

## وسائل الإعلام الجديد: أي تأثير؟.. إلى أي مدى؟

## مقاربة تحليلية متعددة الأبعاد

د. سميشي وداد

جامعة أم البواقي ( الجزائر )

## ملخص

يكتسب الإعلام ضمن إطار ثقافي وتاريخي وحضاري سمات العصر الذي يولد فيه وخصائصه، وفي الواقع، أن عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغىيرات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محورا أساسياً في منظومة المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام الجديد، التأثيرات النفسية والاجتماعية، تكنولوجيات الاتصال.

## Abstract

Acquires media within the cultural context and historical and cultural era that generates the characteristics attributes, in fact, that the information age has produced a pattern in the media a new different in concept and its characteristics, methods of previous media styles, as different in its effects media and political, cultural and educational widespread degree was where some of them on our time this name (the media age), not because the media a new phenomenon in human history, but because its means of modern has reached the goals far into the impact and power steering depth and severity of risk led to changes substantially in the role of the media, and made him a central part in the community system.

**Key words :** new media, psychological and social effects, communication technologies

## مقدمة

إن الاتصال هو النشاط الذي يتفاعل من خلاله الفرد مع الآخرين فيعبر عن أفكاره وحاجاته ومشاعره، ويتفاعل علم الاتصال مع كافة العلوم والمعارف ويكشف لنا لماذا تؤثر وسائل الاتصال الجماهيري في عقول الناس وما هو حجم هذا التأثير وكيف يتم. ومنذ شهد العالم موجة التطور التكنولوجي بقيت أبحاث "التأثير والتأثر" مستمرة مع تعديل في بعض المعطيات البحثية حيث أضحي الاهتمام ينصب على الوسائل الإعلامية الجديدة أو البديلة وعلاقتها بحياة الأفراد والتغييرات الطارئة على الشعوب والمجتمعات.

فالحديث عن وسائل الإعلام الجديد يحيلنا إلى كافة التطبيقات والخدمات التفاعلية التي يتيحها العالم الإلكتروني من مواقع للدردشة الالكترونية على اختلاف أنواعها وشبكات تواصل اجتماعي ومنديات حوارية وغيرها. وفي خضم ذلك بدأت تتوجه الأبحاث إلى التأثيرات النفسية والاجتماعية التي تحدثها هذه المواقع والتطبيقات الجديدة على مختلف الشرائح العمرية من أطفال ومرافقين وشباب وحتى الشيوخ، وكذا تأثيراتها على الفئات المثقفة والمتعلمة وحتى على الأفراد ذوي المستوى التعليمي المحدود.

## أولاً: الضبط المفاهيمي

1- التأثير والإثر الإعلامي : يعد التأثير من أهم أهداف الاتصال، فنحن نتصل ببعضنا لنؤثر، ولكن قياس الأثر ومداه أمر ليس من السهولة بكان. وصعوبة قياس الأثر ودراسته ناجمة عن تداخل تأثير الاتصال بتأثيرات أخرى محيطية بالإنسان كالمؤسسات الاجتماعية ومنظمات التنشئة الاجتماعية. وبالنسبة للاتصال المباشر (الاتصال الفردي والجمعي والوفاهي) فيمكن معرفة رد الفعل والتأثير حيث يمكن رصد التأثير ومعرفة الاتجاهات المختلفة للرسالة الاتصالية. ولكن الصعوبة تكمن في حالة الاتصال الجماهيري الواسع حيث أنه من الصعب قياس رجوع الصدى ومدى تأثر الجمهور بمضمون الرسالة إلا بعد إجراء استطلاعات ودراسات حول الموضوع.

ونقصد بالتأثير الإعلامي للرسالة الإعلامية هو ما يحدث من تغيرات على المتلقي، وتعلمه شيئاً من محتوى الرسالة، أو تبنيه اتجاهها جديداً، أو تخليه عن اتجاهات كانت لديه سابقاً، أو تعديل اتجاه معين. (كامل خورشيد مراد، 2011، 135)

## 2- الإعلام الجديد ووسائله

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر، والوسائط المتعددة، وبحسب ليستر الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام.

ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما: (حسنين شفيق، 2013، 130-131)

- إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. وتكون تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

- يشير المفهوم 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 بإسراع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع. (أولجا جوديس بيلي وآخرون ، 2009، 152) ، وقد تعددت وسائل الإعلام الجديد وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلت مع مرور الوقت، ومن أهم هذه الوسائل:

- المدونات Blogs

وهي مواقع تتمتع بتحديثات منتظمة، وعادة ما تجمع بين النصوص والصور، الرسومات أو الفيديو، وروابط لصفحات ويب أخرى، وعادة ما تكون غير رسمية وتعتمد على إدخال مذكرات أو أخبار يومية. (مصطفى الصادق عباس، 2008، 95)

- المزج Mashups

هو موقع يجمع بين بيانات من أكثر من مصدر واحد في أداة واحدة كاملة، مصادر البيانات وغالباً ما تشمل الخرائط، مثل جوجل خرائط والمواقع التجارية.

- مواقع مشاركة الصور Photo Sharing Sites

هي مواقع تسمح لك بمشاركة الصور حرفياً عبر الانترنت مع أصدقائك، زملائك وأفراد العائلة، ويعتبر فليكر من أكثرها شيوعاً على الانترنت.

- البودكاست "التدوين الصوتي" Podcasts مزيج من مصطلحات "آي بود" و"البث" وهي ملفات الصوت أو الفيديو التي يمكنك الاستماع إليها أو مشاهدتها على جهاز الكمبيوتر الهامص بك أو على مجموعة متنوعة من أجهزة الوسائط المحمولة (مثل آي بود، الهواتف المحمولة).
- مواقع الشبكات الاجتماعية Social Network Sites هي مجتمعات الانترنت التي تعطيك فرص للتواصل مع الآخرين ومع الأفراد الذين تربطك بهم مصالح مشتركة أو توفير الموارد اللازمة.
- مواقع مشاركة الفيديو Video Sharing Sites تسمح لك بتحميل وتبادل أشرطة الفيديو على الانترنت وهي مشابهة لمواقع مشاركة الصور، وموقع اليوتيوب هو الأكثر شهرة ضمن هذه المواقع. (حسنين شفيق، 2013، 152-156)

### ثانياً: الخلفيات التاريخية لدراسات الأثر الإعلامي وأبعاده

- الواقع أن عددا من كبار العلماء من أمثال لاسويل Lass well و هوفلند Hovland ولازارسفيد Lazarsfeld وغيرهم بادروا إلى دراسة أثر الاتصال الجماهيري على قطاعات كبيرة من الناس في عدد من المجتمعات المحلية في أمريكا بالذات، وقد استمرت هذه الدراسات مدة طويلة تقرب من نصف قرن، وقد انتهى معظمها إلى نتائج عكسية تماما، إذ تبين منها أنه لا توجد شواهد مؤكدة تثبت فاعلية وعمق هذه التأثيرات على الناس. وهذا يعني أن الطرف المستقبل أي الجماهير لا تتقبل كل ما يقدم إليها بغير مناقشة أو نقد أو رفض.
- حيث يرى قادة الرأي والمتفنون والصفوة المثقفة المختارة - في مختلف المجتمعات بما في ذلك المجتمعات المتقدمة - أنه على الرغم مما يقدمه الاتصال الجماهيري للفرد فإن هذا الأخير مسؤول في آخر الأمر مسؤولية مباشرة عما أصاب المعايير الثقافية والفكرية والأخلاقية والسلوكية على السواء من دهور وانحطاط. ولقد كانت النتيجة ظهور المجتمع الجماهيري وهي الصفة التي يحب الكثيرون من علماء الاتصال والاجتماع والأنثروبولوجيا أن يصفوا بها المجتمع الحديث، وهو مجتمع تتعدم فيه الخصائص والمميزات الثقافية الفردية التي يعطيها المتفنون والمفكرون أهمية بالغة.
- وفي عام 1932 كتب هارولد لاسويل جملة قصيرة ولكنها عميقة وذات دلالة لأنها تلخص بوجه عام كل فلسفة الاتصال ومجالات البحث فيه، إذ يقول عن عملية الاتصال عامة والاتصال الجماهيري خاصة، أنه يدور حول "من يقول؟"، "وماذا يقول؟"، "ولمن يقول؟"، و"لماذا يقول؟"، ولقد كانت هذه العبارة منذ صدرت ولا تزال لحد الآن، تعتبر هي المبدأ الذي يوجه معظم البحوث في مجال الاتصال. لأنها تقدم أربعة أبعاد للمشكلة ينبغي البحث فيها في أية دراسة متعمقة، وهذه الأبعاد هي: (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، 30-33)
  - البحث عن طبيعة الشخص المرسل أو المؤسسة أو المنظمة التي تقوم بعملية الاتصال، أو طبيعة تكوينها وتنظيمها وسياساتها.
  - البحث في محتوى الرسالة للتعرف على نوع المعلومات أو مادة الاتصال التي تتضمنها.
  - دراسة طبيعة المرسل إليه أو المستقبل سواء أكان فردا يتلقى رسالة من شخص آخر، أو كان هو جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين وتركيب هؤلاء المستقبلين ومدى التجانس أو التباين والنفووت بينهم في الخصائص الفكرية والثقافية.
  - دراسة التأثيرات التي يراد إحداثها في المستقبلين وإلى أي مدى يمكن تحقيق ذلك، ونو الاستجابة ورد الفعل عليها.

**ثالثاً: مجالات التأثير المتوقعة من وسائل الإعلام**

تعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك. ونوجز مجالات التأثير المفترضة من قبل وسائل الإعلام في: (محمد عبد الحميد، 2010، 302-305)

- التأثيرات المعرفية Cognitive effects والتي تتمحور حول تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث. والغموض الناتج عن نقص المعلومات أو تعارض تقارير وسائل الإعلام، يتم حله بما تقدمه هذه الوسائل من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها. وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات Attitude formation حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود لآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها.

فضلا عن وجود تأثيرات معرفية أخرى تتجلى في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم Value clarification ، ولا تقوم وسائل الإعلام بإيضاح القيم فقط ولكنها تقوم أيضا بتقديم المعلومات التي تشتك فيها القيم المتباينة، فهذه الوسائل لا تقدم هذه المعلومات بصفتها إخبارية فقط ولكنها تقدم تلك التي تبرز الصراع بين القيم التي يشترك في اعتناقها أفراد الجمهور.

- التأثيرات الوجدانية Affective effects وذلك مثل مشاعر الحب والكرهية وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل كما هو الحال بالنسبة للفتور العاطفي فهناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفتور العاطفي، وبالتالي فالفرد ينتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية، وإن كان علماء الاجتماع -كما يقول هايمان Hayman- لم يبدوا اهتماما بتأثيرات العنف في وسائل الإعلام على المشاعر الوجدانية للمتلقين. فضلا عن حالات القلق والخوف وعلى سبيل المثال نجد أن التعرض المكثف للدراما التلفزيونية التي ترسم مدنا ما على أنها تتميز بالعنف ربما يؤدي ذلك التعرض إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها.

- التأثيرات الأخلاقية والمعنوية Morale and alienation وهذه تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثير على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق، فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال. فالعناصر الوجدانية في تشكيل الاتجاهات يمكن أن يكون لها نتائج اجتماعية معينة.

- التأثيرات السلوكية Behavioral affects فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضا، ولكن على أن لها درجة للتأثير في السلوك الواضح. ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعدم الفعالية أو تجنب القيام بالفعل ، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية وعلى سبيل المثال نجد أن الناس يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل الإعلامية.

**رابعاً: مراحل التأثير الإعلامي**

تمر عملية التأثير الإعلامي بعدة مراحل نوجزها في: (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، 52-54)

- التوقع : إن دورة وسائل الاتصال تلاحق الفرد في العصر الحديث أينما كان، وبغض النظر عن محتوى عقله الباطن نجده على استعداد وبدرجات متفاوتة لاستقبال هذه الرسائل، فنجد مثلا في حالة الترويج الدعائي للإنتاج الضخم

الذي يوزع على نطاق واسع وبوسائل سمعية بصرية متعددة، يلجأ المعن إلى تحضير المستقبل ذهنياً وعاطفياً باستعمال المقدمات والافتتاحيات والألحان المميزة، كنوع من تكيف ردود الأفعال لما سيتبع حتى في نشرات الأخبار فهذه المنبهات تعمل على شد انتباه الجمهور وتهيئة توقعاته كما نرى في العناوين الصحفية المثيرة، وألوان الطباعة وتصميمات الرسوم المصاحبة. ومن هنا يتضح أن كل معلومة تنقلها وسائل الاتصال تتكيف عند استقبالها من منطلق أنها تبدأ بحالة شعورية وتوقعية معينة.

- الانتباه: بعد التوقع يأتي الانتباه وهو المرحلة الثانية، حيث يمكن اللجوء إلى عنصر الإثارة المتزايد كالألوان الصارخة، المؤثرات الموسيقية، ولكن كثرة توظيفها بطريقة غير عقلانية ربما يولد لدى الجمهور حساسية ضد هذا النوع من الإثارة فيحجم عن الاستجابة وأحياناً يمكنك أن تشد الانتباه بأن تكون هادئاً.
- المشاركة: إن شد الانتباه ليس مجرد الاندهاش أو الانبهار لأنه وقتي ولحظي ولكن هناك شيء آخر يتجسد بالمشاركة، ففائدة الجمهور كمستهلك ليست في انبهاره بل في السيطرة عليه وإجباره على الفعل والمشاركة.
- تجميع المعلومات: في المرحلة الرابعة من هذه الدورة نصل إلى مرحلة تجميع المعلومات عن الموضوع، فيأتي دور العقل الآن فيبدأ بالاستجابة بشكل مثير فتتضخم بعض المعلومات ذات الصلة بالموضوع يستمددها العقل من مستودع ذاكرته، وتبرز وتخرج إلى حيز الوجود.
- تكوين الآراء: عندما ينشط العقل هكذا لا يتوقف عند استقبال المعلومات وجمعها بل يأخذ في استنباط الأفكار وتكوين الآراء.
- الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة: عند تكوين الأفكار يبدأ الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة وتحقيق الأثر المطلوب، فالدوافع التي توقظها وسائل الاتصال تتطلب التعبير عنها بطريق الفعل.

#### خامساً: التأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد

اختلف الباحثون في ما يتعلق بنوع التأثيرات التي يمكن أن تحدثها الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأفراد فظهرت مدرستان أو مدخلان متناقضان إحداهما المدرسة المتفائلة أو المدخل الإيجابي الذي يرى أن الانترنت تؤدي إلى التواصل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد (خاصة البعيدين مكانياً) من خلال البقاء على اتصال دائم معهم والمدرسة الأخرى هي المدرسة المتشائمة أو المدخل السلبي الذي يرى أن استخدام الانترنت يؤدي إلى قلة الوقت الذي يقضيه الفرد مع أسرته وأصدقائه ومع وسائل الاتصال التقليدية وأن الوقت الذي يقضي الفرد على الانترنت هو وقت مسروق من أنشطة اتصالية أخرى مخصصة للتواصل مع أفراد آخرين.

وقد ظهر مؤخراً مدخل معتدل يرى أن الانترنت مجرد أداة صممت لتيسير حياة الأفراد وهي مكتملة للاتصال الشخصي. (حسنين شفيق، 2013، 78)

فقد أضاف الإعلام الجديد ووسائله إل حياة الملايين من البشر الكثير، فقد سهل التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم، وكذلك فتح آفاقاً جديدة لتشكيل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الانترنت، (Yonghwan Kim et autres, 2013, 22) لذلك كان لهذه الثقافة تأثيرات إيجابية كانت أم سلبية على طبائعهم وثقافتهم، وسواء أرادوا حدوث ذلك الأثر أم لا، إلا أن مجرد انضمامهم لمواقع التواصل فإنهم ينضمون ضمناً إلى ثقافة الموقع أو ثقافة ذلك المجتمع الإلكتروني الذي صاروا جزءاً منه. ويمكننا ذكر بعض الآثار الاجتماعية الإيجابية للإعلام الجديد ووسائله:

- نافذة حرية مطلقة على العالم، فقد وفرت هذه المواقع مخرجاً للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي تواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجاناً دون السفر، (درويش اللبان، 2000، 194) كما وفرت متنفساً للملايين من

النساء وشبان العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحيط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.

- فرصة لتعزيز الذات فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في المجتمعات التي تفرض على الشاب والشابة إتباع الأهل والعشيرة في التصرفات والعادات والتقاليد، (Rémy Rieffel, 2009) (91) لذا فالتسجيل عبر الفضاءات الالكترونية التي يوفرها الإعلام الجديد يصبح للأفراد كيان مستقل وعلى صعيد عالمي، ويخلق لديهم الشعور بالذات الافتراضية التي تكبر وتنمو مع تفاعلهم مع الغير وتواصلهم معهم. فيرى كل من "جليسون" و"جرين" Green , Gleason أن الأفراد الانطوائيين والخجولين لا يستطيعون أن يظهروا شخصيتهم الحقيقية إلا حين يتحدثون مع غرباء لا يعرفونهم من قبل ولا يرونهم، ويساعد ذلك على توسيع نطاق العلاقات الاجتماعية لهؤلاء الأفراد. (علياء سامي عبد الفتاح، 2011، 106)
- أكثر انفتاحا على الآخر فالتواصل مع الغير حتى لو كان الطرف الآخر مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات مما يجعلك متفتحا أكثر ويزيد من إمكانية تعرفك على أشخاص جدد. (علي محمد رحومة، 2005، 35)
- منبر للرأي والرأي الآخر من خلال حرية التعبير عن الأفكار دون قيود أو مراعاة لاعتبارات فكرية معارضة.
- تزايد من تقارب العائلة الواحدة حيث أصبح من اليسير متابعة أخبار أفراد الأسرة الواحدة ولو فصلت بينهم بلدان بعيدة.
- فرصة لإعادة روابط الصداقة القديمة كالبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، 68) حيث تشير الدراسات ومنها الدراسة التي قام بها "راشنييل" و"سبيرس" Russell, Sprears على عينة من طلاب جامعة أمستردام من مستخدمي غرف الدردشة أن استخدام الانترنت للتواصل مع الأفراد الذين يعرفهم الطلاب من قبل يساعد على تقوية واستمرارية العلاقات بينهم. كما يشير مالي 2001 Malei إلى أن الانترنت في تأثيرها على العلاقات الاجتماعية خلقت ما يطلق عليه بمصطلح "مضاعفة الرؤية" أو الرؤية الأوضح وهو مصطلح يشير إلى مضاعفة علاقات الفرد بكل من: أفراد علاقته بهم قوية، أفراد علاقته بهم سطحية وضعيفة، أفرا لا يعرفهم من قبل. (علياء سامي عبد الفتاح، 2011، 84، 106)
- ولأن وسائل الإعلام الجديد كأى وسيلة أخرى تحمل وجهين أحدهما إيجابي والآخر سلبي ونلخص سلبياتها الاجتماعية في:
- التقليل من مهارات الاتصال الشخصي فمع سهولة التواصل عبر المواقع الالكترونية التواصلية فإن ذلك سيقفل مع الزمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لها، ففي الحياة الطبيعية لا يمكن أن تنتهي محادثة شخص فورا أو تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر. (Julie Denouel et Fabien Granjon, 2011، 74) . حيث يخشى كثير من الباحثون أن تؤدي الإنترنت إلى غياب التفاعل الاجتماعي لأن التواصل فيها يحصل عبر أسلاك ووصلات وليس بطريقة طبيعية . كما أن استعمال شبكة الإنترنت يقوم على طابع الفردية حيث بدلاً من أن يقوم الفرد بالنشاط كالتسوق ومشاهدة البرامج الترفيهية مع أسرته أصبح يقوم به بمفرده على شبكة الإنترنت مما يخشى معه من نشوء أجيال لا تجيد التعامل إلا مع الحاسب الآلي.
- إضاعة الوقت بسهولة الخدمات التي تقدمها هذه الوسائل تنسي الفرد الوقت ولهيه عن الكثير من الأمور، وهو ما أثبتته العديد من الدراسات، (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، 69) كدراسة جيار 1990 Guare إلى أن فكرة قضاء الفرد ساعات من أجل التحدث مع أشخاص لا يعرفهم من قبل ولا يقابلهم الفرد في الواقع تجعل الانترنت تأثيراً سلبياً على العلاقات الاجتماعية للفرد. (علياء سامي عبد الفتاح، 2011، 106)

- استبدال الهوية الثقافية العربية بالهوية العالمية وذلك يتضح عبر ظهور اللغة الهجينة التي تمزج بين العربية والانجليزية.
- انعدام الخصوصية مما يتسبب في الكثير من الأضرار الاجتماعية وحتى النفسية للفرد، كاستغلال بعض المعلومات الشخصية أو الصور للتشهير أو الإساءة إلى الآخرين. مما يتسبب في العديد من المشاكل الأسرية خاصة في المجتمعات المحافظة.
- تشويه المعنى الحقيقي للصدقة وتفكيكها حيث يفترض أن لا تكون فورا بل بمرور الزمن لذا فذلك التي تشكل عبر الفضاءات الافتراضية يغلب عليها النفاق والتصنع. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، 70-75) وهو ما يؤكد "ديكس" 1991 أن الشخص العادي عندما يستخدم الانترنت للتواصل مع أفراد لا يعرفهم من قبل يبدأ في اختلاق شخصيات أخرى غير حقيقية، تختلف حسب الشخص الذي يتواصل معه ويبدأ في الكذب والإدعاء ووصف نفسه بصفات غير حقيقية. وقد صنف الباحثون مدى التأثير الاجتماعي الذي تحدثه الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأفراد إلى نوعين من التأثير:
  - تأثير داخلي Internal وهو التأثير الاجتماعي الذي تحدثه الانترنت على الأفراد المقيمين معا داخل المنزل (أفراد الأسرة).
  - تأثير خارجي External وهو التأثير الاجتماعي الذي تحدثه الانترنت على الأفراد خارج نطاق المنزل (الأصدقاء، الأقارب، الجيران، المعارف..).
- وقد توصلت أغلب الدراسات إلى أن استخدام وسائل الإعلام الجديد داخل المنزل يؤثر سلبيا على العلاقات بين الفرد وأعضاء أسرته، وإيجابيا على علاقته بالأصدقاء والأقارب والجيران. نظرا أن وجود هذه الوسائل في المنزل يؤثر بالضرورة على نمط العلاقات الاجتماعية بين أفرادها، ويمكن أن تحقق نمطين من الانفصال أو التباعد:
  - الانفصال المادي أو المكاني Physical or space compartmentalization وهو الانفصال الذي ينشأ نتيجة للتباعد المكاني داخل المنزل، مثل وجود حجرة مخصصة لكل فرد بجميع وسائل الاتصال المتنوعة، وتعرض الفرد لكل وسيلة اتصالية بمفرده.
  - الانفصال الذهني Symbolic compartmentalization وهو الانفصال الذي ينشأ بين أفراد الأسرة بالرغم من تواجدهم في مكان واحد من أجل استخدام وسيلة اتصال محددة، فبالرغم من تواجد هؤلاء الأفراد معا في مكان واحد، إلا أن كل طرف لا يشعر بوجود الطرف الآخر، وهذا يرجع إلى درجة تركيز الفرد مع الوسيلة وهو ما يشير إليه كل من فريسن وكجروتر Frissen, Kegrowitz، خاصة وأن الانترنت من الوسائل التي تحتاج إلى درجة تركيز عالية ونمط تعرضها فرديا إلى حد كبير. (علياء سامي عبد الفتاح، 2011، 106)

#### سادسا: التأثيرات النفسية لوسائل الإعلام الجديد

تعتبر العزلة Isolation أو توحّد المستخدم مع جهاز الحاسب من أهم القضايا والموضوعات الأكثر جدلا بين الخبراء والباحثين في استخدام وسائل الإعلام الجديد نتيجة خاصية الاستغراق التي يتسم بها استخدام هذه المواقع والتجول بينها وفي محتواها، ونتيجة هذا الاستغراق Flow أو ما يطلق عليه في بعض بحوث الاتصال وعلم النفس إدمان الانترنت، وهو ما جعل الكثير من الباحثين ينتهون إلى الإقرار بعزلة المستخدمين وعدم حاجتهم إلى الاتصال بالآخرين. وذلك يعكس تأثيرا سلبيا على الأفراد في علاقاتهم بالآخرين (محمد عبد الحميد، 2007، 277)

يعتقد الكثير من الشباب أن وسائل الإعلام الجديد فضاء لتشكل الذات بفضل ما تحويه من خدمات وبما تشبعه من حاجات معرفية ووجدانية واندماجية، فكما أشارت دراسة أجراها كل من بيات، جيرو وبون Piette،

Pons, Giroux فالغالبية العظمى من الشباب في البلدان التي أجريت بها الدراسة (بلجيكا، فرنسا، إيطاليا، إسبانيا، البرتغال، الكيبك) لديهم تصور ايجابي جدا للانترنت وينظرون إليها على أنها أداة تتيح لهم ممارسة ما يشعرون به، والأهم أنهم لا يستطيعون الاستغناء عنها. كما أن هذا الفضاء الاتصالي الجديد يمنح حرية الاختيار للمستخدمين المتحاورين أن يفصحوا عن هوياتهم الفعلية أو يتكتموا عنها، فيتيح لهم إمكانية اتخاذ هويات وأسماء مستعارة، وفي هذه الحالة يميل كثير من الشباب إلى التستر خلف أسماء وصور غير حقيقية إذا وجدوا صعوبات في التعبير وجها لوجه عن بعض الأفكار. كما أوضح ذلك اليشيفا قروس Elisheva Groos من جامعة كاليفورنيا في دراسته "استخدام الانترنت والرفاه في سن المراهقة"، كما أردف الباحث أ هذه الوسائل الجديدة تعمل على ملء الفراغ العاطفي وتعويضه. نظرا أن الشباب يمتازون بسمات نفسية تميزهم عن باقي فئات المجتمع الأخرى، فمرحلة الشباب هي فترة عمرية يمر بها الفرد ويحتاج فيه إلى استقلالية وفردانية في بناء ذاته وشخصيته، والشباب في هذه الفترة يمتلك حس استكشافي وخيالي كبير، يفرض إملاءات وضغوطات الآخرين، ويريد دوما أن يتعرف على العالم الخارجي بطريقته الخاصة.

كما أن الشاب عادة ما يجد إثارة في كل ما هو جديد ولا يستوعب فكر الكبار المتردد في العلاقة مع الجديد، فالشاب بطبعه عنصر تجديد وتغيير وغالبا هو أول من يتبنى التكنولوجيات الجديدة. وأشارت الكثير من الدراسات التأثير في الإعلام والاتصال أن الشباب هم أسرع الفئات تقبلا للجديد وأكثرها تأثرا وتأثيرا من الآخرين. وعلى الرغم من ذلك فكثرة استخدام هذه التكنولوجيات يخلق ضعف الثقة بالذات فقد يلجأ بعض المستخدمين إلى تقمص شخصيات وهمية كالفنانين والمشاهير أو أشخاص من الجنس الآخر لشعورهم الدائم بالنقص وعدم رضاهم عن ذواتهم مما يؤدي إلى حالة يفسرها علم النفس بأنها فصام نفسي. (حسنين شفيق، 2013، 86-87)،

فضلا على أن الإدمان على هذه المواقع بسبب الفراغ قد يجعلها البعض أحد النشاطات الرئيسية مما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله بنشاط آخر أمرا صعبا للغاية. (نرمين زكريا، 2009، 943) أفرز الاستخدام المكثف للإنترنت ظاهرة أصبحت توصف بأنها ظاهرة مرضية وهي إدمان الإنترنت أو (Internet Addiction) الذي يُعرف بأنه : ( حالة من الاستخدام المرضي وغير التوافقي للإنترنت يؤدي إلى اضطرابات إكلينيكية ). وهذه الظاهرة هي نوع من الإدمان النفسي التي وصفت بأنها قريبة في طبيعتها من إدمان المخدرات والكحول حيث يترتب على إدمان الإنترنت - وهي ظاهرة مست 6% من سكان العلم في 2014- (موقع العربية. نت) ظواهر قريبة من إدمان المخدرات ومن هذه الظواهر : ([www.drmmohammedsalehalansari.com](http://www.drmmohammedsalehalansari.com))

- 1- التحمل : التحمل يعد من مظاهر الإدمان حيث يميل المدمن إلى زيادة الجرعة لإشباع التي كان يتطلب إشباعها لديه جرعة أقل ، وكذلك مدمن الإنترنت فإنه يزيد من ساعات الاستخدام باطراد لإشباع رغبته المتزايدة إلى الإنترنت.
- 2- الانسحاب : يعاني المدمن من أعراض نفسية وجسدية عند حرمانه من المخدر ، وكذلك مدمن الإنترنت فإنه يعاني عند انقطاع اتصاله بالشبكة من التوتر النفسي الحركي ، والقلق ، وتركز تفكيره على الإنترنت بشكل قهري ، وأحلام وتخيالات مرتبطة بالإنترنت



## خاتمة

في الحقيقة لا يمكننا إدراج حكم مطلق عن نوع ومدى التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام الجديد على الفرد والمجتمع دون أن نأخذ في الاعتبار المتغيرات الوسيطة التي تلعب الدور الأساسي في تحديد نوع التأثير الذي يمكن أن تحدثه هذه الوسائل، فالمشكلة تكمن في أن معظم الباحثين في بداية ظهور هذا الصر الإلكتروني بدأوا ينظرون إلى وسائله من منظور واحد وهي أنها تؤدي إلى العزلة والإدمان دون أن يأخذوا بعين الاعتبار أن الأفراد يختلفون فيما بينهم في الثقافة والجنس والشخصية وفي دوافعهم واستخداماتهم أيضا وهي المتغيرات التي تعطي دلالة تأثير الإعلام الجديد وأدواته على المستوى الاجتماعي والنفسي للفرد. وعموما فالفضاء السيبري Cyberspace يعتبر فجرا اتصاليا جديدا بكل ما يحويه من إيجابيات تستحق الاستثمار وسلبيات تحتم علينا التفتن لها والوقاية منها، خاصة وأن دراسة الشعور الإنساني من أصعب الدراسات فهذا النوع من السلوك تتشابه به الجوانب الشعورية واللاشعورية ومن أصعبها الاتصال الاجتماعي حيث تتدخل فيها أمور مختلفة كتجارب المتلقي واتجاهاته وذاكرته وتوقعاته، وهي معطيات تتطلب التحليل قبل الوصول لإطلاق الأحكام عن مدى تأثير الفرد أو عدم تأثره.

## الهوامش

## مراجع باللغة العربية

- 1- أولجا جوديس بيلي وآخرون، تر: علا أحمد صلاح: فهم الإعلام البديل، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط1، 2009.
- 2- حسنين شفيق: علم نفس الإعلام الجديد، دار فكر وفن، القاهرة، ط1، 2013
- 3- حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، القاهرة، 2013
- 4- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013
- 5- درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
- 6- سامي عبد الفتاح، علياء: الانترنت والشباب، دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط2، دار العالم العربي، القاهرة، 2011
- 7- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2011
- 8- محمد الدليمي، عبد الرزاق: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، الأردن، دار المسيرة، 2012
- 9- محمد رحومة، علي. الانترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005
- 10- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2010
- 11- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007
- 12- مصطفى الصادق، عباس الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، الأردن، دار الشروق، 2008
- 13- نرمين زكريا: الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. 2009.

## مراجع باللغة الأجنبية

- 1- Julie Denouel et Fabien Granjon : **Communiquer à l'ère numérique, regards croisés sur la sociologie des usages**, Transvalor, Presses de Mines, 2011, France
- 14- Rémy Rieffel : **Sociologie des médias**, 2<sup>ème</sup> édition, Ellipses éditions, 2009, Paris
- 15- Yonghwan Kim et autres : **use of social media on discussion network heterogeneity traits**, journal of communication, international communication association, 63, 2013

## مواقع انترنت

- 1- [www.drmoahammedsalehalansari.com/.../alathaar%20alnafsia%20waa%22015/07/30](http://www.drmoahammedsalehalansari.com/.../alathaar%20alnafsia%20waa%22015/07/30) تاريخ الزيارة: 2015/07/30
- 2- <http://www.alarabiya.net/ar/medicine-and-health/2014/12/26> تاريخ الزيارة: 2015/07/30