



البعد الاتصالي للإعلام الرقمي ودوره في نقل المعرفة والقيم

The communication dimension of digital media and its role in transmitting knowledge and values

ابراهيم يحيوي*

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، yahiaoui_19@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2021/08/26

تاريخ القبول: 2020/09/19

تاريخ الاستلام: 2020/09/19

DOI. 10.53284/2120-008-002-008

الملخص:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم ابعاد الاتصال للإعلام الرقمي من خلال دوره في نقل المعرفة والقيم وغرسها لدى الجيل الافتراضي، إذ بعد الانتشار الواسع لوسائل الاتصال الجديدة، وما تحمله من مضامين اتصالية متعددة ومتنوعة ومتشعبة بدا دوره رائدا في نقل القيم والمعرفة من مجتمع إلى آخر؛ هذا التمازج الجديد يجعل من دراستنا تبحث عن أهم هذه الابعاد سواء كانت تربوية أو اجتماعية أو ثقافية التي شكلت المجتمعات الافتراضية اليوم والتي أصبحت آثارها بادية في الحياة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات العالمية، وعمدت دراستنا على الجانب النظري من خلال التركيز على التحليل السوسيولوجي للظاهرة من أجل فهم وتفسير الظاهرة. **الكلمات المفتاحية:** (الاعلام الرقمي، الاتصال، الدور، القيم، المعرفة).

Abstract:

This study sought to identify the most important dimensions of communication for digital media through its role in transferring knowledge and values and instilling them in the virtual generation, as after the widespread spread of new means of communication, and its multiple, diverse and complex communication implications, it seemed a pioneering role in transferring values and knowledge from one community to another This new manifestation makes our study look for the most important of these dimensions, whether they were educational, social or cultural, which formed virtual societies today and whose effects have become apparent in the social and cultural life of global societies, and our study was adopted on the theoretical side by focusing on A sociological analysis of the phenomenon in order to understand and explain the phenomenon.

Key words: (digital media, communication, role, values, knowledge).



1. مقدمة:

يعد الاعلام الرقمي اليوم إحدى الركائز الاساسية في التنشئة الاجتماعية الحديثة؛ كونه أصبح رائدا في نقل المعرفة والقيم من محيط بيئي إلى محيط آخر، وذلك لما يتمتع به من خصائص ومميزات جعلته يزاحم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية من حيث الدور والوظيفة ، وخاصة في مجال التربية مما سمحت له امكانياته التكنولوجية أن يصبح شريك حقيقي في عملية التربية الرقمية من خلال ما يقدمه من مضامين اعلامية تحقق حاجات وإشباعات نفسية ومعرفية وتربوية لفئات اجتماعية مختلفة، كما يسعى إلى تعزيز القيم أو تعديلها حسب الواقع الاجتماعي. كما تعد التنشئة الاجتماعية الرقمية من أهم العمليات التفاعلية التي يعيش جيل اليوم، ومن خلال هذا التفاعل يتم تمرير جملة من القيم والعادات والتقاليد والمعايير التي تتبلور فيما بعد في شكل قواعد اجتماعية يلتزم بتطبيقها أفراد المجتمع. ومن هنا جاءت هذه الورقة البحثية تعالج الابعاد الاتصالية للإعلام الرقمي الجديد في عصر العولمة ودورها في نقل المعارف والقيم .

2. مشكلة الدراسة: تعتبر وسائل الاعلام الرقمية بمختلف أشكالها وأنواعها في عصر العولمة جزء مهم في حياة الافراد والجماعات؛ لما تتميز به هذه المواقع الالكترونية من تطبيقات حققت لجمهورها المستخدم الكثير من الاشباعات النفسية والترفيهية والمعرفية وغيرها؛ بحيث سعت هذه الوسائل الاتصالية الرقمية إلى تبادل الآراء والأفكار، ونقل المعلومات والصور والفيديوات، ومناقشة كثير من القضايا الاجتماعية والثقافية من طرف جمهورها الذي تجاوز جلّ الطابوهات الاجتماعية والقيود القانونية من خلال خلق فضاء جديد تتسارع فيه الافكار والأحداث. هذا الواقع الاتصالي الرقمي الجديد أحدث تغيرات وانقلابات انعكست تأثيراتها بشكل كبير على المجتمعات الانسانية في جانبيها الثقافي والقيمي، وباعتبار المعرفة المنقولة مغلفة بالمعلومة المعولة أو تحمل ثقافة صانعها والمنمطة بقيم الغالب المهيمن؛ مما جعل الاعلام الرقمي لم يكن ذلك الطفل البريء بل هو يشبه ذلك الوحش المصنوع الذي انقلب على صاحبه بعدما تم صنعه وقام بتجريبه؛ هذا الوحش غير من توازن المعادلة الاجتماعية، ولهذا ظهرت مخرجات محددة لمدخلات سبقتها تعددت ابعادها من خلال الاعلام الرقمي التي أضحت تخيف المجتمعات من نتائجها العكسية أو السلبية، ولهذا جاءت مشكلة دراستنا تبحث عن هذه الابعاد الاتصالية للإعلام الرقمي من خلال دوره الفعال والجديد في نقل المعرفة والقيم من واقع اجتماعي صانع إلى واقع اجتماعي مستهلك، قد يتوافقون وقد يختلفون في المنطلقات والمبادئ التي تحدها المنظومة القيمية لكل منهما، ومنه جاء التساؤل الرئيسي: ما هي الابعاد الاتصالية للإعلام الرقمي على المنظومة المعرفية والقيمية للمجتمع ؟

الاسئلة الفرعية:

- ما هو دور الاعلام الرقمي في التربية الالكترونية للفئات الاجتماعية ؟
 - كيف يسهم الاعلام الرقمي في غرس القيم ؟
 - كيف يسهم الاعلام الرقمي في نقل المعرفة ؟
 - فيما تتمثل هذه الابعاد الاتصالية للإعلام الرقمي ؟
3. أهمية الدراسة: يمكن تحديد أهمية الدراسة فيما يلي:



-تنبع أهمية الدراسة كونها تناولت موضوع حساس ومهم بالنسبة للمجتمع باعتبار الاعلام (الرقمي) بدت ملامحه في احتلال الفراغ الهائل الذي تركته مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية؛ مما سمحت له الفرصة أن يتربع على عرش ما يسمى بجمهور الاعلام الرقمي؛ نظرا للخدمات الغير تقليدية التي يقدمها والتي تتميز بجملة من الخصائص ذات ابعاد ثقافية واجتماعية .

-مما يزيد من أهمية هذه الدراسة معالجتها لمشكلة مهمة أضحى تعاني منها المجتمعات الحديثة، وهي ظاهرة التربية وفق التكنولوجيا الاتصالية الجديدة التي انتشرت داخل المجتمع وأصبحت تورق المسؤولين والتربويين والباحثين كونها ظاهرة جديدة ومخرجاتها قد تؤدي إلى تغيرات لا تتوافق مع قيم المجتمع.

-كذلك تبرز أهمية الدراسة من خلال ارتباط ظاهرة الاعلام الرقمي بواقع اجتماعي جديد بدت ملامحه تتجاوز المنظومة القيمية للمجتمع من خلال تجاوز أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية؛ مما يتوجب البحث عن الاسباب الحقيقية وراء ذلك، وما العوامل والدوافع التي أدت إلى انتشار الظاهرة في المجتمعات ، وما الحلول لمثل هذه الاشكاليات الجديدة .

4.أهداف الدراسة : تسعى الدراسة إلى التعرف على أهم الابعاد الاتصالية للإعلام الرقمي من خلال:

-التعرف على أبعاد الاعلام الرقمي في التربية الالكترونية للمجتمع .

- التعرف على إسهام الاعلام الرقمي في تغيير المنظومة القيمية للمجتمع .

-التعرف على أهم الآليات المستخدمة في نقل المعرفة.

-التعرف على دور الاعلام الرقمي في كيفية بناء المنظومة القيمية والمعرفية الجديدة.

5.مفاهيم الدراسة: وسوف نستعرض جملة من التعريفات من أهمها مايلي :

- **الاعلام الرقمي:** يعتبر الاعلام الرقمي هو امتداد لثورة التكنولوجيا المرتبطة بوسائل الاعلام والاتصال والتي عرفت تطورا كبيرا مهدت لبروز الاتصال الرقمي Digital Communication "بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية".(عبد الحميد: 2007، 24). هذا الواقع الاتصالي الجديد جاء يحمل في طياته خصائص ومميزات تختلف عن الاتصال التقليدي ومن أهمها التفاعلية أو الإعلام التفاعلي وهو " ثمرة الاتصال الرقمي التي أحدثت ثورة في واقع العلاقات بين الغرب والشرق وبين الدول المتقدمة والنامية، وتحديداً بعدما يسرت تكنولوجيا الاتصال الرقمي إيصال كل ما من شأنه التأثير على الشعوب لإدخالها في قالب واحد ما دام حجم الاختلاف وعدم التوازن قائمين".(الدليمي: 2011، 27). إذا يمكن اعتبار الاعلام الرقمي " عبارة عن مواقع رقمية على الانترنت تتيح للمشاركين بها انشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية، وسمعية، وحركية، وصورية، وأشياء أخرى مختلفة، وقد تم إنشاء العديد من المواقع التي انتشرت انتشارا واسعا في العالم وجمعت الملايين من المستخدمين، وكان من الواضح أن تلك الشبكات والمواقع الاجتماعية قد احدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات والآراء والأفكار".(<https://democraticac.de/wp-content/uploads>)

التعريف الاجرائي: هو تلك الوسائل الاتصالية الجديدة التي تحمل جملة من المضامين الاعلامية ذات ابعاد معرفية وقيمية من أجل إشباع حاجيات جمهورها.



-الدور: من بين اهم التعريفات لمصطلح الدور تعريف روبرت "الدور هو وظيفة الفرد في الجماعة ودوره في موقف اجتماعي معين". (شكور:1989، 216).

-تعريف لينتون : "الدور هو جملة النماذج الثقافية المرتبطة بوضع اجتماعي معين وتشتمل على إتجاهات وأنواع سلوك معينة . يتوقعها الشخص من المنتمين إلى الجهاز ذاته، ولذا فإن الادوار لا يمكن دراستها إلا في اطار صلات البيئة". (شروخ:2004، 123،

-تعريف هوبر : "الدور يعكس مجموعة السلوكيات والتصرفات المنبثقة عن الفرد الذي يحتل مكانة ما". (وينفريد:1998، 80).

-تعريف بودون وبوريكو" هو أنظمة لإلزامات معيارية يفترض بالفاعلين الذين يقومون بها الخضوع لها وحقوق مرتبطة بهذه الالزامات، وهكذا يحدد الدور منطقة موجبات وإلزامات مرتبطة خاصة بمنطقة استقلال ذاتي مشروط". (بودون وبوريكو :1986، 288

التعريف الاجرائي: هو جملة من الاليات التي يستخدمها الاعلام الرقمي من أجل الوصول إلى مستخدميه.

-القيم : ومفهوم القيم من المفاهيم الشائعة إلا أنه لا يوجد اتفاق حول تعريف موحد لهذا المفهوم فقد عرفت القيم بأنها "مجموعة من المعايير والأحكام التي تتكون لدى الفرد من خال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية؛ بحيث تمكنه من اختبار أهداف وتوجهات حياته يراها جديرة بتوظيف إمكاناته، وتتجسد خلال الاهتمامات أو الإتجاهات أو السلوك العلمي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة". (ضياء زاهر:1996، 17)

وعرفها بيرى بأنه "أي شيء له قيمة، أو يعد قيما في المعنى الاصلي الجوهرى الجامع حين يكون موضوع اهتمام ما. أي أن القيمة تعرف بالاهتمام ، ويتوقف معناها على معنى الاهتمام ، وكلما زاد الاهتمام زادت القيمة ، أي موضوع أيا كان يكتسب قيمة عندما يستوعب اهتماما ما أيا كان هذا الاهتمام". (عطية:2008، 137) . وفي عرفها الاحمر هي عبارة "عن تقدير نقوم به تجاه شخص أو فرد أو نشاط حسب تحصيله منه، وتتكون القيم من مجموع معتقدات واختيارات وأفكار تمثل أسلوب تصرف الشخص ومواقفه وآراءه، وتحدد مدى ارتباطه بجماعته، وتشكل مجموع القيم النظرة إلى العالم". (الاحمر :2007، 37)

التعريف الاجرائي: هي عبارة عن تلك المعايير والأحكام والمعتقدات ذات الطابع الاجتماعي والثقافي وتمثل توجه حضاري معين.

-الاتصال: ومن المفاهيم التي يمكن إعطائها للاتصال "يقصد بهذا المصطلح في الاصل التبادل وانتقال من مكان إلى آخر، أو من منطقة إلى أخرى، بواسطة طرق طبيعية أو اصطناعية ، وإن توسعنا أكثر وبشكل أشمل ، يعني هذا المصطلح عملية تنقل من خلالها الرسائل أيا كانت طبيعتها والركائز المستخدمة فيها، من فرد إلى آخر، بحيث تجعل التفاعل الاجتماعي ممكنا". (فيربول:2011، 52) وفي تعريف لسناء محمد "هو انتاج وتوفير وتجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العمل في نقل هذه المعلومات وتبادلها وإذاعتها ، ويمكن عن طريق الاتصال توحيد الفكر والاتفاق على المفاهيم وتسهيل عملية اصدار القرارات وبذلك تكون هذه العملية ضرورية طالما هناك تفاعل بين الانسان وغيره في أي منظمة". (سناء محمد سليمان:2013، 26). وفي تعريف لرشتي بأنه " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي و مرسل الرسالة ، كائنات حية أو بشر أو آلات ، في مضامين إجتماعية معينة ، و فيها يتم نقل أفكار و معلومات منبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى معين ، فالإتصال يقوم على مشاركة المعلومات و الصور الذهنية والآراء". (جيهان رشتي :1978، 53). كما عرفه سمير حسين بأنه ذلك " النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع ، أو الإنتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ، وذلك عن طريق إنتقال



المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الإتجاهات، من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات ، باستخدام رموز ذات معنى واحد و مفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين". (سمير محمد حسين:1984، 21)

التعريف الاجرائي: هو تلك الانشطة التي تحمل مضامين اعلامية تسعى إلى نقلها للفرد أو جماعة أو مجتمع لتحقيق التفاعل الاجتماعي والثقافي.

-المعرفة: يمكن تعريف المعرفة بأنها تلك " الافكار أو المفاهيم التي تصل إليها كينونة معينة فرد أو مؤسسة أو مجتمع والتي تستخدم لاتخاذ سلوك فعال نحو تحقيق أهداف الكينونة ؛ كما يمكن وصفها تحديدا بأنها مجموعة من النماذج التي تصف خصائص متعددة وسلوكيات ضمن نطاق محدد". (الصاوي:2007، 17) أو هي ذلك " تنبؤ والاستقراء والاستنتاج والاستنباط والاستدلال والتكيب والتحليل والتفسير والسببية، حيث يتضمنون التنبؤ، والحكم هو تنبؤ معتمد، ولها درجة صحة أو درجة دقة، ولا توجد معارف مطلقة الصحة ، وهي بمثابة مفاتيح تسمح لنا بفتح الزمن واستباق الواقع". (حسن مسلم : 2015، 20) كما يمكن اعتبار المعرفة "جملة من الاسئلة والتوجهات المنهجية ، غرضها دراسة المحددات الاجتماعية للمعرفة ولاسيما المعرفة العلمية". (بودون وبوريكو :1986، 529) ويمكن صياغتها على أنها " تجريد ، تبدو جزءا صلبا بوضوح من عالمنا ، وهي حصيلة آمنة ، بل حتى نتاج، يقف بمعزل عن الصراعات المتراكمة لإنجازها ... المعرفة معلومات أو معطيات يمكن حفظها واستعادتها ". (بينيت وغروسبيرغ وموريس:2010، 634) وقد نعتبرها "عملية تربط بين شخص ومادة وهي كالمعتقدات والايديولوجيات قد تفهم من زاوية ظروف حدوثها وبواعثها الاجتماعية". (فيربول:2011، 58).

التعريف الاجرائي: هي تلك الافكار والمفاهيم العامة أو العلمية، والتي تسمى اليوم بمجتمع المعلومات.

مفاهيم إضافية:

-مفهوم الثقافة الناعمة: أصبح ما تقدمه صناعة الثقافة الجديدة من صرعات الموضة، المرفهة الحواس، نموذجاً جديداً ينبغي تقليده بوصفه خياراً جديداً، بديلاً عن النموذج التقليدي، وجسراً بين الثقافات، يربط المحلي بالعالمي، والذات بالآخر في تكوين ثقافة جديدة تؤسس لهوية جديدة، أو براديجم جديد؛ لإرشاد المستهلك (المتلقي) إلى معنى اختيار ودلالات ما يعرض عليه من تجارب جديدة، العابرة للقارات. أضف إلى ذلك أن نظام السوق لم يعد مقتصرًا على عرض خدمات وسلع، بقدر ما ظل يعرض أفكاراً ودلالات، تجاوباً مع خلق نمط جديد، لهويات جديدة، وثقافات مدروسة، تقوم على اعتبارات جمالية ذوقية؛ لإغراء المستهلك المرتبط بالعالم الافتراضي، وليس بالعالم الواقعي، وأن رغبته مشحونة بالافتداء حتى لو كان ذلك بومضة النظر فيما يشاهده من رموز تحرك مشاعره التواقة إلى التجديد برؤية أفكار ما بعد الحداثة". (فيدوح:2018، 12)

-مفهوم الشخص الثالث: أنه مفهوم يتعلق بأشخاص يعتقدون بوجود تأثير كبير من طرف وسائل الاعلام والاتصال على غيرهم من الاشخاص عكس تأثيره عليهم وعلى اقراهم "الافراد يميلون إلى المبالغة في إدراك تقدير تأثير المواد الإعلامية على اتجاهات الآخرين وسلوكهم وهم في ذلك يتوقعون أن تكون تأثيرات هذه المواد أكبر على الآخرين منه على أنفسهم ، مما يدفعهم إلى إجراء سلوكي لوقاية الآخرين من هذه التأثيرات السلبية" (Davison:1983، 47)



6- المقاربة النظرية للبعد الاتصالي للإعلام الرقمي

1.6. البعد الاتصالي (البراديغم):

-منظور تأثير الشخص الثالث ودراسة التلقي عبر الميديا الجديدة: لقد وصف "دافيد مورلي" التطورات التي شهدتها دراسات التلقي في العقد الأول من هذه الالفية بالجيل الثالث لدراسات التلقي، هذا الجيل الذي القت تطورات تكنولوجيا الاعلام والاتصال بضلها عليه، حيث برزت عوامل جديدة مؤثرة في تكوين الجمهور لم تكن موجودة من قبل فتغلغل وسائط الاتصال الرقمية في الحياة المعاصرة بما تحمله من امكانات تواصلية ، انتج مظاهر جديدة تدعم افتراض فعالية جمهور وسائل الاعلام الذي أصبح قادرا على اختيار المحتوى والمصدر الاعلامي الذي يتعرض له، وقادرا على التفاعل معه وقادرا على التحول إلى منتج للمضامين الاعلامية بما يمتلكه من عدة تقنية ذات قدرة على النفاذ والانتشار، وبالنسبة لنظرية تأثير الشخص الثالث فإنه تم الاعتماد عليها كثيرا في دراسة البيئة الاعلامية الجديدة نظرا ما تشتمل عليه من افتراضات قد تسهم في فهم متغيرات البيئة الإعلامية الجديدة خاصة أنها تهتم بالجوانب النفسية والاجتماعية لإنسان في تلقيه للمضامين الاتصالية، وهو ما يتناسب مع دراسة التلقي والاستخدام في الميديا الجديدة، ودراسة التفاعلات التي تتم في هذا السياق، وكذا عادات وأنماط التلقي واستخدام". (بوذن وبوزيد:2018، 9)

وبالنظر إلى أن الفارق الرقمي خلق فجوة بن الثقافات المتحضرة في صورة الآخر والثقافات المحلية في صورة الأنا، فقد تفاقم فارق الوعي المعرفي والثقافي، وقد راج تعبیر الفارق الرقمي بسرعة بحيث أنه دخل الأحاديث اليومية للإشارة إلى كل أشكال عدم المساواة في مجتمع الشبكة، ويُفهم تعبیر الفارق الرقمي في هذه الثقافات على أنه ظاهرة متعددة ابعاد تشتمل على ثلاثة أوجه مميزة. يشير الفارق العالمي إلى الاختلاف في الدخول إلى شبكة الانترنت بين المجتمعات الصناعية والنامية، ويهتم الفارق الاجتماعي بالفجوة ما بين الاغنياء بالمعلومات والفقراء في كل دولة، وأخيرا ضمن مجتمع الشبكة ذاتها، يعني الفارق الديمقراطي الفرق بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون غطاء المصادر الرقمية لتحريك الحياة العامة والمشاركة بها". (فيدوح:2018، 5)

-**فرضيات نظرية تأثير الشخص الثالث:** بنى دافيسون نظرية تأثير الشخص الثالث على افتراضيين أساسيين يتعلق الاول بالجانب المعرفي الادراكي والثاني بالجانب السلوكي للأفراد.

-**الفرض الادراكي:** أن الافراد يدركون أن الرسائل الإعلامية ذات تأثير أكبر على الآخرين من تأثيرها على أنفسهم، ويتحيز الفرد لذاته عند تقديره مدى تأثيره بالرسالة الإعلامية، وفي مقابل تأثير الآخرين بالرسائل ذاتها.

-**الفرض السلوكي:** الذي يتجسد غالبا في تأييد فرض قيود على وسائل الإعلام أو المضامين الإعلامية ومراقبتها، كشكل من أشكال التدخل الاجتماعي الأبوي والذي يقوم على وجود رقيب بمثابة الأب يعمل بقصد لحماية الآخرين من الآثار السلبية للمضامين الإعلامية". (بوذن وبوزيد:2018، 5)

واستنتج عبد الرحمان المطيري من هذا أن نظرية تأثير الشخص الثالث مفهوم له مدى يتدرج وفق المراحل الاتية:



- وسائل الاعلام لها تأثيرات قوية على الافراد والثقافة.

- أحقية بعض الافراد أو الفئات الاجتماعية في التصدي لمضمون وسائل الإعلام.

- المناعة الذاتية هي المساحة الفاصلة بين الذات والآخرين، بمعنى أن وسائل الإعلام تؤثر على الآخرين ولا تؤثر على الفرد.

- الفعل الاجتماعي حيث يرى بعض الافراد أو الفئات الاجتماعية أن لديهم مسؤولية اجتماعية كبيرة عن الآخرين في المدى الاول وفي نهاية المدى سوف تؤثر عليهم، فيقومون بعملية استباقية لهذا التأثير". (المطيري: 2009، 212) وسائل الاتصال جعلت من الانسان الى حد بعيد شبيهه بألة تسجيل كبيرة، نتيجة الانغماس بالمعلومات المتدفقة عبر وسائل الاتصال الى الحد الذي يصل فيه الانسان الى مستوى يحجب فيه عن تقبل المعلومات بسبب فرط الاشباع الناتج عن فائض المحتوى الاتصالي، قد يتعرض فرد الى محتوى اتصالي جديد يكون متلهفا لمتابعة التفاصيل الخاصة بالخبر، نتيجة الشعور بالحاجة للمعرفة، لكن مع تكرار المضمون الوسيلة نفسها أو وسيلة اتصال اخرى وضمن مدة طويلة، يحصل نوع من فائض الحاجة للفرد، الذي ينتج عنه عدم المبالاة في الاطلاع على وسائل الاتصال". (السعدي: 2019، 261)

2.6. البعد الثقافي: إن البعد الثقافي بدا ظاهرا من خلال ما تنتجه قطاعات الاعلام المرتبطة بالثقافة من أجل نسخ وطبع هذه الثقافة وتوجيهها الى العالم الاخر المولع بكل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا التي غيرت من مظاهر الشعوب والبلدان " أدى تطور وسائل الاتصال إلى توثيق العلاقات بين الدول وبلغت الاتصالات المشتركة بينها مرحلة بالغة من القوة والنضج، فانزاحت الحدود والفواصل التي كانت تعيق الاتصال الثقافي واللغوي وانقضت عصر العزلة إلى غير رجعة، والطوعية والاختيار الحر هما طابع الثقافة المعاصرة حيث تسود حرية الرأي والفكر". (النجار: 2006، 98) مما جعل بيئة جديدة لوسائل الاتصال الرقمي بيئة عالمية دولية" ساعدت على سقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف على المستوى الثقافي بين شعوب العالم من خلال رسائل وسائل الإعلام الجديدة الثقافية التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست، على الرغم من اختلاف لغاتهم وثقافتهم". (الدبيسي والطاهات: 2012، 30)

إن هذه الثقافة التواصلية المعولمة سعت من خلال استراتيجيات اتصالية" إلى تنمية الأذواق، وتعميم أنماط الحياة والتشجيع على التقليد الأعمى مما أثر على قدرة الإنسان على الابتكار والإبداع والنقد والتحليل، غير أن البعض يرى على العكس مما سبق . إن التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاتصال والإعلام قدمت خدمات جليلة للثقافة، ويكفي أنها كسرت الطوق الذي قيد الثقافة حقبا طويلة، وقصرها على النخبة التي تملك المال والنفوذ، فأتاحت هذه التكنولوجيا الفرصة للمواطن العادي للتواصل مع الآخرين وممارسة حقه في الإعلام وأن ينال حقه من الثقافة". (دليو: 2010، 113) هذا الوسيط الثقافي الجديد أدى الى حدوث تناقضات ثنائية داخ مثل هذه المجتمعات المهشة ذات البناء النسقي المتناقض ؛ بحيث احدث في بنائه خلل مما جعلها ساحة للصراع الذاتي ، وفقدان البوصلة لنجاح موجات العولمة الجارفة لكل ما هو محلي وذاتي وأصيل "إن التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاتصال والإعلام ساعدت على ظهور ما سمي بصراع الثقافات وإحداث مواجهات ثقافية غير معهودة قد تؤدي إلى الغزو الثقافي أو إلى الإفكار والتبعية الثقافيين لصالح بعض الدول، وهذا ما يحدث حاليا مع الهيمنة الأمريكية، وتحاول بعض الدول الحد من التعرض لصور ومعلومات الآخر بالمنع أو التحكم في استعمال الهواتف المقفلة مثل الصين وبعض دول الخليج العربي أو



بتحديد الدخول مثل كوبا، للوقاية من الثقافات الوافدة والتيارات الهدامة، إذ لم يعد خافيا اليوم تلك التحديات والمخاطر التي تحدى بالثقافة، ليس في الدول النامية فحسب، بل حتى في الدول الصناعية". (الدليمي: 2011، 166) إن الواقع الجديد يبرز لنا نوع من الهيمنة الالكترونية في ثوبها الثقافي الجديد "هذه الهيمنة التي ترافق العولمة الثقافية التي تدخل إلى كل بيت من خلال وسائل الاتصال الرقمي ومستحدثاتها؛ هي هيمنة القوي على الضعيف، هيمنة المرسل على المستقبل، هيمنة المانح على المتلقي". (بدران: 1992، 32)

لقد أضحت المنظومة القيمية والثقافية والاجتماعية تحت رحمة هذه الهيمنة الجديد، تسعى من أجل تغيير مثل هذه الخصائص الذاتية وعولمتها " إن خصوصية أي مجتمع محكومة بقواعد راسخة من الثقافة والقيم التي يمثلها الهرم الثقافي والهرم القيمي، وما يتهدد هذه الخصوصية والهوية هو أن تكون ضعيفة لا تتفاعل ولا تتجاوب مع متطلبات الحياة المعاصرة التي يعيشها أبناءها، فالعولمة الثقافية لا تعني بالضرورة أحادية الثقافة، بقدر ما تعني الثقافة المشتركة". (الدبيسي والظاهات: 2012، 30) كما عملت وسائل الاتصال الجديدة على خلق ثقافة أصبحت تسمى بثقافة الوسائط المتعددة والشبكات من أهم وظائفها " تشجع المستخدم على الذوبان والانصهار في عالم الرقمنة، لذلك فالمجتمع في علاقته مع وسائل الاتصال الجديدة لا يتم تشكيله على وفق التأثيرات الوافدة عليه عبر الوسائل فحسب بل يذوب معها كلياً ويجمع بين المجتمع والشبكات ما اطلق عليه المجتمع ذو البعد الواحد، او تعبير فلاسفة ما بعد الحداثة مجتمع متعدد الثقافات، الذي يجهز على الاختلافات والتمايزات جميعها، ويوحد افراده في نظمهم ومعاييرهم وأذواقهم في نمط واحد انطلاقاً من مبدأ الحركة، سواء كانت حركة واقعية أو افتراضية عن طريق السفر والترحال عبر وسائل الاتصال وشبكة الانترنت وهو ما يدفع الى انصهار ثقافات عديدة والثقائها وتزاورها بين شعوب مختلفة في بقاع جغرافية محددة". (السعدي: 2019، 325) أصبحت المجتمعات اليوم لا تعرف من أصول الثقافة إلا ما سمحت به هذه الوسائل الجديدة لكي تعرفك عن الثقافة التي تريد وتوجهك إلى أهم منابع التي يجب أن تشرب منها تحت عنوان الثقافة الانسانية، وما سواها هو ظلام دامس وعنصرية ذاتية يجب التخلي عنها ومعاداتها "يبدو أن الثقافة الانسانية تنتهي حين تبلغ عصر كتاب الوجوه facebook إلى تكريس مبدأ -اعرض نفسك show yourself -بعد أن ظل المبدأ الاغريقي -اعرف نفسك know yourself -يتردد من عصر الى اخر، كما تقول كريستين روزين، بحيث يتراوح هذا العرض بين عرض الانجازات العلمية والمهنية، على عرض الافكار والاقتراحات والرؤى، وعرض المواهب الادبية والفنية، إلى عرض الخدمات والسلع، ثم الى عرض بل استعراض الجسد حين تكون الغاية اصطياد الفرائس البشرية من الجنسين، وقد يكون من غايات العرض تحقيق النجومية والمكانة، او اشباع رغبات نرجسية، والاحتفاء بالذات ومنجزاتها، لا تثريب على من يحقق لنجومية أو أن يجني الثناء، فحب الثناء طبيعة الإنسان وليس المقام مقام اصدار احكام اخلاقية، مقام ملاحظة ووصف يبقى في افضل حالات منقوصاً ومنحازاً". (فرح: 2014، 237).



3.6. البعد التربوي: نعيش اليوم وفي ظل الفضاء الافتراضي الذي يشكل أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور المذهل لشبكة الانترنت وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام؛ فقد ظهر نوع جديد من الاعلام هو الاعلام الرقمي، الذي يعد ظاهرة اعلامية جديدة تتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور ، وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، فقد توصلت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن هناك أثارا كبيرة لهذا الاعلام الذي أصبح يشارك في التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع لاسيما الشباب والأطفال جنبا إلى جنب مع الاسرة والمدرسة ودور العبادة، بل تعدى ذلك إلى أخذ طريقة يشغل أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية". (مصطفى ونوشي: 2019، 57)

إن دور الاعلام الرقمي بدت اليات استخدماته تتوسع وتتشعب من خلال تفاعل المستخدمين مع خدماته ، ويتضح ذلك من خلال " تربية الناس وتعليمهم وتوجيههم إلى إتباع الأصول والعادات والأعراف الاجتماعية تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات العامة والمحافظة عليها جمع الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها وخدمة الناس عن طريق الدعاية والإعلان تتيح فرصة التفاعل الاجتماعي بين الافراد والجماعات وترفيه الناس وإقناعهم وتسليتهم والإرشاد والتوجيه وبيان المواقف والاتجاهات والتثقيف وتنمية العلاقات الاجتماعية بين الناس والتربية والتعليم بطريقة هادفة وموجهة من خلال التلفزيون التربوي والإذاعة أو الصحف أو المجلة المدرسية". (إيكوفان: 2016، 10)

وأضحت مساهمة وسائل الإعلام الرقمي اليوم في " نشر قيم جديدة وتحولها إلى جزء ثابت من المنظومة القيمية للمجتمع عن طريق تنمية أنماط تفكير وعلاقات وبنى اجتماعية جديدة وتنمية قدرات وطموحات الافراد والجماعات، عن طريق عملية تكوين الصور " معاني، ومفاهيم، وتعاليم " من اجل خلق قيم معينة لدى الفرد". (عناد: 2001، 271). مما ترك الباحثين يدرسون مخاطر مخرجات هذا الاعلام الرقمي على الفرد والمجتمع عموما من خلال هذا التساؤل : فهل تملك وسائل الإعلام المعاصرة، باعتبارها منتجة الأساطير الحديثة، هذه المقدرة على تغيير قيم وثقافة الفرد والمجتمع ؟ فعندما تقوم هذه الوسائل بتتفيه الأحداث الجسام وغير المعقولة وتجترها فالجمهور يعود عليها بفعل التكرار، فيتعامل معها كشيء عادي ومألوف. وعندما تتجاهل القضايا الأساسية والظواهر الخطيرة فمعنى هذا أنها تعتبرها ظواهر عادية لا تلفت الانتباه. وعندما يتربى الجمهور في كنف وسائل الإعلام أي أن الأمور عادية، وليس بالإمكان أبدع مما كان، فيصاب بالعدوى، ويصبح كل شيء عاديا في نظره. لذا يجب الاندهاش من فقدان الجزائريين القدرة على الاندهاش. فالإدمان على عدم الاندهاش لا يبيلد الإحساس فقط، بل يفقدنا القدرة على الملاحظة. وأخشى أن ننتهي إلى ما قاله الروائي البرتغالي خوزيه سارامغو، في رواية "العمى" لا نرى بعضنا ولا نرى أنفسنا". (العياضي: 2019، 145)

أصبحنا نعيش عالم جديد لم يكن يعرفه من سبقنا يحمل معطيات لواقع غير الواقع التقليدي أو هو مجتمع فوق الواقع كما " عبر عنه جان بودريار بمجتمع فوق الواقع، أو الواقع المتعالي كونه يعيش الحقيقة التي تخفي عدم وجود الحقيقة، ويحاول أن يفي الواقع الوجودي/ الملموس. و في ظل هذا الواقع المتعالي الجديد ليس لنا إلا أن نستسلم لما تستحوذ ه علينا حالة التغير الشمولي في جميع العلاقات الثقافية والمعرفية والاجتماعية والاقتصادية. لم يعد المجتمع في عصرنا الحالي يعتمد على تعزيز الروابط، وتمكين الاواصر، وتوطيد النفوس على حب الخير، وتحقيق المنفعة العامة. أضف إلى ذلك أنه مع تنوع الخدمات تلاشت العلاقات، ومالت إلى طبيعة كل ما هو عابر، ولا عجب في أن يصف "جرمي ريفكن" في كتابه "عصر الوصول The Age Of Access



المجتمعات الحديثة بأنها باتت تقاس الخدمات الترفيهية، وأن قيمتها تتوقف عند الرغبة في سرعة الوصول أي شكل من الأشكال، الامر الذي غير مبادئها، وأتلف هويتها، وحول اتجاهاتها الثقافية إلى بوصلة أوقعتها في معايشة الوهم وإشباع الخاطر العابر". (فيدوح : 2018، 12). لقد أصبحنا نعيش عوالم غير عوالم أجيال سبقتنا متعددة الاسماء والمضامين؛ لتصل بنا مرحلة حركة الكون إلى عالم جديد يدعى بالعالم الأزرق إنه المجتمع الذي له " السيطرة الان هو المجتمع الافتراضي، حيث لا يعرف من المشاعر سوى الـ share، والـ like، والتقدير من خلال كتابة comment، ولفت الانتباه بالـ poking، والقطيعه بالـ block، فالكل يعيش بداخل هذا المجتمع الغريب، حيث لا قوانين هناك تحكمه، ولا مجال للحياء فيه، ولا رقابة عليه، ولا على تصرفاته فيه، يلحد الملحد، ويثور الثائر، مجتمع حيث الكل فيه سيد لعالمه الخاص، ولا يطلع على نشاطاته في احد غيره، حتى وصلت درجة تحديد الخصوصية ان تحجب عن اصدقائك عالمك الخاص من الصفحات التي لا يعرف انك تزودها سواك أنت هو مجتمع فيه من الممارسات التي ما كان للفرد ان يمارسها في المجتمع الحقيقي من غير توجيه أو تربية". (فرح: 2014، 240)

4.6. البعد المعرفي : لقد كان للبعد المعرفي الاتصالي دورا بارزا في نقل المعرفة والقيم المعولة إلى تلك المجتمعات المتعطشة لمثل هذه المعارف والمعلومات التي أصبحت عبارة عن سلع تقدم للمجتمع افكارا ومشاعر مما يقضي على حافظهم إلى أن يفكروا ويشعروا ويتخيلوا بأنفسهم مما غير من نمط التفكير السليم للفرد وجعله آلة تسجل عليها المدخلات لكي تعطيك المخرجات دون إحساس ولا وعي "وهذا ما عبر عنه ارسطو منذ ثلاثة آلاف (3000) عام " لما خشي أن وسيلة كتابة العلم ستتسبب بالنسيان " سيتوقفون عن استخدام ذاكرتهم ، وسيصبحون كثيري النسيان، سيصبحون قادرين على استقبال قدر كبير من المعلومات دون الاستعداد والتوجيه السليم، سيظنون انهم واسعوا الاطلاع جدا بينما هم في الغالب جهلة، سيكونون مليئين بوهم الحكمة بدلا من حقيقة الحكمة. إن وسائل الاتصال الجديدة التي يتعامل معها المجتمع يبدو إنها تدفع الانسان ان يكون اشبه بالرجل البدائي في المضمون وان تغير الشكل الظاهري . إن افضل وصف من الممكن أن يوصف به المجتمع في صورته الاخيرة هو وصف المجتمع بالبدائي لأنه مجتمع يتفق الفرد فيه من ناحية الصفات مع الرجل البدائي، ليس عنده من هموم سوى ان يقضي متطلباته الغريزية من الاكل والشرب والجنس فقط، لا يشكل عنده أهمية أن يعرف ، وأن يتعلم ما الذي يدور حوله ولماذا ؟ أو أن يتعرف عن سبب وجوده والحكمة من ذلك الوجود، فلا توجد للمعرفة والقراءة في حياته من أهمية تذكر، فهو يعيش معتمدا على غرائزه ولو لبس نظيفا وبدى كأنه إنسان عصري". (فرح: 2014 ، 261)

تجد في عالم الإنترنت اليوم المعلومة محفوظة في خوادم المواقع تصلها محركات البحث عند طلبها، وبقدر غزارة المعلومة وكثرة توافرها يبرزها محرك البحث، فلو قلنا بوجود خمسة مواقع مفيدة وموقع ييئ الشبهات فمعنى هذا أن المعلومة المغلوطة ستظهر مرة واحدة بين كل خمس أو ست نتائج، وكلما أضفنا مواقع وعززناها بنفس المعلومة فهذا سيوصل الباحث بالمعلومة التي نريد ويبعده عن المعلومة غير المرغوبة، وفي نفس الوقت سيعزز ويدعم قوة المعلومة من خلال تكرارها وموثوقية القائمين عليها. وبالطبع هذا لا يُغفل أن هناك طرقاً تجارية تساعد على إبراز المعلومة في محركات البحث، ولكني أتحدث هنا في الأحوال والظروف العادية". (الغفيلي: <https://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/>)

إن وسائل الاتصال الرقمي تعتبر اليوم النافذة الأساسية التي يطل منها الإنسان على العالم ويرى من خلالها ثقافته، وخصارته وتقدمه وموقعه من تغيرات التي تحدث في عالمنا اليوم ، لقد أصبح يرى من خلالها كل ما هو معلن وما هو خفي ثقافيا أو اجتماعيا " وقد كانت وما تزال وسائل الاتصال تشكل العامل الأهم والأبرز فيتكويين اتجاهات ومواقف



الفرد باعتبارها الطريق إلى المعرفة والأداة الفعالة في التنمية وتطوير الوعي، "فالمد الاتصالي في المجتمعات المتقدمة وانفجار وسائل الاتصال المحلية في ظل الثورة الرقمية وانجازها الأعظم الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، ساهم في تبني إيديولوجية الاتصال الجديدة كبديل للإيديولوجيات السابقة والقائمة على فكرة مركزية هي أن نتصل بصرف النظر عن مضمون الاتصال، تلك الفكرة التي تدعو لها وسائل الإعلام الجديدة وبعض منظمات المجتمع المدني". (العياضي: 2007، 212) هذا الوضع الجديد ترك ماريان وولف تقول في كتابها "we are how we read" إن الخطورة في جعل هذا العقل الافتراضي هو مصدر المعلومة، وهو وسيلة التفكير قد يضعف قدرتنا على ذلك النوع من القراءة العميقة التي اعتمد عليها من سبقنا، فعندما نقرأ من خلال العالم الافتراضي فنحن نميل إلى ان نصبح اجهزة فك تشفير المعلومات ، لن تكون لنا قدرة على تفسير النص وإقامة تواصل عقلي ثري، كما نفعل حينما نقرأ بعمق وبدون تشتت". (فرح: 2014، 259) يمكننا أن نقر أن العالم الافتراضي من خصائصه بناء واقع فكري يختلف عن العالم الفكري التقليدي مما يجعل المعلومة المتداولة بين صفحاته يشوبها الشك والريب لكونها تحمل دلالات تتناقض مع عالم الواقع الذي يعيشه الفرد أو هي تعمل على تزييف الفكر فيصبح الانسان " لا يستطيع الانسان الاعتراض على ما ينبغي الاعتراض عليه، فإن العالم الذي يكون فيه الانسان ذو بعد واحد هو عالم استبدادي يملك تلك القدرة الخفية على وأد أي محاولة لمعارضته ونفيه، بل ويملك القدرة على تعبئة كل الطاقة الانسانية الجسدية والروحية للدفاع عن هذا العالم". (فرح: 2014، 141)

لقد وصل الحال اليوم مع الاعلام الرقمي إلى رقمنة ابسط الاشياء في حياتنا لنصبح عبيد لهذه الالات التقنية لكي توجهنا وتنصحنا إلى افضل الطرق وأنجع الاساليب في تسيير حياتنا ، ولكن ينسى الانسان في غمرت هذه الفضائل المتجددة والمغرية ماهي الآثار الجانبية ، التي في اعتقادنا اوقفت الفكر في نقطة البداية من الحركة الزمن وأصبح الانسان لا يفكر ولا يستخدم الذاكرة البيولوجية ويفضل الذاكرة الرقمية " ولعل أبرز مثال على ذلك فرشاة الأسنان الذكية التي تجربنا عن البقع التي لم تتمكن من الوصول إليها أو مدى صحة طريقة فرك أسناننا وكمية المعجون المستخدمة لتنظيفها. وفرشاة الأكل التي تجربنا عن كمية السرعات الحرارية التي نتناولها في وجباتنا، وكمية الدسم التي تحتويها. فغني عن القول أن هذه الفرشاة التي توجه استهلاكنا قد تعطينا من البحث عن المعلومات ذات الصلة بكمية السرعات الحرارية التي يحتاجها جسمنا يوميا، وكيفية التخلص من الزائد منها، ومقدار الدسم الضار المدسوس في مأكولاتنا. ليس هذا فحسب، فإنها تعطل التفكير في الأسئلة التالية: لماذا أصبح غذاؤنا أكثر تشبعا بالمواد الدسمة؟ ولماذا ازدادت المواد الحافظة في المواد الغذائية والخضر التي نستهلكها؟ ربما يعتقد البعض، عن صواب، أن عدم التفكير ليس مرادفا للغباء. لكن ألم يقل المغني "جاك برال" إن الغباء هو الكسل؟". (العياضي: 2019، 9)، هذا الكسل الذي اصبح يدعونا لنمارس حياة التواكل وفقدان السيطرة والاستسلام لما يقدمه الاعلام الرقمي من حلول لحياتنا العلمية والثقافية والاجتماعية .

7. خاتمة:

عرفت البشرية مع مطلع الالفية الثانية موجة ثالثة من طوفان المعرفي من خلال التكنولوجيات الرقمية التي غمرت العالم بمنتوجاتها التقنية فائقة التطور التي قربت البعيد وكسرت الحواجز الجغرافية والسياسية وحتى المنظومات القيمية من خلال عمولة العالم واستخدمت في نشاطها وتوسعها وسائل الاتصال الجديدة التي تعددت ابعادها الاتصالية في نقل المعرفة والقيم . وانطلاقا



البعد الاتصالي للإعلام الرقمي ودوره في نقل المعرفة والقيم

من هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج البحثية التي تعزز الدور المهم الذي يؤديه الاعلام الرقمي في نقل المعرفة وكذلك القيم من مجتمع منتج إلى مجتمع مستهلك ومن أهمها:

- لم تعد وسائل الاتصال والإعلام بذلك المنظور التقليدي البسيط بل تحولت إلى فاعل اجتماعي مهم.
- تغير في القيم الاجتماعية من خلال البعد الثقافي لوسائل الاتصال والإعلام .
- ظهور ثقافة جديدة تسمى بثقافة الوسائط المتعددة.
- ظهور واقع افتراضي جديد (العالم الأزرق) له خصوصياته المعرفية والاجتماعية والثقافية.
- وجود المعلومة وتكاثرها أحدثت انماط جديدة من التواصل.
- تقننت الحياة الاجتماعية والثقافية أي حياة الانسان أضحت مجرد مصفوفات من الأرقام.

ومن خلال هذه الدراسة يمكننا أن نقدم إقتراحات من أجل المعالجة الصحيحة للظاهرة وضع حلول إجرائية في عملية نقل المعرفة من خلال وضع سياق من المبادئ تحدد الاطار العام للمجتمع يكون عبارة عن غريال للتصفية ما هو نافع ومفيد وما هو عكس ذلك وعدم الاستهتار بالواقع الافتراضي الجديد كون عملية التشكيل المعرفي والقيمي فإنها قد تحمل ذاتية صانعها ومنتجها ومروجها.

قائمة المراجع:

1. إبراهيم بدران، في الفكر والثقافة والتقدم، وزارة الثقافة، الشارقة. 1992
2. إيكوفان شفيق، دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنشئة الاجتماعية ، مجلة مجتمع تربية عمل ، جامعة تيزي وزو ، العدد 01 ، جوان 2016 .
3. النجار، حسين فوزي، الاعلام المعاصر، القاهرة: دار المعارف، 2006
4. الدليو فضيل، التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال-المفهوم، الاستعمالات، الافاق، عمان: دار الثقافة، 2010
5. السعدي، مؤيد ، الاندماج الاتصالي في الاعلام الجديد، ط.1، الجزائر: الفا للوثائق، 2019
6. الدليمي، عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل، 2011
7. الدليمي، عبد الرزاق ، الاعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، عمان: دار المسيرة، 2011
8. الصاوي، ياسر ، ادارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ، ط.1، القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع، 2007
9. الدبيسي، عبد الكريم علي جبر، والطاهات، زهير ياسين، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد 6، بيروت: دار النهضة العربية، 2012
10. المطيري، عبد الرحمان بن نامي، دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تآثر الشخص الثالث مداخلة مقدمة في مؤتمر الاعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009
11. الدخيل بنان، والبشر مشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، الرياض، 2009
12. الحمداني، بشرى حسين ، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط.1، عمان: دار وائل للنشر ، 2015

<https://democraticac.de/wp-content/uploads>



13. الغفيلي فهد بن عبد العزيز ، لاعلام الرقمي :ماهيته أنواعه أثاره تاريخ تصفح 2020/3/6، على الساعة 11:29.
<https://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/123456789/55746>
14. الأحمر عبد السلام، المسؤولية أساس التربية الإسلامية، محاولة في التأصيل، سلسلة كتاب تربيتنا رقم 4، الرباط: مطبعة طوب بريس، 2007
15. العياضي، نصرالدين، وسائل الاتصال الجماهيري القاعدة والاستثناء، إصدارات وزارة الثقافة، حكومة الشارقة، 2007
16. العياضي، نصرالدين، الميديا بين المتن والهامش، إصدارات وزارة الثقافة، حكومة الشارقة، 2019
17. بوذن محمد لمين، وبوزيد فائزة، آليات تلقي الميديا الجديدة بمنظور الشخص الثالث،مجلة علوم الاعلام والاتصال،السنة الثانية، العدد 2. 2018
18. بودون .ر،وف.بوريكو ، المعجم النقدي لعلم الاجتماع،(مترجم: حداد سليم)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986
19. بينيت طوني ، وآخرون، مفاتيح اصطلاحية جديدة ،معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع،(مترجم: الغانمي سعيد)، ط.1، بيروت:المنظمة العربية للترجمة، 2010
20. وينفرد ، هوبر، مدخل إلى سيكولوجية الشخصية ،ترجمة مصطفى عشوي،ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1998
21. زاهر، ضياء ، القيم في العملية التربوية، القاهرة: مصر الجديدة، مركز الكتاب للنشر، 1996
22. محمد عبد ،الحמיד، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت،القاهرة: عالم الكتب، 2007
23. مصطفى عادل عبد الرزاق ،و نوشي زينة سعد ، استخدامات وسائل الإعدام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي -دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد إنموذجا- العراق :مجلة الباحث الاعلامي ، العدد 42. 2019
24. مسلم، عبد الله محسن، ادارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، ط.1، عمان:دار المعزز للنشر والتوزيع، 2015
25. سمير محمد حسين، الإعلام و الإتصالبا لجماهير و الرأي العام القاهرة : عالم الكتاب، 1984
26. سليمان ،سناء محمد، سيكولوجية الاتصال الانساني ومهاراته، القاهرة: عالم الكتب، 2013
27. عطية، أحمد عبد الحليم ، القيم في الواقعية الجديدة ،القاهرة: دار الثقافة الجديدة، 2008
28. فيدوخ ، عبد القادر ، صناعة الثقافة الرقمية في ضوء "نسق البراديجم"مجلة علوم الاعلام والاتصال ،العدد2 السنة الثانية. 2018.
29. فرح، محمد علي، صناعة الواقع ،الاعلام وضبط المجتمع ،افكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، ط.1، بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات.2014
30. فيريول ، جيل ، معجم مصطلحات علم الاجتماع،(مترجم :الأسعد،انسام محمد ،بيروت:دار ومكتبة الهلال.2011
31. رشقي، جيهان ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي ، 1978
32. شكور، جليل ودبيع، أبحاث في علم النفس الاجتماعي ودينامية الجماعة، (ط.1)،بيروت: دار الشمال، 1998
33. شروخ، صلاح الدين، علم الاجتماع التربوي،القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2004
- 34-W.Philips Davison, (1983), The Third-Person Effect in Communication. Public



البعء الاتصالي للإعلام الرقمي ودوره في نقل المعرفة والقيم

Opinion Quarterly, spring, p47.