل هنالك منافسين لكم.

ج/ نعم هنالك منافسين كثر، ولكن أغلبهم يعمل على نطاق محلي بصورة أكثر، أما AJ+ قائمة بالأساس على أنها محتوى للسوشيال ميديا من خلال قصص الناس الموجود على الشارع ومواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أنها موجهة لكل الوطن العربي.

س/ ما هي التحديات لنشر المحتوى.

ج/ يمكن القول أن اختلاف الثقافات نفسه هو تحدي.

س/ هل تقصد اللغة.

ج/ ليس اللغة فقط بل هو اختلاف الثقافات نفسها، هناك أشياء وتصرفات وأزياء تبدو غريبة للثقافة الأخرى، الاختلاف في حد ذاته يعتبر تحدي، ونحن نحاول أن نعرض كل وجهات النظر، وكل الثقافات، لكي لا يكون هنالك تحيز. فكل التحديات التي نراها في نشر الثقافة نحاول تجنبها ونهتم جداً بالتوازن النوعي (الجندي) فليس لدينا طغيان للذكورية على الإناث وليس هنالك طغيان للإناث على الذكورية، وليس هنالك طغيان للهجة على لهجة أخرى، هي فكرة التوازن تمثل التحدي الأكبر لنشر الثقافة، لذا نحن نهتم بالتوازن. ولحل هذا التحدي لابد من إعطاء الفرصة لكل صوت وعدم كبته، ولكل شخص أن يقول رأيه ويعبر عن نفسه.

مقابلة رقم (11)

محمد النجار، مسؤول Social Media، قناة الجزيرة العربية، مقابلة في يوم 2017/3/20م، الساعة الثانية عشر ظهراً.

س/ البطاقة التعريفية.

ج/ محمد النجار .. مسؤول Social Media في قناة الجزيرة.

س/ أستاذ محمد النجار .. كلمنا عن قسم Social Media في قناة الجزيرة.

ج/ قسم Social Media في قناة الجزيرة بشكله الحالي عمره سنتين ونصف. أما Social Media فموجودة تاريخياً في الجزيرة، فالجزيرة من الأوائل التي اهتمت بها، فالجزيرة تعتبر من الأوائل التي أقامت محتوى على كافة المنصات الاجتماعية. ولكن منذ شهر أكتوبر 2014م تم تبني إستراتيجية جديدة في قناة الجزيرة، وهو تبني قسم متخصص للسوشيال ميديا، وذلك لتحقيق هدفين، حيث كانت تواجه الجزيرة مشكلة في output، حيث أن نقل محتوى الجزيرة على الشاشة والمحتوى الإلكتروني لجمهور Social Media خصوصاً أن هنالك جيل عربي لا يتعامل إلا مع الشاشات الصغيرة، فكان تحدي الجزيرة هو نقل محتواها من الشاشات الكبيرة إلى الشاشات الصغيرة، لذلك أنشئ القسم وهو الهدف الرئيسي، وتشكل الفريق العامل في القسم من نوعين من العناصر، النوع الأول الصحفيين الذين لديهم دراية جيدة بـ Social Media، والنوع الثاني هم شباب Social Media تم هيكلتهم كصحفيين، وكان هذا الدمج ما أدى إلى وجود هذا القسم الإبداعي، الذي لديه مهام كبيرة، وحقق أرقام كثيرة، حيث أن عدد جمهور الجزيرة في كافة منصات Social Media في عام 2013 كان حوالي 30-32 مليون. أما اليوم فننكلم عن أكثر من مائة مليون متابع مشترك على الجزيرة، فتعتبر أكبر مجتمع تواصل عربي، وكذلك كان عدد صفحاتنا على الفيس بوك صفحة وحيدة هي الصفحة الرئيسية، أما اليوم فلدينا ما يقارب (103) صفحة ما بين صفحة إخبارية وصفحات متخصصة مثل الرياضة، الصحة، العلوم التكنولوجية، حريات، واقتصاد وثقافة، ولدينا صفحات

محلية، حيث أن لدينا 22 صفحة محلية تعنى بأخبار الدول، فكل دولة عربية لها صفحة محلية تدار من مكتب الجزيرة داخل الدولة، ولا تتعامل هذه الصفحات بأوليات الجزيرة الإخبارية اليومية، بل تهتم بأوليات المجتمع المحلي. وهذا مشروع اعتبره متطور.

أما النقطة الثانية فالقسم نفسه كهيكلة لا يختص فقط بالنشر بأخذ المواد من الشاشة والموقع الإلكتروني فقط. أصبح للقسم عدة محاور من أهم هذه المحاور التي أحدثت فرقا في الجزيرة هي الرصد والتحقق، حيث تم إنشاء وحدة وظيفتها هي رصد المواد التي تأتي من المصادر المفتوحة وبالأخص Social Media والتحقق منها وإرسالها إلى غرفتي قناة الجزيرة وموقع الجزيرة نت، هذا من الأشياء التي لم تكن موجودة من قبل في الجزيرة.

كذلك لدينا الإنتاج الخاص بـ Social Media، لدينا وحدة خاصة تنتج إنتاج خاص بالفيديو والموشغراف إلى آخره، فهي تقدم المحتويات التي يتابعها متابعوا Social Media من الهواتف. ولدينا أيضاً وحدة أخرى هي وحدة البرامج، برامج الجزيرة نفسها، فلدينا أشخاص متخصصون في الترويج لبرامج الجزيرة الإخبارية، فالبرامج مختلفة ففيها الوثائقي والحواري وغيره، يحتاج إلى ترويج ابتكاري، لذا أنشأنا هذه الوحدة. ولدينا أيضاً قسم للتحليل، وهو أقرب لمختبر للسوشيال ميديا وهو مختبر يرصد تطورات المنصات، ما هو القادم، ما هو الجديد ما هو الذي يمكن رصده، وما هو الشيء الذي يمكن أن نعود عنه، فهناك أشياء قمنا بها وتراجعنا عنها، وقياس ما هي الأكثر منصات إيصالاً للمادة، وهكذا، وهذه الوحدة لديها تواصل مباشر مع إدارات المنصة، كإدارات الفيس بوك وإدارات تويتر، وإيضاً إدارات المحركات كقوقل يتعاملوا معنا باعتبارنا أكبر مجتمع تواصل عربي، وهناك الكثير من الأشياء التي يراهنون على تطويرها، نكون نحن جزء من المطورين. فهي يرسلون هذه الأشياء لمواقع

في العالم، ونكون نحن جزء من هذه الجهات، فالتصويت لها ليس متاح للجميع، مثل التصويت على الفيس بوك، ولكنه مفتوح للجزيرة من باب أخذ التغذية الراجعة بشكل دائم منّا، ومن الأشياء التي فتحت لنا قبل غيرنا هو (اللايف)، فاللايف عند ظهوره على Social Media كان متاح بمرات محددة.

وهذا تقريباً هو رؤية عام، وهناك نقطة أخرى وهي الأشياء التي أحدثتها Social Media في الجزيرة اليوم، وهي تطوير منصات الأخبار التقليدية، التي تعتمد على المراسلين والوكلاء، والآن أضيف لها مصدر وهي المصادر المفتوحة المتمثلة في Social Media، ولكن الجزيرة أخذتها بطريقة علمية ومهنية جيدة، هو صناعة بروتوكول لكيفية الاستفادة، وقد استفدنا من خبرة المؤسسات الدولية، التي ابتدأت منذ عام 2015م، واستفدنا من العلم الذي بدأ يتشكل وهو علم التحقق من المصادر المفتوحة، وقد قمنا بإنشاء بروتوكول بني من الصفر وانتقلنا فيه شيئاً فشيئاً، حتى توصلنا اليوم إلى أدوات تحقق أكثر فعالية، وأنا اعتبر أن تحدي التحقق من المصادر المفتوحة قد تجاوزته الجزيرة إلى حد كبير، ولكن يحتاج إلى مزيد من التطوير.

أما التحدي الثاني فهو يهم الجزيرة كمؤسسة وليس الجزيرة كسوشيل ميديا، هو تحدي القنوات المحلية، فالיום وسائل الإعلام المحلية، هي المنافس الرئيسي للجزيرة داخل الإقليم المحلي، فالمواطن العربي اليوم منشغل بهوموم اليومية الذاتية، أكثر من انشغاله بالهموم العربية العامة، كما كان من قبل. اليوم هناك حروب في سوريا وأوضاع اقتصادية في مصر وهكذا، وأوضاع سياسية في ليبيا، وأوضاع اقتصادية في السودان، ومجاعة في جنوب السودان. عموماً فالمواطن العربي لم تعد الهموم العامة تشكل له أولوية، فهذا الواقع فرض نفسه على الجزيرة، لذلك انتقلت الجزيرة نحو تحدي

المحليات، ولم تصنع الجزيرة قناة محلية، فليس للجزيرة إستراتيجية لصناعة قناة محلية مثلاً قناة في السودان، فالجزيرة تراجعت عن قنواتها في مصر، بل توجهت بصورة قوية لإنشاء قنوات على الانترنت لتلك الدول، تصل للمواطن بأقل التكاليف، فالمشاهدة عبر الموبايل لتوفر الأجهزة والانترنت أصبح متاح أكثر مما سبق، فلذلك هذا هو تحدي الجزيرة أن تصل إلى المشاهد العربي عبر الانترنت، وليس على الشاشة الكبيرة.

س/ بصفتك رئيس قسم Social Media في الجزيرة، و Social Media هي جزء من الإعلام الرقمي، هل للجزيرة إستراتيجية لصنع التعارف بين الحضارات عبر Social Media؟

ج/ الحقيقة أن Social Media قد تكون الوعاء الأمثل للتعارف والتلاقي بين الحضارات. أما المجتمعات الموجودة الآن على Social Media هي مجتمعات منقسمة بشكل عام، فأنت لو حللت تعليقات الجمهور لمنشوراتنا، فتجدي الانقسام العرقي والديني والطائفي، وكل أنواع الانقسامات، الآن المشكلة هي النظرة للآخر دائماً سلبية، بالنسبة للمجتمعات العربية. فقناة الجزيرة العربية هي قناة تهتم بالمحتوى العربي، والإنجليزية تعني بالمحتوى الإنجليزي، فالجزيرة بمحتوى عربي تراعي بشكل كبير أن تعكس ما يجمع أكثر مما يفرق، ما يكون مع الإنسان، فالجزيرة مشكلتها الأساسية مع السلطات من بدايتها، فالسلطة لم تكن يوماً مع الشعوب، إلا في حالة الانقسامات، فتتجازر السلطة لطرف. القصة في النهاية أن إستراتيجيتنا في السوشيال ميديا هي عادة تذهب إلى ما يؤدي إلى التلاقي لا ما يؤدي إلى التشرزم، فالمشكلة إذاً في الجمهور، فجمهور Social Media في غالبيته ليس جمهوراً نخبواً، فالجمهور الذي يعلق هو الجمهور الأقل تعليماً، فالمتعلم ليس لديه الوقت ليكتب أو يتابع، هذا ليس انتقاصاً منه، بقدر ما هو منهج شعبي، لأن أصحاب الحملات والجيش الإلكتروني والأكثر الذين

يكتبون هم الذين لديهم وقت، فربما تدخلني إلى بوست يتحدث عن السودان تجدي فيه شتيمة للسودان، وكذلك في غيره من الدول، ويكون الموضوع ليس له علاقة، ولكن التبعات المسبقة للمعلق تدخل في ذلك، أو تدخلني على شخص تجديه يشجب الجزيرة في كل البوستات.

س/ هل تتفق معي أستاذ محمد على أن ما يعرض على صفحات Social Media في الجزيرة أغلب ما يتصدره هو أخبار النجوم والمشاهير والحروب، أكثر من نقل المعرفة والثقافات والحضارات المختلفة للدول والشعوب، هل تتفق معي في ذلك؟

ج/ هذه النقطة دقيقة إذا تكلمنا عن الجزيرة قبل عام، فكانت الجزيرة كسويشال ميديا تنقل المحتوى لا تصنع المحتوى، وكان المحتوى هو الحروب. الآن مع المنهج المتخصص والمحلية أصبح الموقف مختلف، على سبيل المثال بالأمس كان هنالك حدث في دولتين؛ تركيا وهولندا، الأزمة كانت بين تركيا وهولندا، أدخلني إلى صفحة الجزيرة التركية لن تجدي فيها خبراً واحداً عن أجندة الجزيرة، الجزيرة بالأمس كانت تنصدر هذا الخبر، والجزيرة لا تتحدث عن الخبر إلا إذا توافق الخبر نفسه مع الهاي لايت للجزيرة، كانت التغطية فقط للأزمة مع هولندا وتداعياتها والمظاهرات والصور فقط، فهذا يبين أن أوليات الشعوب انعكس في المواقع المحلية للجزيرة أكثر مما تنعكس على الشاشة الرئيسية، فالشاشة الرئيسية هي شاشة دولية، وليس شاشة محلية، فقد يكون الموضوع الموريتاني بالنسبة للمواطن الموريتاني هو الأهم، مثلاً حادث سيارة، أودى بحياة العشرات، قد يكون أهم بالنسبة للمواطن الموريتاني من خبر عن تفجير في أي دولة أخرى، ليس للأمر علاقة بعدم تعاطف الوجدان العربي، بل له علاقة بأولويات الحدث وتأثيراته الذاتية المباشرة علي، فالغلاء في بلد ما يؤثر على ما مواطنيه أكثر من أن يؤثر عليه أي خبر سياسي في أي دولة أخرى. فالصفحات المتخصصة في الجزيرة مثل

الحريات وغيرها، وهناك صفحات متخصصة للدول، وبالتالي أصبح هنالك تخصيصاً أكثر لهذه المواضيع، ولكن في القناة الرئيسية مستحيل أن نحاول أن نفعل ذلك، فمثلاً إذا قمت بالدخول إلى صفحة الجزيرة هذا الصباح ستجدي كل ما يريح أعصابك، أدخل على حساب الجزيرة انستغرام ستجد كل ما يستفز أعصابك، وأدخلي على الجزيرة تويتر ستجدي كذلك كل ما يستفز أعصابك، فستجدي أخبار متلاحقة، أخبار فيها قتل وفيها دم، لكن عندما تذهبي إلى الأخبار الأخرى صراحةً تجدي تنوع، فبالأمس كان في عن المسجد الأموي، وعن قرطبة وعن الأندلس وعن المغربي، ستجدي في هذا الصباح جو رومانسي إذا سمح القول، والجو الرومانسي هو الباب الخلفي للعالم العربي، أما الباب الأمامي فهو الهموم والحروب والمتاعب، ففي الأخير الإعلام ينقل الخبر ولا يصنعه، ولكن التحدي هو زاوية الخبر، فأنا في رأيي أن الجزيرة في الفترة الأخيرة أخذت منحى ربما يظهر في Social Media بصورة أكثر وهو أن تذهب نحو الإنسان أكثر، تأتي بقصص الناس قدر المستطاع موازنة للأخبار، فالأخبار ستبقى موجودة وتتصدر، أي تبدأ النشرة بخبرين أو ثلاثة يتصدران وتجدي المذيع يذهب إلى قصة هذه الإنسانية أو قصة هذا الطبيب، حتى لو لاحظت برامج الجزيرة الجديدة، مثلاً برنامج مغتربون، وهو برنامج قصص نجاح عربية في الغرب، وبرنامج وادي الأعمال تجديه على Social Media، وأصبح فيه الناس يقترحون أبطال، فيقولون أن العالم الفلاني أحدث فرقاً في صناعة الإطارات في إيطاليا، وهذا صفحة أصبح الناس فيها تتفاعل إيجابياً وليس تفاعل سلبي الذي نجده على الأخبار، فعلى الأخبار كل التفاعل سلبي، فالقصص الملهمة تجدي التفاعل إيجابي وجميل وتجدي المواطن العربي يحلم بالمستقبل، بينما تجدي التعليقات في الأخبار، أن المواطن العربي مسحوق بالأخبار مسحوق بالحروب مسحوق بالهموم.

س/ سؤال أخير أستاذ محمد ... من وجهة نظرك الشخصية. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمي أو Social Media في الوطن العربي أصبحت بوابة أو ناقل للمعلومات لدول الغرب، أو هل دول الغرب أصبحت تعتمد على المعلومات من Social Media مثل الهشتاقات ، والأخبار التي تنصدر الفيس بوك، هل هو وسائل التواصل الاجتماعي أو Social Media أصبحت هي ناقل للمعلومات خارج الوطن العربي، مع العلم أن الدول الغربية هي المسيطرة على Social Media، لأنها هي صانعة تلك الوسائل.

ج/ صناعة المنصات من قبل الشركات الكبرى، يعني الفيس بوك هو أكبر جمهورية في التاريخ، وأنا أوصفه بهذا الوصف، فيه 1.6 مليار مواطن، وهو أكبر جمهورية مرت على التاريخ، والتويتر فيها نصف مليار، فنصف البشر تقريباً موجودين على Social Media. فالشركات عندما أنشأت هذه المواقع أنشأتها كوسائل تواصل اجتماعي، أنا أتعرف على الشخص ويتعرف بي وأعرف ثقافته ويعرف ثقافتني، لكن Social Media أصبحت مصدر إخباري أساسي، ولولاها لما عرف الناس ماذا حدث في درعا في بداية الثورة السورية، وغيرها، فالكاميرا في الموبايل، اليوم سوريا فيها أكبر مجتمع نشطاء في العالم العربي، فالحرب ليست فيها صورة جميلة، لكن الصورة الإيجابية لما يحدث في سوريا أن عدد النشطاء الذين ولدوا في سوريا، لم يكن يحلم فيه السوريون لو لم تقم الحرب، وأنا لا أؤيد الحرب، فالحرب استفزت قطاع كبير من الجمهور السوري ليصبحوا نشطاء وأصبح لديهم وكالات كبرى على Social Media يمولوا التلفزيون ويمولوا المواقع الإلكترونية.

هنالك ناحية أخرى من سؤالك، اليوم Social Media هي مصدر من مصادر الأخبار، وهي مصدر من مصادر الشحن والتفريغ، يمكن في واحد يدخل على الفيس بوك يحاول يفرغ بعض الشحنات لديه

سواء كانت إيجابية أو سلبية، لكن السويشيل ميدا بكل صراحة هي غرفة أخبار، وأنا ساعيك أمثلة
غرف الأخبار التقليدية أما مراسلين أو وكالة، أما الآن فغرف الأخبار تعتمد على Social
Media اعتماد أساسي، ولكن الإشكال في كيفية التعامل مع الخبر، لدينا شركات كاملة تقوم على
كيفية إيصال الأخبار من Social Media إلى غرف الأخبار وهذا الشركة تريح مئات الملايين، وهي
من أكبر الشركات في العالم، ولدينا BBC أعلنت عن موضوع لتوظيف 20 ألف شخص متخصصين
للتحقق من المحتوى الإخباري، والتوتير في دراسته لهذا العام، يقول أنه والفيس بوك من بعده هو
التحدي الكبير القادم لدينا هو تحدي الأخبار الكاذبة، فالآن الكل يتعامل مع هذه الأخبار يريد إطاراً
وبروتوكولاً للحصول عليها، نحن في الجزيرة منذ العام الماضي ندرب الصحفيين التقليديين، ندربهم
على التحقق من محتوى المصادر المفتوحة، فليس للصحفي مجال إلا التعامل مع المصادر المفتوحة،
فقد تكتب تغريدة في لبنان ستكون بعد دقائق خبر عاجل في القنوات، وأنا أذكر أن أخبار المجاعة في
جنوب السودان، موجودة على Social Media أكثر من على الوسائل الأخرى. وهكذا، فالقصد من أن
هذا السيل الجارف من الأخبار من خلال Social Media هو التحدي القادم لغرف الأخبار، فغرف
الأخبار بدأت في التعامل معها فوسائل الإعلام الدولية بدأت في التعامل مع هذا السيل ومن ضمنها
الجزيرة، ولكن الكارثة هي في تعامل الناس مع الأخبار، فالناس ينقلون الصورة على أنها صورة لقطع
رأس شخص في كذا، وبعد التحقق منها يجدون أنها كانت في عام 1990م في حادث سير، فالتحدي
هو انتشار ثقافة التحقق من المصادر المفتوحة. ونحن لدينا في الجزيرة في هذا العام مشروع لعمل
يبين للناس كيفية التحقق من المصادر المفتوحة، فأنت جالس في بيتك يمكنك أن تتحقق من هذه

الصورة أو هذا الفيديو أو هذا الخبر وتعرف هل هو صحيح. فإن جاءك بالواتس آب تنقله أو لا تنقله، وإن جاءك عن طريق الفيس بوك ماذا تفعل به.

مقابلة رقم (12)

عماد موسى، مدير إدارة التحرير الإلكتروني، قناة الجزيرة الإنجليزية، مقابلة في يوم 2017/3/21م، الساعة العاشرة صباحاً.

س/ البطاقة التعريفية:

ج/ عماد موسى: مدير إدارة التحرير الإلكتروني التابع للقناة الإنجليزية.

ومنعاً للاختلاط.. فالجزيرة لديها موقع بالعربي وأيضاً بالتركي وأيضاً بالبلغان، وأنا تابع للقناة الإنجليزية بما فيها الصفحات الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي. والمشاريع كلها صادرة عن القناة الإنجليزية سواء كراكتف أو مايكرو سايك. وأنا المسؤول فيها.

س/ بداية أستاذ عماد من وجهة نظرك الشخصية مفهوم الإعلام الرقمي الآن هو إعلام جديد أم إعلام بديل أم إعلام اجتماعي أم إعلام تفاعليز

ج/ الإعلام أو علم الاتصال البشري لا يتغير، البشر لديهم حاجة لمشاركة الآخرين في مشاركة المعلومات، الوسائل تتعدد وليست تهم، عندما تم اختراع الإذاعة، وقبلها استخدم الناس الجرائد، لما تطورت الناس يعرفوا كيف يرسلوا الصوت عبر الهواء، وقالوا هذا نهاية الجريد، وكذب التوقع، فالجريدة مازالت مستمرة إلى اليوم وكذلك المجالات والكتب. وجاء بعدها السينما والتلفزيون وشيعوا الإذاعة، وكذبت التوقعات. فوسيلة التعرف على العالم هي عن طريق التلفزيون، ومازال هو المهم، وجاء فكرة

الانترنت في أواسط التسعينيات عندما توسعت، وقالوا انتهى التلفزيون والإذاعة والمجلات والصحف، لكن لا زالت البشرية في حاجة لكل وسائل الاتصال.

لكن بعد شيوع الانترنت، أصبح أهم من كل ما سبقه، وفي 2016م هي السنة الفارقة في تاريخ البشرية، باستخدام الانترنت بواسطة الموبايل، وأصبح الموبايل هو أكثر الادوات اتصالات بالانترنت. وأصبح Social Media هو أكثر استخداماً للانترنت، ولكن لا يلغي ما سبقه، ولكن يكلمه، فالانترنت يستند إلى الفيديو، والانترنت هو البحث عن أي شيء يدور في خلدي، وخصوصاً الفيديو، فالأستاذ كان يشرح ويقول لمن أراد أن يستفيد يزيد من كتاب كذا، وأصبح الآن بعض الأساتذة، والانترنت ألغى فكرة التلفزيون المبرمج والمحصور زمنياً، فالمشاهد الآن يستطيع أن يحضر نشرة التاسعة في الموبايل في أي زمن، والفيديو أصبح هو الطاعي، والمعلومة عبر الانترنت هو المجال الأكثر استخداماً. س/ إذا قلنا الإعلام الرقمي هو الأول من بين جميع وسائل الإعلام، هل يتم توظيف أمثل لهذا الإعلام لعملية التعارف بين الشعوب.

ج/ حالياً لا، ليس هنالك أحد يقوم بمشروع ليخاطب شعب آخر، فمثلاً أنا في أي دولة أفكر في ما يحتاج الناس، أفكر في تطبيق للبيع أو تطبيق للأخبار، أو للمشاهير، وغيرها. فهو عادة المفكر في مشروع جديد هو يفكر في سد حاجة ما بين المجتمع الذي يعيش فيه. وقل ما يكون مثل قولك يساعد الناس على البحث عن المشترك في العالم، وأصبحوا أكثر سلطة من أي سلطات عالمية.

لا أحد يفكر في التعارف بين الحضارات، لأنه ليس هنالك أرباح ولا فوائد، فمن يمول هذا المشروع ومن يستهدفه، وكيف أوصل. ولن تجد مؤسسة لا ترضى بأن لا تكون رابحة. وأنا اعتبر أن قناة الجزيرة هي راضية بأقل الأرباح، ولكن لن ترضى بدون ربح.

فالجريدة إعلام يحاول أن ينافح الوكالات الغربية.. وتعكس صورة العالم العربي من داخل بيئته، وهناك أشياء تجدها في العناوين الغربية لنظرتهم للشعوب العربية. وكذلك نجد ذلك في التغطية العربية، باحتفاظهم صور نمطية عن الغرب، ولا تعنيهم التفاصيل أو الفروقات في المجتمع. لا يوجد أحد ينشي مشروع للتفاهم البشري عموماً، وأن وجدت تحت رعاية مؤسسات لديها تمويل، مثل الأمم المتحدة وغيرها، ولكنها لا تلقى أي رواج. فمن هو المستفيد. فالشباب لا تدخل عليه ولا تغير آرائهم. فلا أحد يدخل إلى مواقع الأمم المتحدة إلا الباحثين.

فكل صاحب موقع يحاول أن يجد موقع يجد رواج ويكسب من خلاله...

فأي صحفي يكتب خبر في الجزيرة الإنجليزية، يحاول أن يقرأ الأجنبي عن ما يحدث في الوطن العربي، بصورة لا يكتبها الإعلام الغربي، ويحاول أن يتفهم الواقع، ولا يتعاطف، بل يفهم واقعي وليس أنا بعمل كذا وبفكر كذا، لا أريد التناصر، بل أريد التفهم. وهذه الزاوية تساهم فيها الجزيرة وتحدث فارق بسيط في مفاهيم بعض الغربيين.

س/ إذا نظرنا للحضارة الإسلامية، هل توافقني أنه توجد بعض الجماعات الدينية استخدمت الإعلام الرقمي في أجندتها الخاصة.

ج/ كل جماعة سياسية أو غيرها لها أجندتها ولها حرية النشر، خاصة في الويب لأنه سوق مفتوح، وبإمكانك فتح ويب سايد لا تعرف من يملكها. فلا نعيب على أي جماعة فتح مواقع ومشاريع إلكترونية، تروق للناس أو لا تروق، فنحن في سوق مفتوح، فيمكن لأي شخص يكسب ملايين، ولا يدل هذا على صحة فكرته.

فنحن في الوطن العربي لدينا مشاكل في التعليم وهذا ما انتج ما نحن عليه، فنحن نشترى كل التقنية من الغرب. ونحن لغتنا لم نتطور فكلمة الانترنت هي كلمة غريبة. ونحن نستخدم المصطلحات الغربية، كأنها عربية. فمعظم الدول العربية ميزانيتها عسكرية، وليست تعليمية أو صحية. فنحن العرب 400 مليون. فنحن أولوياتنا ليست في تقدم الشعوب.

فيحق لداعش أن تفتح أي موقع، فنحن ليس لدينا جيل فاهم، فلو كان لدينا جيل فاهم لما وجدوا رواج، والأنظمة هي من جهلت الشعوب. لذا فالأفكار السخيفة والتافهة تخترق شبابنا.

لذا هنالك من يستفيد من العولمة بأفكار ترفيحية، والشباب يعرفوا المشاهير أكثر من معرفة رموز بلادهم. ومن رأيي ليس بمقدور أحد أن يمنع شخص من النشر في الويب.

هذه الجماعات أثرت ولكن لا يمكن منعها، وكل شخص حر في مشاهدتها وفهمها. والمشكلة أنه لا بد أن يكون للأشخاص الواعيين والمتقنين أن يكون لديهم حضور قوي قادر على جذب الشباب، ولفت انتباههم، بتبسيط المعلومة وبيان معنى المسلم وموقعه في العالم، فلكل فرد له دور في الحياة سواء في العالم أو القطر أو القرية أو البيت.

نحن حياتنا مأساة، وبين طلابنا وبين الشباب، هل حكم علينا أننا لا نبذع أو لانفهم. أنا أؤمن أن العرض متاح، كل المواقع متاحة، العرض سيظل متاح. سواء كانت أفكار إباحية أو مذهبية.

العرض سيظل موجود، ولكن ما يقلقني هو الطلب على هذا، ولا بد من معالجة الطلب. وليه الشباب يفتشوا عن ماذا.

فأنا لا أخاف من المعلومات السيئة أو المغلوطة. فالعالم العربي اليوم في صراع، لابد أن نسأل أين موقعنا نحن من الحضارات الغربية والشرقية. والغرب كذلك يعتقد أن هنالك صراع وصادم حضارات. كان عندنا متدربة هولندية، وجدتها في الفيسبوك وجدتها مع شخصية كارهة ممولة لكل الشخصيات التي تفتن الإسلام والعرب.

فلا نعيب الأفكار، ومن حقها أن نطرح، فسوق الأفكار متاح، والمشتري هو من يحدد عرضه، فتركيا مثلاً البار قرب الجامع وهذا هنا كذلك في الويب. وتربية الأجيال لا تقوم على الإلكترونيات فقط. أما للوصول إلى هذا الأمر، فلا بد أن نلجأ إلى قوة الأفكار، ومعظم الأفكار في المواقع العربية ملفقة وليست موثقة.

مقابلة رقم (13)

سامي الحاج، مدير مركز الجزيرة للحريات العامة وحقوق الإنسان، مقابلة في يوم 2013/3/25م، الساعة الثانية عشر ظهراً:

س/ من خلال تجربتك التي تعرضت لها داخل معتقل غونتانمو إلى أي مدى كانت المعاملة وإلى أي مدى تمثل ثقافة السجان؟

ج/ والله طبعاً بالنسبة لفترة الاعتقال العساكر كانت أعمارهم صغيرة وما فاهمين الوضع بالنسبة لنا، كانت فكرتهم الناتجة من الإعلام الموجه أن هؤلاء الأشخاص قتلة ويريدون قتلهم، كذلك عدم وجوب الرقابة عليهم، كانت معاملتهم قل ما توصف بأنها لا إنسانية.

س/ بعد خروج من المعتقل ما هي القناعة التي خرجت بها هل حوار حضارات أم صراع حضارات، أم صراع مصالح؟

ج/ النتيجة التي خرجت بها من التجربة، أنا دائماً أؤمن برسالة الإعلام، ولكن النتيجة التي خرجت بها نحن محتاجين نتعامل بتحقيق كرامة الإنسان، خلال التجربة تعرفت على اللجنة الدولية للصليب الأحمر، حسب نشأتي وحسب معتقداتي كان هناك حاجز كبير بيني وبين هذه المنظمة، اعتقد أن عدم التواصل وعدم المعرفة كان حاجز كبير بيني وبين التعامل مع هذه المنظمة الإنسانية، التجربة أتاحت لي التعرف عن قرب على هذه المنظمة، وشعرت بأهمية الرسالة التي تقوم بها لذلك خرجت بأنه اعتقد أن هنالك فجوة كبيرة للتواصل بين الثقافات والحضارات هذا العمل يستطيع أن يلعب هذا الدور الإعلام، فالإعلام يهتم بالشأن السياسي أكثر.

لابد من تسليط الضوء على هذا العمل، التعاون والتواصل بين الحضارات، فإذا تم التعارف بين الحضارات، اعتقد أنه لا يوجد خلاف كبير، المسائل الدينية والعقدية هي مسألة تترك لرب العباد، فإذا كان في حوار في تبادل ثقافات لا توجد مشكلة للتعارف بين الحضارات.

س/ كيف يمكن استخدام الإعلام الرقمي للتعارف بين الحضارات؟

ج/ اعتقد بأن الإعلام الرقمي أصبح هو الإعلام الأهم في هذه المرحلة، وسيكون في المراحل القادمة مستقبل الإعلام، فلذلك المتابع لوسائل الإعلام يركز على الإعلام الرقمي أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى، لدرجة تفاوت كبرى، فأنا اعتقد أن الإعلام الرقمي يعلب دور كبير جداً في هذا الأمر.

س/ ما يدور الآن في العالم العربي من صراعات، هل له علاقة بصراع الحضارات؟ أم صراع المصالح؟

ج/ اعتقد وقد أكون مخطئ المسألة كلها في سوء الفهم، فالأشخاص الذين يمتلكون آله إعلامية ويوجهون البسطاء من الناس والتأثير عليهم أبسط مثال حي الآن، ما حدث بين مصر والسودان رغم

العلاقة الوطيدة. ولكن مجرد ما تحرك الإعلام المصري وبدأ الطعن والاستهزاء بالسودان أثر على السودان، فالآن مشاعر السودانيين تجاه شمال السودان وهي مصر العلاقة سيئة جداً، فأنا اعتقد أن الإعلام قدر بوجه ونجح في هذا الأمر عكس الإعلام التقليدي الذي لم ينجح في تصحيح الصورة، لذلك ينبغي أن توجد أخلاقيات للعمل الإعلامي والأجيال الناشئة الآن، فالنزاع بدأ من أن الكل يدعي أنه أصل الحضارة فمصر أنزعجت عندما بدأ السودان يبرز حضارته، ماذا ينقص مصر من وجود حضارة السودان؟ وماذا ينقص السودان من وجود حضارة مصر.

س/ بوصفك مدير مركز الحريات الصحفية، ما هو الدور الذي يؤديه الإعلامي الرقمي داخل المركز وهل عزز التعارف بين الحضارات؟

ج/ نحن في الجزيرة نهتم كثيراً بالجانب الرقمي عكس ما كان يوجد في السابق، فالجزيرة الآن وسيعتمد المشاهدين، فنحن نفتخر بتجويد المادة الموجودة على الإعلام الرقمي، فإن اعتقد أن الجزيرة بكل أقسامها استطاعت أن يخلق علاقة قوية بالإعلام الرقمي.

س/ ما هي التحديات التي تواجهكم في المركز في التعامل مع الإعلام الرقمي؟

ج/ في الحقيقة، تحدث بعض المطبات، شبكة الجزيرة، تخاطب شعوب وثقافات مختلفة في البداية كانت تخاطب المتلقي العربي ولكن الآن أصبحت عدة لغات، في الإنجليزي في البداية كانت تخاطب المتلقي العربي ولكن الآن أصبحت عدة لغات، في الإنجليزي، الفرنسية، والثقافات المختلفة فحتاج إلى لغات مختلفة، الكل يريد أن يرى الأخبار الذي يفهمه، هذا أحدث تضارب بيننا وبين الثقافة في الجمهور، على سبيل المثال مسألة (المتليين) فهذا في الغرب شيء طبيعي ولكن للغربي مستفيد جداً للمسلمين، فالإشكالية في المادة المقدمة من الجهة أنا أستطيع أن أقدم للجمهور العربي ما يريد ولكن

عندما يدخل شأن غير عربي لا يستطيع في التحكم في المادة المقدمة، لابد أن أكون أكثر دقة أو الرسالة البرسلةا في الإعلام الرقمي، فلا بد من إرضاء الطن فين وعدم استفزاز أي جانب من جوانب التي أقدم خدمات.

س/ حوار الحضارات بين حقيقة الواقع ومتعلقات السياسة كيف تراه؟

ج/ للأسف الشديد السياسة دائماً تفسد كل شيء، فنجد أن الأشخاص المهتمين بالثقافات البساطة من سمات شخصياتهم، الاهتمام والإلمام بالثقافة عكس السياسيين الذين اهتمامهم الاستحواذ، التسلط، فلذلك أن اعتقد أن السياسيين أصبحوا طاغيين على كل شيء فلكي سبيل المثال عندنا في الجزيرة في قسم المقابلات لدينا أشخاص مثل حول تستطيع أن تجدي كل شيء عندهم إذا أردتي أن يتحدث عن السياسة يتحدث، عن الرياضة، عن الثقافة، كل شيء فهو لا سبب زي التحدث في كل شيء وهم السياسيين. أما أهل الاختصاص لا يوجد حرج إذا سألته عن شيء يقول لك لا أعرفه أما غير المختص بهذا الأمر عكس السياسي، لذلك لا نستطيع أن نحقق شيء إذا استمر الوضع هكذا ولم يعطي الخبر بحياسة.

س/ محكمة العدل الأوروبية التي أصدرت قرار في 14 مارس بعدم لبس الحجاب في أماكن العمل، ما رأيكم في هذا التقييد لحرية الأديان والتعبير عن كبت الثقافات والحضارات؟

كل ما ضيقت شيء منعت حرية الأشخاص، نحن لسنا مع الحرية المطلقة نعلم علم اليقين، أن حرية أي شخص تتوقف عند حقوق الآخرين، في نفس الوقت، التضييق دائماً بسبب ردود فعل، فكلما ضيقت على الإنسان، ولا يمكن أن ألزم الناس ما يتبعه معتقد ديني، فإننا اعتقد قرار غير سليم وسيعقد الأمور أكثر وأكثر. الأمر إذا ترك هكذا، وكلما ضيقوا على الحجاب سينشر أكثر وأكثر فهذه طبيعة الإنسان

كلما تضيق عليه، أكثر أكثر، هناك قضية شهيرة الرجل الذي اعتزل في بيته عن الناس لسنوات طويلة وعندما أرادوا أن يخبروه، رفض يخرج رغم كل المحاولات ولكن فقط عندما وصلتته رسالة من المخابرات بعدم الخروج فتح الباب وخرج.