

الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف على الحضارات

معزة مصطفى أحمد فضل السيد و عبد المولى موسى محمد موسى

البريد الإلكتروني: MaazzahMustafa@gmail.com

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على 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 مرتكزات التعارف بين الحضارات وما التحديات التي تحد منها؟ وما انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لأخذ عينة من خبراء الإعلام الرقمي. وتكون عينة البحث من الخبراء والمختصين في الإعلام في السودان وشبكة الجزيرة الإخبارية وبلغ عددها (90) مفردة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: للإعلام الرقمي انعكاسات على التعارف بين الحضارات. إن وجود التنوع الحضاري لا يحتم صراع الحضارات، فالتنوع الحضاري هو واقع وجودي، أما صراع الحضارات فهو ناتج إنساني. كما أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها: لا بد من تركيز الجهود البحثية في تخصص الإعلام والتخصصات ذات الصلة لدراسة انعكاسات الإعلام الرقمي وآثاره وأدواره على مختلف الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية. وينبغي لوسائل الإعلام العربية والإسلامية الاعتماد على الرسالة الإعلامية في الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي - التعارف - الحضارات - الحوار

Abstract

This study has aimed to identify the relationship between digital media and exchanging civilizations as well as to pinpoint digital media reflections on exchanging civilizations. The statement of research lay in recognition of reflections of digital media on exchanging civilizations. After specifying research's statement, a number of questions were asked; some of the most important ones were as follow: what are the bases of exchanging civilizations and challenges hamper them? What are reflections of digital media on exchanging civilizations? For the purpose of this study, descriptive-analytical method has been employed to take a sample of experts of digital media. Including (90) persons, study's sample consisted of experts and specialists in media in Sudan and Aljazeera News Network. A number of results were found out by the study; the most important ones were: digital media has reflections on exchanging civilizations. The availability of civilization diversity does not lead to civilizations conflict. Civilization diversity is existential reality, while civilizations conflict is a human made. The researcher made number of recommendations; some of the most essential ones were: it is

important to direct the focus of research efforts in media and related specialties to study the reflections of digital media, its effects, and its roles in different social, cultural, political and economic aspects. Arab and Islamic mass media should rely on media message in digital media.

مقدمة

إن الإعلام الرقمي ووسائل الاتصالات أصبحا 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 يعتقد أنه قدحول الحضارات الإنسانية من قارات كبيرة متباعدة، إلى بلدة صغيرة يتعرف مواطنوها على بعضهم بمختلف الوسائل الحديثة بفترة زمنية قصيرة. أما البعض الآخر فيعتقد أن التغيير حدث في سهولة تلقي المعلومة والتعرف على الآخرين، أما فعلية التغيير، 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.

الحضارات وما لها من تواصل وتفاعل وحوار وصراع وصدام، فهو موضوع شغل الكثير من المهتمين والباحثين في مختلف المجالات، وهو موضوع قديم مستحدث، لا يلبس 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 2016م أصبح الإعلام الرقمي هو الوسيلة الأكثر استخداماً بين شعوب العالم وأفراده.

هذا الواقع، هو ما حفز الباحثان 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 بنى عليها الباحثان فكرتهما.

مشكلة البحث

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 وصراعها. حيث كان موضوع لأهم المؤتمرات الدولية، مثل المؤتمر الدولي الذي نظمته مكتبة الإسكندرية في مايو 2011م، لما للإسكندرية من موقع تواجدت فيه مختلف الحضارات الإنسانية. لذا تتمثل مشكلة البحث في الحل الفكري الذي جاهد فيه الكثيرون لبحث السبل التي تساعد على حوار الحضارات والتعارف بينها لعظم الحاجة إليها لمستقبل البشرية. وبما أن الإعلام الرقمي أصبح هو المسيطر على وسائل الإعلام المختلفة، لذا يتبنى البحث سؤال رئيسي يحاول الإجابة عليه والمتمثل في: ما هي انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟ هل انعكاسات إيجابية أم سلبية؟

أهمية البحث

تبرز أهمية هذا البحث على النحو التالي:

- 1- أهمية 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.

أهداف البحث

1. معرفة مرتكزات التعارف بين الحضارات.
2. معرفة التحديات التي تحد من التعارف بين الحضارات.
3. بيان العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات.
4. معرفة انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات.

تساؤلات البحث

يجيب البحث على التساؤلات الآتية:

- 1- ما مرتكزات التعارف بين الحضارات؟
- 2- ما التحديات التي تحد من التعارف بين الحضارات؟
- 3- ما العلاقة بين الإعلام الرقمي والتعارف بين الحضارات؟
- 4- ما انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات؟

منهج البحث

هذه الدراسة تعتمد على منهج البحث المسحي الوصفي التحليلي والتاريخي لمسح عينة من خبراء الإعلام الرقمي ويعتمد على استخدام بعض الأدوات البحثية مثل الاستقصاء والمقابلة والملاحظة.

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 الباحثان على الأدوات الأولية التالية:

- أ/ الاستبانة: وهي استخدمت كأداة رئيسة لاستقصاء الرأي الجمعي لعينة من الخبراء والمختصين في الإعلام.
- ب/ المقابلة: حيث أجرى الباحثان مقابلات مع خبراء الإعلام والمختصين العاملين في شبكة الجزيرة الإخبارية.

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 الذان 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 لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار، وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعداً تماماً لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري (شبكة الألوكة، انترنت، 2016م). 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 غالباً ما يعبر عنه بالصياغة المشهورة التي صاغها "هارولد لازويل" (Harold Dwight Lasswell) وتقول: (من يقول ماذا لمن وبأي وسيلة وبأي تأثير؟) (عودة، 1996م، ص13). وبهذا ندرك أهمية معرفة العناصر الثلاثة الرئيسية للبحث الإعلامي المتمثلة بالمرسل، والرسالة والمستقبل.

الإعلام الرقمي

يعرف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بأنها الوسائل التي بها تتم عملية الاتصال بالجماهير 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، ص13).

العالم الآن في معظم بقاعه، يعيش في عصر المعلومات والانفتاح على الآخر في كل مكان، ومع انتشار وسائل البحث 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 بقاءها في حوزة مالكها 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، 2009م، ص18).

أولاً: 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 تغييرات 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 الجديد بصورة أساسية، وأصبح يصعب تصنيف المؤسسات الإعلامية الحالية بأنها مؤسسات تقليدية (العيساني، 2013م، ص65).

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 استقادت 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 لتطوير 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. (المرجع السابق نفسه، ص65)

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. (المرجع السابق نفسه، ص66) 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 حدثت للوسائل السابقة التي احتاجت إلى عشرات ومئات وآلاف السنين، مما أدى إلى طفرة ونقل نوعية كبيرة في كافة وسائل الحياة بصورة عامة، وطبيعة وعمل الإعلام بصورة خاصة، بما يمكن أن يسمى ب"الثورة الإعلامية".

الإعلام في اللغة يشير إلى الأخبار ويقال أخبر فلاناً الخير 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 النقلة، ودمج وسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الميزة الرقمية والتفاعلية (المحارب، 2011م، ص28).

وبالرغم من 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.

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 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 والتسليية وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصة وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة (شيخاني، 2010م، ص8).

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 صناعة هذه الظاهرة، وبذلك نجد أن تعريفها اتسم ببعده تقني محض، أغفل الجوانب الإعلامية والإنسانية بصورة واضحة.

ثانياً: خصائص الإعلام الرقمي

1/ التفاعلية

هذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفنقدها 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.

2/ 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.

3/ 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، 2007م، ص33).

4/ 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 وتقويم الاستفادة من عملية الاتصال. وهو ما يعطي 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.

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 الذوبان في الآخر خاصة النموذج الغربي. (شوقي، 2013م، موقع إلكتروني)

مفهوم تعارف الحضارات:

كان للمسلمين تجربتهم في بناء الحضارة وال عمران 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 ولأوروبا 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، 1997م. ص 137).

لهذا يفترض أن يكون للتصور الإسلامي 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 معاشر المسلمين والمتكلمين بالعربية، نفتح القرآن الكريم فنجد أنه أجمل ذلك كله في آية واحدة من آياته، وهي الآية الثالثة عشر من سورة الحجرات". (مؤنس، 1978م، ص 50).

تعارف الحضارات اتجاه نحو تجديد البناء الحضاري الإنساني:

إن تجديد البناء الحضاري للعالم أجمع، بالتواصل الحضاري، وبالتحالف بين الحضارات، لا بالحوار فقط، وبالتعاون المثمر بين الأمم والشعوب، على هدى تعاليم الديانات السماوية والمبادئ الإنسانية، وفي إطار ميثاق الأمم المتحدة، 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، 2010م، ص12).

إن لتواصل الحضارات وتحالفها غايات نبيلة تستحق أن يضحي 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 والمنظمات 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، ص16-17).

الإجراءات المنهجية

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من 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، كما أن الباحث استفاد من بعض المؤتمرات التي عقدت في السودان ذات الصلة بموضوع الدراسة. وكذلك قام الباحثان برحلة علمية إلى دولة قطر للاستفادة من تجربة قناة الجزيرة في هذا المجال وقد قام بتوزيع استمارات لبعض الخبراء والمختصين في مجال الإعلام بالقناة. والنقيا ببعض خبراء الإعلام العاملين في القناة. وقاما بإجراء (14) مقابلة معهم.

من كل ذلك صعب حصر أفراد مجتمع الدراسة، ولكن يمكن القول أن مجتمع الدراسة شمل العاملين في كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية والمراكز البحثية والمؤسسات الفكرية والثقافية.

عينة الدراسة

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية عمدية 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.

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 (1)

التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بأفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	66.7%
	أنثى	33.3%
العمر	أقل من 30 سنة	6.7%
	30-40 سنة	25.6%
	41-50 سنة	34.4%
	أكثر من 50 سنة	33.3%
الدرجة العلمية	ماجستير	50%
	دكتوراه	33.3%
	بروفيسور	16.7%
التخصص	الإعلام	33.3%
	العلوم السياسية	18.9%
	الدراسات الإستراتيجية	15.6%

11.1%	10	علم النفس	مكان الوظيفة (ن = 90)
8.9%	8	علم الاجتماع	
12.2%	11	تخصص آخر	
34.4%	32	جامعة	
31.1%	28	مؤسسة إعلامية	
14.4%	13	مركز بحثي	
7.8%	7	مؤسسة فكرية ثقافية	
11.1%	10	جهات أخرى	سنوات الخبرة في المكان (ن = 90)
13.3%	12	أقل من 5 سنوات	
17.8%	16	من 5-10 سنوات	
68.9%	62	أكثر من 10 سنوات	

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/ صدق وثبات الاستبانة

* الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عُرضت الاستبانة على (6) محكما من المختصين في الإعلام وغيرهم من الأكاديميين في الجامعات السودانية، للاستفادة من ملاحظاتهم بغرض تحكيمها والتحقق من الصدق الظاهري لها.

الصدق الداخلي (باستخدام معامل ارتباط بيرسون)

جدول رقم (2)

معامل ارتباط بيرسون بين فقرات الاستبانة والأداة ككل

الرقم	الفقرة	المحور (انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات)
1	للإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعارف بين الحضارات	*0.75
2	الإعلام الرقمي يسهل التعارف بين الحضارات	*0.76
3	الإعلام الرقمي تجاوز على نظرية حراسة البوابات في تحقيق التعارف بين الحضارات	*0.71
4	الإعلام الرقمي وسيلة حضارية عكست صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات.	*0.72
5	الرقمي ساعد على انتشار معالم الحضارات الأصلية والتراث الإنساني	0.75
6	الإعلام الرقمي أبرز كثيراً من مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات	*0.87
7	الإعلام الرقمي أحدث تغييرات إيجابية في التعارف بين الحضارات الإنسانية.	*0.82

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يظهر من الجدول (2) أن معاملات الارتباط بين فقرات محور (انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات) والمحور ككل تراوحت بين (0.71-0.87)، تراوح معامل الارتباط بين فقرات المحور والأداة ككل (-0.47-0.72)، وجميع هذه المعاملات دالة إحصائية عند مستوى ($\alpha = 0.05$) وهذا يدل على درجة صدق عالية لفقرات المحور.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

جدول (3) التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري

واختبار مربع كاي لفقرات مقياس الدراسة

الدلالة	قيمة مربع كاي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	لا أعلم	أوافق لحد ما	أوافق تماماً	التكرار %	العبارة
0.000	97.2	0.76	4.13	1 %1.1	2 %2.2	9 %10	50 %55.6	28 %31.1	التكرار %	1/ للإعلام الرقمي انعكاساً موجباً في التعارف بين الحضارات
0.000	29.4	0.60	4.36	0 %0	0 %0	6 %6.7	45 %50	39 %43.3	التكرار %	2/ للإعلام الرقمي يسهل التعارف بين الحضارات
0.000	90.7	0.79	4.28	1 %1.1	2 %2.2	7 %7.8	40 %44.4	40 %44.4	التكرار %	3/ للإعلام الرقمي تجاوز على نظرية حراسة البوابات في تحقيق التعارف بين الحضارات
0.000	63.8	0.66	4.30	0 %0	1 %1.1	7 %7.8	46 %51.1	36 %40	التكرار %	4/ للإعلام الرقمي وسيلة حضارية عكست صورة التنافس والتدافع الثقافي بين المجتمعات
0.000	64.8	0.65	4.28	0 %0	1 %1.1	7 %7.8	47 %52.2	35 %38.9	التكرار %	5/ للإعلام الرقمي ساعد على انتشار معالم الحضارات الأصيلة والتراث الإنساني
0.000	24.8	0.63	4.27	0 %0	0 %0	9 %10	47 %52.2	34 %37.8	التكرار %	6/ للإعلام الرقمي أبرز كثيراً من مبادئ التعارف والتعاون والتحاور بين الحضارات
0.000	53.2	0.70	4.18	0 %0	1 %1.1	12 %13.3	46 %51.1	31 %34.4	التكرار %	7/ للإعلام 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 (3) 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 كالاتي:

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 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.

وكذلك قناة AJ+ عربية فهي قناة رائدة في الإعلام الرقمي وساعدت كثير من الناس على التعرف على حضارة الآخرين. ف AJ+ عربية تعتمد على تنوع المواضيع، وتنوع البلدان، فقد تم إصدار العديد من القصص لمختلف البلدان. (المصدر نفسه).

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.

فقدرة الإعلام الرقمي على تقديم كل الأخبار بسرعة وبسهولة وحتى من غير مؤسسات الإعلام 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. 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 لا تحتاج الى إنتاج خبري فقط، أو إنتاج ترفيهي، بل تحوي على جزء كبير من الإنتاج الثقافي الفكري المعرفي. كما أن المجتمعات الموجودة الآن على مواقع التواصل الاجتماعي هي مجتمعات منقسمة بشكل عام.

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).

لا بد 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.

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.

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 قناعات بأنه لا بد من تسليط الضوء على التعرف على الآخر واحترامه، والتواصل معه حضارياً، فالآن حرية التعبير التي حدثت من حارس البوابة في كل مجتمع، ستعود 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.

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 دوراً كبيراً جداً في تحقيق التعارف بين الحضارات.

كما أصبحت وسائل الإعلام تعتمد على تفاعل الجماهير، وإتاحة الفرصة للتعبير 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.

فنظرية حراسة البوابات كانت تعتمد على نظرية الاتصالات اللاسلكية، والآن نظرية الاتصالات اللاسلكية لا وجود لها في الاعلام الاجتماعي لأنه اعتماده على المرسل والمرسل والرسالة والوسط لأنه المتلقي أصبح نفسه هو مرسل ومتلقي والمرسل أصبح مرسل ومتلقي.

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.

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 السوشيال ميديا 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 السوشيال ميديا 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. فوسائل التواصل الاجتماعي قد تكون الوعاء الأمثل للتعرف 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 أصبحت شيء من ذلك، حيث تفرد مساحة لهذا المجال من خلال التعامل اليومي مع برامجها، فكل خبر يهم جماعة ما مهما كانت صغيرة، أصبح تجد له فرصة للظهور أو المناقشة على وسائل الإعلام الرقمي.

ثانياً: جاءت عبارتان فقط في المدى (3.41-4.20) وهو المدى المعبر عن (أوافق لحد ما) ويمكن ترتيبها تنازلياً كالآتي:

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، كانت فكرة مدونات، والآن الجمهور أصبح يصنع إعلامه.

فالتغيرات التي أحدثتها ثورة الإعلام الإلكتروني، بأنه يمكن تشبيهها بمثل ما ربنا 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 أن 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 يعدم أي سلطة من التحكم في وسائل التواصل والاتصال.

2/ جاءت العبارة (للإعلام الرقمي انعكاساً موجياً 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.

الخاتمة

النتائج

1. للإعلام الرقمي انعكاسات على التعارف بين الحضارات.
2. تعتبر مقولة تعارف الحضارات أطروحة أطلقها المفكر الإسلامي زكي الميلاد، كروية مغايرة للنظريتين 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.
3. 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.
4. 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.

التوصيات

1. تحتاج النخب السياسية والثقافية في العالم اليوم من التركيز على نشر ثقافة التعارف بين الحضارات، لكونها تعتبر من العوامل المهمة في إرساء السلام العالمي.
2. لا بد 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.
3. على الأمم الإسلامية عامة والعربية بشكل خاص، التوجه الحقيقي نحو تحقيق الإنسان الحر، المثقف، 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 حريته الآخرين.
4. الاستفادة من القدرة التفاعلية بين الحضارة الإسلامية والحضارة الغربية، التي أتاحتها وسائل الإعلام الرقمي، في خلق جوانب للتعرف بالآخر وتفهمه، والسعي نحو إقامة بنايات مشتركة تقود إلى العيش بسلام بين الحضارتين في عالم اليوم.

المراجع

- 1) أمل عادل، منتجة، AJ+ عربي، مقابلة في يوم 2017/3/17م، الساعة الثانية ظهراً.

- (2) برنارد لويس، الحضارة الغربية دمج حدائث والإسلام أول من سعى إلى العالمية، ترجمة: فؤاد حطيط، جريدة السفير، بيروت، الجمعة 7 فبراير 1997م.
- (3) بن حليم شوقي، تعارض الحضارات عند زكي الميلاد، الجزائر نيوز، 2013/7/8م، موقع جزيروس الإلكتروني.
- (4) جاك غولد سميث وتيم وو، من يحكم لانتترنت؟ أوهام بلا حدود، ترجمة: فاطمة غنيم، هيئة أبوظبي للتراث والثقافة، أبوظبي، 2009م.
- (5) حسين مؤنس، الحضارة: دراسة في أصول وعوامل قيامها وتطورها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1978م.
- (6) خولة باسلام، منتجة، Aj+، مقابلة في يوم 2017/3/16م، الساعة الثانية عشر ظهراً.
- (7) رحية الطيب العيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، بغداد، العدد 20، 2013م.
- (8) سامي الحاج، مدير مركز الجزيرة للحريات العامة وحقوق الإنسان، مقابلة في يوم 2017/3/25م، الساعة الثانية عشر ظهراً.
- (9) سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الأخباري للرسائل النصية القصيرة، الكويت، جداول للنشر والتوزيع، 2011م.
- (10) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010م.
- (11) صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، بيروت، 1999م.
- (12) صلاح الزين، مدير مركز الجزيرة للدراسات، مقابلة في يوم 2017/3/10م، الساعة الثانية عشر ظهراً..
- (13) عبد العزيز بن عثمان التويجري، التواصل الحضاري والتفاهم بين الشعوب، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو)، 2010م.
- (14) عبد الله حريكانات، منتج تنفيذي، قناة الجزيرة والجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/11م، الساعة الثانية عشر ظهراً.
- (15) عماد موسى، مدير إدارة التحرير الإلكتروني، قناة الجزيرة الإنجليزية، مقابلة في يوم 2017/3/21م، الساعة العاشرة صباحاً..
- (16) كمال صالح، معلم إلكتروني، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/15م، الساعة الحادية عشر صباحاً..
- (17) محمد الشاذلي، منتج أول ورئيس قسم السياق، AJ+ عربية، مقابلة في يوم 2017/3/19م، الساعة العاشرة صباحاً.
- (18) محمد المهدي، رئيس قسم النشر، مركز الجزيرة للدراسات، مقابلة في يوم 2017/3/13م، الساعة العاشرة صباحاً..
- (19) محمد النجار، مسؤول السوشيال ميديا، قناة الجزيرة العربية، مقابلة في يوم 2017/3/20م، الساعة الثانية عشر ظهراً..
- (20) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007م.
- (21) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1996م.
- (22) مختار العبدلوي، منتج أول، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/14م، الساعة الثالثة ظهراً.
- (23) مختار العبدلوي، منتج أول، الجزيرة نت، مقابلة في يوم 2017/3/14م، الساعة الثالثة ظهراً.