



أ.د/ سامى عبد العزيز

أستاذ الإعلام، عميد كلية الإعلام السابق - جامعة القاهرة

دور الإعلام فى بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة

مقدمة :

للإعلام أهمية بالغة فى بناء الإنسان عبر تعزيز انتمائه الوطنى وتثقيفه وتعريفه بحقوقه وواجباته، وفى بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التى تساعد الناس فى المشاركة بفاعلية فى عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية.

ويملك الإعلام بوسائله المختلفة «سلطة التأثير على الرأى العام والعمل على تغيير الأنماط السلوكية للجماهير عن طريق محاربة السلوكيات التى يسعى المجتمع لوقفها أو تعديلها، والمعاونة فى إرساء قيم وبناء سلوكيات جديدة يُراد لها أن تسود المجتمع»، ومن ذلك ما ينبغى أن يقوم به من دور فى تنمية الانتماء الوطنى على أن يتجسد ذلك فى صورة سلوك يدعم بناء الوطن وتقدمه. وفى ضوء ذلك، بالإضافة للتحويلات المختلفة التى طرأت على المجتمع المصرى وتعامله مع وسائل الإعلام - سواء التقليدية أو الحديثة - تتضح أهمية إجراء دراسة حول دور الإعلام فى بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة.

أهداف الدراسة :

- 1- الوصول لرؤية واضحة بشأن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد.
- 2- الكشف عن أدوار وسائل الإعلام فى بناء الشخصية الوطنية، والتحديات التى تواجه ذلك.
- 3- التعرف على علاقة وسائل الإعلام بالقيم، وكذلك الهوية.
- 4- تحديد أدوار وسائل الإعلام فى نشر القدوة والنموذج الإيجابى.
- 5- وضع استراتيجية إعلامية مُركزة لبناء الشخصية الوطنية المصرية ودعم نشر القدوة.

تساؤلات الدراسة :

- 1- ما حدود تأثير وسائل الإعلام على الأفراد؟
- 2- ما أدوار وسائل الإعلام فى بناء الشخصية الوطنية؟ وما أبرز التحديات التى تواجه ذلك؟

إشكالية الدراسة :

يقيناً أن الإعلام المصرى فى جوهره ينبغى أن يكون عملية وطنية سياسية واقتصادية وعلمية وثقافية تتصل بمُجمل حياة المواطنين والوطن، وعلى هذا الأساس تتمثل إشكالية هذه الدراسة فى «دور الإعلام فى تعزيز مفاهيم المواطنة والهوية لدعم بناء الشخصية المصرية ونشر نماذج القدوة لدى أفراد المجتمع».

ويتم عرض أبعاد هذه الإشكالية فى إطار أربعة محاور رئيسية هى:

- 1- الإعلام وإشكالية بناء الشخصية الوطنية.
- 2- الإعلام وإشكالية نشر القدوة والنموذج الإيجابى.
- 3- تحديات تواجه الإعلام فى بناء الشخصية المصرية.
- 4- آليات الاستراتيجية الإعلامية لبناء الشخصية الوطنية ودعم نشر القدوة.



وإذا أردنا أن نتفق على مصطلح «الشخصية الوطنية» يمكننا القول إنها هي شخصية المواطن الذى يتمتع بعناصر المواطنة ومواصفاتها الحقيقية خاصة الانتماء للوطن ويتمتع بإحساس فطري بالمسئولية الوطنية ما يتطلب الصقل والبلورة والبناء الموضوعى لهذه الشخصية وسماها الفكرية والعقلية وأدوارها المجتمعية عبر وسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.

وسوف نتناول مفاهيم الإعلام وإشكالية بناء الشخصية الوطنية من خلال العناصر التالية :

تأثير وسائل الإعلام، وعلاقة وسائل الإعلام بالقيم، وكذلك علاقة وسائل الإعلام بالهوية، ثم نحو فهم أعمق لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعى.

تأثير وسائل الإعلام على الجمهور:

من الثابت أنه لا يوجد اتفاق تام بين الباحثين على التأثير المفترض لوسائل الإعلام، بين فريق يرى أنه لا توجد تأثيرات على الإطلاق، وفريق آخر يرى وجود تأثيرات وأنها قوية جداً... وفى الوقت ذاته الذى تؤثر فيه وسائل الإعلام على النظام الاجتماعى، فإنها تتأثر به خلال عملها الوظيفى، فهذا النظام الاجتماعى الذى تعمل فى إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التى تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعى ينطوى على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الاجتماعية السائدة. ففى بعض الأحوال لا يقدم الإعلامى تغطية كاملة للأحداث التى تقع من حوله أو ما يعرف بالسبق الصحفى، وذلك إحساساً بالمسئولية الاجتماعية أو رغبة منه فى تدعيم قيم المجتمع وتقاليد.

وأحياناً تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الأدوار الاجتماعية والثقافية من أجل تدعيم البناء الاجتماعى والثقافى للمجتمع وعدم خلخلة منظومته القيمية أو الأخلاقية. وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفى تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات أو المعدات التى تقلل من فاعليتها، وهذه العقبات يطلق عليها فى علم الاتصال «العمليات الانتقائية» وهى:

1- **الاهتمام الانتقائى:** وفحواه أن الناس لا يستطيعون الاهتمام بكل شئ يوجه لهم، بل إنهم إذا حاولوا ذلك سيعانون حملاً زائداً فى الحال، ولذلك فإنهم يحصرون اهتمامهم فى مجرد جزء محدود مما هو متاح يومياً ويهملون الأجزاء الأخرى، وهذا الانتقاء يرتبط لديهم بالاهتمام الفردى والانتماء الفئوى والروابط الاجتماعية.

٢- كيف تتجسد علاقة وسائل الإعلام بالقيم، وكذلك الهوية؟

٤- ما أدوار وسائل الإعلام فى نشر القدوة والنموذج الإيجابى؟

٥- ما أبرز عناصر الاستراتيجية الإعلامية المناسبة لبناء الشخصية الوطنية المصرية ودعم نشر القدوة؟

منهج الدراسة :

١- **المنهج الوصفى الاستقرائى:** باعتباره منهجاً يتأمل فى جزئيات التراكم العلمى ليصل الباحث من خلاله إلى وصف عام للظاهرة موضع الدراسة.

٢- **المنهج المقارن:** وهو ذلك المنهج الذى يعتمد على المقارنة فى دراسة الظاهرة حيث يبرز أوجه الشبه والاختلاف فيما بين ظاهرتين أو أكثر، أو بين موضوعين أو أكثر، فمن خلال هذه المقارنات يفهم الباحث الأمور الغامضة والمُبهمة المحيطة بالمشكلة البحثية^(١).

كما تم توظيف أداة التحليل من المستوى الثانى *Secondary Analysis*، وهى تعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية للدراسات والبحوث التى يتم نشرها فى مجال معين وعلى مدى فترة زمنية ممتدة ومن مجموعة متنوعة من المصادر، وقد استخدم الباحث هذه الأداة لإجراء تحليل بيانات للبحوث والدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة والمنشورة فى مجلة عربية محكمة والمجلات العلمية الأجنبية، وكذلك رسائل الماجستير والدكتوراه فى الفترة من بداية عام ٢٠١٢م حتى نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م.

محتويات الدراسة :

١- الإعلام وإشكالية بناء الشخصية الوطنية.

٢- تأثير الإعلام على الشخصية الوطنية.

٣- نتائج الدراسة ومقترح المواجهة.

أولاً: الإعلام وإشكالية بناء الشخصية الوطنية :

تحتل الهوية الوطنية أهمية بالغة على الصعيد الاجتماعى لما لها من علاقة مباشرة ووطيدة بالانتماء الاجتماعى للأفراد وكذا الحفاظ على النسيج الاجتماعى العام للأمم والمجتمعات، فيقدر النجاح فى بناء وتكوين هوية وطنية متميزة تضم مختلف أفراد المجتمع يتيح ذلك تحقيق درجات متقدمة من رقى المجتمع وتطوره، والهوية الوطنية هى ما تميز أفراد المجتمع عن غيرهم وتعطيهم الشعور بالانتماء للوطن، وتعمل على تعزيز تماسك الأفراد فيما بينهم وتشكل القوة الدافعة للإنتاج والعطاء.

الأثر الاستعراضى أو المُنحاز للأغلبية، ولكنها تفتقر لدعم جماعة مرجعية قوية، فتضطر للنساق خلف الأغلبية. وتوجد خمس طرق على الأقل قد تكون وسائل الإعلام هى السبب فى إحداث آثار على القيم الاجتماعية أو على السلوك الفردى أو الجماعى وهى:

- 1- أن تكون وسائل الإعلام هى السبب المباشر الوحيد، إذ يزداد أثر وسائل الإعلام حين تكون هى المصدر الوحيد للحصول على المعلومات.
- 2- قد تكون وسائل الإعلام هى السبب فى إحداث الأثر فى حالة وجود عوامل وسيطة، وقد تعمل مثل هذه العوامل الوسيطة قبل أو فى أثناء أو بعد التعرض للخطاب الإعلامى.
- 3- قد تكون وسائل الإعلام هى العامل الوسيط، بينما تكون العوامل الأخرى هى السبب فى إحداث التأثير مثل اغتيال شخصية وطنية معينة، حيث تؤدى وسائل الإعلام هنا إلى زيادة الأثر أو الحد منه عبر الرسائل التى تعكسها.
- 4- قد تكون وسائل الإعلام سبباً ضرورياً ولكنه ليس كافياً لإحداث الأثر وذلك ضمن عوامل أخرى عديدة.
- 5- قد تكون وسائل الإعلام سبباً كافياً ولكنه ليس ضرورياً لإحداث الأثر، حيث تكون الأسباب البديلة ممكنة أيضاً.

وسائل الإعلام والقيم:

تعد العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقةً فاعلةً ومتداخلةً، باعتبار أن وسائل الإعلام فى أى مجتمع هى الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم، وبالتالي تسهم فى إيجاد جانب كبير من الثقافة الاجتماعية وطريقة حياة أى شعب أو مجموعة سكانية معينة.

ولأنتمثل قوة تأثير وسائل الإعلام على مستوى الأشخاص فحسب، ولكن على مستوى الثقافة والسلوكيات والقيم والاتجاهات التى يتبناها هؤلاء الأشخاص، حيث تقوم وسائل الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية بما تنطوى عليه من قيم وموروثات ثقافية ونشرها وفقاً لمعايير ونهج القائم بالاتصال.

ماهية القيم الاجتماعية:

لكل مجتمع مجموعة من القيم والمعايير الاجتماعية التى تحدد سلوك أفرادها وتؤثر فى درجة قبولهم التغيير، ولما كان الواقع الاقتصادى والاجتماعى والثقافى فى تغير مستمر بدرجات متفاوتة فى كل المجتمعات، فإن بعض القيم والمعايير الاجتماعية الصالحة فى فترة ما تصبح غير صالحة لفترة أخرى، ولذا فإن هذه القيم تخضع لمؤثرات داخلية وخارجية، وفى إطار المؤثرات الخارجية تعمل وسائل الإعلام على إعادة

2- الإدراك الانتقائى: أى تفسير الخطاب الإعلامى بأساليب تختلف من فرد لآخر أو من جماعة لأخرى وفق الصفات النفسية والتوجهات السلوكية الخاصة بالفئات الاجتماعية، وانتماءات الروابط الاجتماعية.

3- التذكر الانتقائى: هناك أنواع معينة من الخطاب الإعلامى لأنواع معينة من الجمهور، يتم تذكرها بسرعة ولوقت طويل، بينما هذا الخطاب نفسه قد يتم نسيانه بسرعة من قبل فئات أخرى لها هياكل معرفية وانتماءات قومية وروابط اجتماعية مختلفة.

4- السلوك الانتقائى: فكل فرد لن يتصرف بالأسلوب نفسه نتيجة التعرض لخطاب إعلامى معين، وهذه الاستجابات تعتمد على التأثيرات المتداخلة للمتغيرات الموجودة.

وبوجه عام يمكن القول إن وسائل الإعلام تؤثر فى مجرى تطور البشر، فهناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشرى، ولكن آثار هذه الوسائل عديدة ومختلفة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، ويمكن أن تؤثر فى الآراء أو القيم ومستوى المعلومات والمهارات والذوق والسلوك.

أما فيما يخص دور الخطاب الإعلامى وأثره على القيم والاتجاهات فهناك اتفاق عام على أن وسائل الإعلام تؤثر على القيم الاجتماعية، أما الفترة الزمنية لإحداث هذا الأثر فمازالت محل جدل، وتشير معظم الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس فى تكوين القيم والآراء أكثر مما تسهم فى تغييرها، مع تأكيد أن الاتساق بين ما يُطرح عبر وسائل الإعلام وتكراره يرسخان الفكرة المعروضة ويجعلانها مقبولة للتصديق وللإيمان بها من قِبل الجمهور المستهدف.

وأحد أسباب قيام وسائل الإعلام بتدعيم القيم الموجودة بالفعل هو اتجاه البشر لحماية أنفسهم من خلال التعرض الانتقائى والإدراك الانتقائى والتذكر الانتقائى. ولأحد علماء الإعلام والاتصال أن وسائل الإعلام لا تدعم القيم السابقة فقط، وإنما تدعم اتجاهات وسلوك المجتمع أيضاً، فالخطاب الإعلامى يسد الفجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة فى المجتمع.

وهناك أيضاً بعض الدراسات التى اهتمت بقياس ما يسمى (الأثر الاستعراضى) أو الانحياز للرأى الذى يُعتقد أنه يمثل الأغلبية، ويحدث ذلك حين يتبنى الأفراد بعض الآراء - ليس عن اعتقاد أصيل بأهميتها أو صدقها- وإنما لأنها تبدو كأنها آراء معظم الناس، وتحاول جماعات الأقلية مقاومة مثل هذا



٤- تمثلت أسباب كون المجتمع القديم أكثر تماسكاً فى منظومته القيمية فى غياب التكنولوجيا بنسبة ٥٠ ٪، ثم التنشئة الاجتماعية الجيدة فى المركز الثانى بنسبة ٢٥ ٪، تلاها غياب وسائل الترفيه بنسبة ٧ ٪، وجاء فى المركز الأخير تقصير ساعات العمل بنسبة ٦ ٪.

طبيعة مواقع التواصل الاجتماعى:

نجحت مواقع التواصل الاجتماعى فى صناعة نموذج التحول من عقلية القبيلة إلى التفكير الجمعى المشترك، وتحقيق التواصل بين أفراد تجمعهم خصائص وتحركهم دوافع، وبالتالي تحول الإعلام العام إلى الإعلام الشخصى، وهو ما عُرف بـ «إعلام القرن الجديد» وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاى للنموذج الاتصالى الموروث، بما يسمح للفرد العادى من توصيل رسالته إلى من يريد وفى الوقت الذى يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى لأسفل وفق النموذج الاتصالى التقليدى.

وتبنت هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضى وتحقيقه الميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه مفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية، وإعطائه لمستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وتطور الاستخدام من الدردشة الشخصية إلى حركات جماعية، ولكن يبدو أن موجة من النضج قد سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ومن هنا تشكلت «حركات الرفض الشبابية»، وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعى.

ومن ثم يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعى جعلت الأفراد يتمردون على «الوجبة الإعلامية الجاهزة» التى كانت تقدمها لهم وسائل الإعلام التقليدية، التى كانت من طرف واحد فقط، وأصبح الفرد مشاركاً ومُتفاعلاً ومُحلاً لكل ما يدور حوله من أحداث، فيقدم الأفكار ويُحلل الأخبار ويرد على بعض الآراء، التى تتعارض مع مصالحه ويُعقب على المفيد منها، ولا يسمح أبداً بالنيل من كرامته أو التقليل من شأنه وشخصيته ودوره الفاعل فى العملية الإعلامية، رافضاً بذلك أسلوب التلقين الذى تتبعه وسائل الإعلام القديمة والرسومية.

وتشير الدراسات إلى أن العديد من الناس يلجأون لاستخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعى نتيجة لوجود دوافع تؤثر فيهم وتدفعهم نحو استخدامها، فقد يكون بُعد المسافات بين الأهل والأقارب دافعاً للبحث عن وسيلة للتواصل مع هؤلاء، كما أن الهروب من المشكلات الأسرية وما تسببه من ضغوط تجعل

البناء الفكرى للجماهير للتأثير فى معتقداتها من خلال موقف هذه الرسائل كأداة للتعبير عن البناء الفوقى وقاعدته المادية ومن خلال دورها الخاص بالنشاط الفكرى والاجتماعى. وبذلك تسهم مضامين وسائل الإعلام فى إعادة الترتيب القيمى والسلوكى للجماهير عن طريق إيجاد القيم والمعايير الجديدة المعاونة فى إنشاء قواعد سلوك التنمية فى أذهان الناس، عن طريق تدعيم الاتجاهات الراسخة وبناء اتجاهات مُحابية لها.

ويختلف مفهوم القيم باختلاف التعريفات العديدة التى تناولت ماهية القيم أو مدلولها، فالقيم هى «تصورات ومفاهيم دينامية صريحة أو ضمنية تميز الفرد أو الجماعة وتحدد ما هو مرغوب فيها اجتماعياً وتؤثر فى اختيار الأهداف والطرق والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل أو تجسد مظاهرها فى اتجاهات الأفراد والجماعات وما يقومون به من أنماط سلوكية وهى ترتبط ببقية مكونات البناء الاجتماعى بحيث تؤثر فيه وتتأثر به»^(٢).

وتنقسم القيم إلى قيم أساسية يصعب تغييرها، وقيم ثانوية ترتبط بشئون الحياة اليومية وتُثار عندما يواجه الفرد بدائل عليه أن يفاضل بينها وهذه النوعية من القيم تتعرض للتغيير طبقاً للمواقف والأحداث والمعلومات التى يتلقاها الفرد من محيطه الاجتماعى ما يؤدى إلى تصحيح أو إعادة تشكيل البناء القيمى للفرد بما يتفق مع السلوك المقبول فى المجتمع. ونجد أن هناك تعدداً فى المفاهيم الخاصة بالقيم، ولعل من أهم هذه التعاريف الأكثر قرباً من الدراسة أن القيم هى «مجموعة من المعتقدات والسلوك التى يعتنقها الإنسان وتؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة على أسلوب حياته وتصرفاته اليومية ويتم نقلها من جيل لآخر وتنبع من الدين والتقاليد السائدة والأعراف التى لا تتعارض مع صحيح الدين»^(٣).

وفيما يتعلق بالواقع المصرى على مستوى الإعلام والقيم، تشير نتائج إحدى الدراسات الحديثة إلى ما يلى^(٤):

- ١- أن التقدم التكنولوجى أثر على عاداتنا وقيمنا وسلوكنا بنسبة ٨٩ ٪، وهذا يوضح التأثير السلبى للتكنولوجيا على القيم الاجتماعية فى المجتمع المصرى.
- ٢- أن هناك فجوة واضحة ولموسة بين الأجيال فى المجتمع المصرى وصلت نسبتها إلى ٩٥ ٪.
- ٣- أن المفاهيم والأفكار الجديدة المكتسبة لم تكن موجودة لدى الآباء مع التقدم التكنولوجى، حيث جاءت بنسبة ٧٠ ٪، وهذا ما يفسر الفرق بين الجيلين والفجوة بينهما.

- الثالث: فئة النُخب الشبابية المُهمّشة أى أصحاب الشهادات وخريجي الجامعات.

ثانياً: تأثير الإعلام على الشخصية الوطنية

لما كان موضوع الدراسة الرئيسي هو دور الإعلام فى بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة، لذا فمن المفيد ونحن نربط ذلك بالأمن القومي، أن نتناول الآتى:

فوائد مواقع التواصل الاجتماعى:

من الفوائد التى تحققها مواقع وشبكات التواصل التعبير عن الهوية والذات، وتعزيز الفروق الفردية لدى الأفراد وتعزيز أجزاء من هويتهم كالعرق والخلفية الثقافية، وتعزيز العلاقات الشخصية بتتمية قدرات الشباب فى إقامة علاقات جديدة، كما ان لها دوراً مهماً فى إيجاد الانتماء والإحساس بالهوية الجماعية وتعزيز الصحة النفسية والرفاهية للشباب، إضافة إلى أنها تسهل التعلم وتتمية المهارات ودعم المعارف، وتزيد من إمكان مشاهدة الأهل والأقارب والأصدقاء رغم بُعد المسافات، كما أنها تتيح للأفراد الحصول على كل ما يحتاجونه من إمكانات وأدوات، لاكتساب الخبرات المتنوعة من جميع أنحاء العالم وكذلك تكوين صداقات على مستوى العالم (٨).

أنماط التواصل ودوافع تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعى:

- بوجه عام يمكن الإشارة إلى الآتى فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعى:
- نجاحها فى حشد الجمهور وتحقيق الشعبية.
- أسهمت فى بروز المواطنة الفاعلة والإيجابية.
- كانت أدوات مضادة للدعاية والشائعات، كما ساعدت الناس فى تحليل البيانات الصادرة عن الحكومة.
- أسهمت فى تشكيل وعى جديد من خلال حركة التسييس السريعة والمكثفة وتسييق حركة المواطنين الميدانية بإيجاد بيئة اتصالية تغيرت فيها أنماط التواصل الاجتماعى والسياسى.

تأثير وسائل التواصل الاجتماعى على القيم وأعراف المجموعة:

بوجه عام اختلف الباحثون فيما يتعلق بنوع التأثيرات التى يمكن أن تحدثها الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعى على القيم والعلاقات الاجتماعية للأفراد، فظهرت مدرستان أو مدخلان متناقضان إحدهما المدرسة المتقابلة أو المدخل الإيجابى الذى يرى أن الإنترنت تؤدي إلى التواصل الاجتماعى

للجوء لمواقع وشبكات التواصل ضرورياً للتخفيف من القلق والتوتر، كما يقوم البعض بملء وقت الفراغ، وتكوين صداقات جديدة فى محاولة للقضاء على الشعور بالملل والرغبة فى التجديد (٥)، ويمكن تفسير إقبال الشباب الشديد على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعى من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات *USES & GRATIFICATION* وبحسب النظرية فإن محور العملية الاتصالية يتمثل فى الفرد المتلقى الذى يُعد نقطة البداية فى التواصل وليس وسيلة التواصل أو الرسالة الإعلامية، وأن الأفراد يندفعون نحو وسائل التواصل الاجتماعى نتيجة لمؤثرات اجتماعية ونفسية وثقافية تجعلهم بحاجة إلى الاتصال والإعلام (٦).

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من نظريات التأثير الانتقائى ضمن مدخل الفئات الاجتماعية، حيث تعتمد مبدأ الانتقائية وأن استخدام وسائل الاتصال يخضع للسمات الشخصية والاعتبارات الفردية والظروف الذاتية، فنظرية الاستخدامات والإشباعات نظرت للعلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور المتلقى يستخدم المواد الإعلامية لإشباع حاجات ورغبات معينة لديه، وبعد أن كانت وسائل الاتصال هى التى تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التى يتلقاها، أصبح استخدام الجمهور تلك الوسائل يتم لإشباع رغباته وحاجاته وأصبح هذا الجمهور يتحكم بدرجة كبيرة فى مضمون الرسائل التى تعرضها وسائل الاتصال.

وتتعرض نظرية الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً لوسائل الاتصال بل أصبح إيجابياً يقوم بانتقاء ما يرغب فيه، وبما يلبي حاجاته النفسية والاجتماعية التى تعكس اهتماماته وتوقعاته، وأن الرغبة فى اختيار وسيلة اتصال معينة لإشباع حاجات معينة تعود إلى الجمهور الذى له حرية الاختيار الذى تحدده الفروق الفردية للمستخدمين، فالأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال، وهم يعلمون بالمنفعة التى تعود عليهم بإشباع الاحتياجات التى يحتاجون لتلبيتها، وبناءً على ذلك فإن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة فى المجتمع يكون من خلال استخدام الجمهور وسائل الاتصال وليس من خلال محتوى رسائل وسائل الاتصال (٧).

والسؤال الذى يطرح نفسه إذن: من هو جمهور الإعلام البديل وشبكات التواصل الاجتماعى؟

- الأول: الطبقات الشعبىة المُهمّشة.
- الثانى: فئة النُخب سواء أكانت منتمية للأحزاب السياسية أو منظمات المجتمع المدنى، أو كانت مجرد شخصيات مستقلة.



الداخلي، مثل الدعوات لشل أجهزة الدولة ومرافقتها الحيوية، لتنتقل من التعبير عن الرأي إلى ممارسة الضغوط ثم خطر التحول لسلوكٍ عنيفٍ باستخدام القوة ضد مؤسسات الدولة .

- مجهولية المصادر الحقيقية خلف مستخدمي الشبكات الاجتماعية، ما أدى لاستخدامها في الابتزاز وانتحال الشخصيات ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة.
- الترويج لأفكار هدامة داخل المجتمع أو استخدامها في السب والقذف بين الأفراد، إلى جانب تأثيرها النفسي كـ «إدمان الاستخدام»، أو بتأثيرها على العلاقات الزوجية وعلى الأسرة وإهدار الموارد البشرية والوقت.

الإعلام الجديد وتأثيره على تشكيل الهوية :

يُعد موضوع الهوية الوطنية وتكوينها بالنسبة للجمهور من أهم الموضوعات التي يجب التركيز عليها، فالهوية من أهم السمات المميزة للمجتمع وهي التي تجسد الطموحات المستقبلية فيه، وتبرز التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة، بل تتطوى على المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة، وفي ضوء ذلك فإن الهوية الثقافية لمجتمع ما لا بد وأن ترتكز على أصول تستمد منها قوتها، وإلى معايير قيمية ومبادئ أخلاقية وضوابط اجتماعية وغايات سامية تجعلها مركزاً للاستقطاب العالمي والإنساني، وقد شغلت قضية الهوية الثقافية بال مفكرين والعلماء والمتقنين والقادة في دول العالم، خاصة في عصر العولمة الذي ترك آثاراً نفسية نتجت عنها تحولات كبيرة في الهوية.

وتمارس وسائل الاتصال بنوعها - التقليدية والجديدة - دوراً مهماً في تشكيل الهوية والوعي المجتمعي بصورة غير مباشرة، حيث تؤثر في حياة المجتمعات باعتبارها الناشر والمروج للفكر والثقافة كما تحمل مضامين اقتصادية وسياسية وأيديولوجية واجتماعية وأمنية وغيرها، فهي سلاح ذو حدين حيث لديها القدرة على تأكيد الترابط بين أفراد المجتمع من خلال ترسيخ ثقافة هذا المجتمع وهويته، أو تعمل على هدم المجتمعات من خلال نشر الفتن وطمس الحقائق أو عدم التركيز على الإيجابيات.

والثابت أن وسائل الإعلام الوطنية تقوم بدورها في مواجهة الأفكار الهدامة والشائعات، وحتى وقت قريب كانت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة هي إحدى أهم الأدوات الأيديولوجية المنوطة بتنفيذ تشيئة اجتماعية موجّهة ومقصودة، ومن ثم تنفيذ هندسة اجتماعية

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 أفراد أسرته وأصدقائه ومع وسائل الاتصال التقليدية، وأن الوقت الذي يقضيه الفرد على الإنترنت هو وقت مسروق من أنشطة اتصالية أخرى مُخصصة للتواصل مع الآخرين.

وسواء تماشنا مع هذا الاتجاه أو ذلك، فمن المؤكد أن القيم الاجتماعية ومعايير الجماعة هي متغيرات مهمة للغاية أثرت عليها وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، ووفقاً لدراسة «شبير، وآخرين، فإن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثيرات مختلفة على الشباب وطلاب المدارس بالذات، حيث تقف وسائل التواصل الاجتماعي في مقابل القيم الأسرية والمدرسية التي يُدرّسها أولياء الأمور والمعلمون، كما أكدت العديد من الدراسات أن جميع أنماط محتوى وسائل التواصل الاجتماعي تقريباً شديدة «السلبية» للقيم الاجتماعية ومعايير المجموعة الدينية، وأن محتويات وسائل التواصل الاجتماعي التي يصل إليها المراهقون - خاصة في المدارس الثانوية- تُشكل خطراً على السلوك الأخلاقي لهؤلاء المراهقين كما تؤثر على إحساسهم بالحكم على القيم الاجتماعية والسلوك الأخلاقي^(٩).

كما تشير دراسات أخرى إلى أن السلوك غير الأخلاقي انتشر في حياة العديد من المراهقين نتيجة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويشمل ذلك العنف، والمواعدة، والاعتداء الجنسي، والتحرش، والإجرام، والجنس الإلكتروني^(١٠).

سلبيات وجوانب خطورة مواقع التواصل الاجتماعي :

- الاستخدام السيئ لحرية التعبير التي تتيحها أو ما يتعلق باستخدامها كأداة للجريمة أو التحريض على العنف أو بث قيم وتيارات وأفكار دخيلة على المجتمع.
- الكشف الهائل عن معلومات تشمل كل تفاصيل الحياة الخاصة والعامة .
- أتاحت القرصنة على صفحات أشخاص أو استخدام الصور والفيديوهات «المتحيزة لوجهة نظر معينة» لشحن الرأي العام والتي قد يتم تركيبها أو اختلاقها بشكل يُضر بمصالح الوطن.
- شن الحروب النفسية والتي تشمل نشر الشائعات التي قد تضر بمصالح قومية، وقد تستخدمها بعض الجهات الخارجية المعادية للتأثير على الاستقرار

- أضعف الإعلام على سبيل المثال عملية تذوق الموسيقى الجيدة، وأثر على الذوق العام فى مجال صناعة الدراما والسينما.
- ظهرت وانتشرت مجموعة من القنوات الفضائية التى تسخر من عقلية المشاهد عن طريق إغوائه بمسابقات مُبتذلة وتافهة لا يصح أن تُعرض أو أن يُجاب عنها.
- انتشرت القنوات التى تستضيف شخصيات تدعى أنها تفسر الأحلام وتقرأ الطالع والحظ وتتعامل مع الغيبيات، وكل ذلك يُصيب الشخصية المصرية بأميرين إما الانسياق وراء هذه النوعية من المضامين، أو الهروب والبحث عن مضامين أخرى بوسائل إعلام غريبة بعيدة كل البعد عن قيمنا ومقوماتنا الثقافية والتراثية.

تحديات تواجه الإعلام فى بناء الشخصية المصرية:

فى إطار سعى البلاد لبناء جمهورية جديدة يكون فيها بناء الإنسان مقاماً أول تأتي تحديات متعددة تقابل الإنسان المصرى من خلال محاولات لتفتيت الهوية وتشيت الوطنية والمواطنة لدى الشعب، إضافة إلى استخدام المعادين لحروب الجيل الرابع بخطط تدميرية ممنهجة متعددة الأسلحة ولاسيما سلاح الشائعات وما يُشكله من خطر كبير على الأمن الداخلى، يضاف إلى ذلك كله ما وصلت إليه منصات التواصل الاجتماعى من مكانة لدى الأجيال الجديدة وما فتحت من أبواب خطر سواء مقصوداً أو غير مقصود على الأمن الفكرى، الأمر الذى يجعل بناء الوعى المجتمعى قضية دولة وهدف أمن قومى وركيزة للانطلاق فى رؤية مصر ٢٠٢٠م، وبناء وعى المواطن إنما يبدأ بوعيه بهويته كمصرى ثم هوية وطنه واعتزازه بالانتماء إليه (١٢).

كما تظهر أيضاً بعض التحديات المرتبطة بطبيعة النظام الإعلامى ذاته وتعلق بالاحترافية والمهنية والأخلاق والقيادة والتخطيط الاستراتيجى والدراسات والبحوث.

تحديات تتعلق بالإعلام المُوجه للطفل:

أصبح إعلام الطفل يشهد تنامياً ملحوظاً، وصار أكثر قرباً من الطفل داخل البيت ما جعله يُخفى العديد من المخاطر والسلبيات، وقد حمل هذا الانتشار السريع معه أساليب جديدة وأكثر تطوراً لاستمالة الطفل والسيطرة على عقله وسلوكياته ودفعه لإدمان الألعاب الإلكترونية ومشاهدة الرسوم المتحركة الغربية، ومن المعروف أن الشركات المنتجة لهذه المضامين

تستهدف مواجهة الأفكار والظواهر غير المرغوبة، وإحلال المرغوبة، ولكن مع التوسع الكبير فى استخدام الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعى تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية - التلفزيون والراديو والصحف - وذلك إذا ما قورنت بمواقع التواصل الاجتماعى المعتمدة على الشبكة العنكبوتية العالمية.

فخلال العقدين الأخيرين، ونتيجة للتطورات العلمية والتقنية وثورة تكنولوجيا المعلومات فى ظل العولمة التى مثلت منظومة ثقافية سياسية اقتصادية، تأثر بالتالى المحتوى المُقدّم من خلال وسائل الاتصال سواء التقليدية أو الجديدة *Media New*، وبالتالى تأثرت اتجاهات مستخدميها خاصة الشباب، نظراً لأن هذا المحتوى المُقدّم يُمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً فى حياتهم، فضلاً عن كونه من المصادر الرئيسية للمعلومات والتعلم وتشكيل الوعى بالقضايا المجتمعية.

ومن ثم يمكن القول بأن الإعلام الجديد قد أثر سلبياً على الثقافات الوطنية مُستغلاً حالة الاغتراب الثقافى التى تعانىها المجتمعات وشعور أفرادها بالدونية أو الضعف الذاتى أمام التدفق الغربى وهدم الرموز الوطنية وتشويهها لدى النشء، فقد أسهم الإعلام فى العصر الحديث فى نقل السلوكيات والثقافات بين الشعوب، فلم تعد للمجتمعات قيم ثابتة ذات خصوصيات متفردة، وقام الإعلام الدولى بإعادة تشكيل الهويات خاصة الثقافية والوطنية، وأدت تكنولوجيا الإعلام إلى تغير جذرى بالوعى الاجتماعى، وأزيل عنصر المكان فلم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع وتشكيل الهوية، وأصبح التفاعل افتراضياً يتخطى حيزى المكان والزمان إذ يتم عبر تكنولوجيا الإنترنت ومواقع التواصل.

وعلى المستوى المصرى تشهد الدولة فى السنوات الأخيرة تحولات مهمة على عدة مستويات ومراحل مختلفة تتعلق بإعادة بنائها، وأثرت هذه التحولات على كيانها وإعادة تكوينها، كما ظهرت فى هذه المرحلة الجديدة تحديات كثيرة كالفوضى الإعلامية وحروب الشائعات، وبالتالى زاد اعتماد الشباب على وسائل الاتصال فى تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية (١١).

تقييم دور وسائل الإعلام المصرية فى ضوء متطلبات عملية بناء الإنسان المصرى ودعم هويته:

لم تؤد وسائل الإعلام المصرية بمختلف أشكالها الدور المطلوب منها فى بناء شخصية الإنسان المصرى فى ظل العولمة والغزو الثقافى وسموم مواقع التواصل، حيث يُلاحظ الآتى:



الشباب المصرى فى ضوء شعبية هذا الفنان والانتشار السريع لأعماله بينهم^(١٦).

واستخدم البحث نموذج العدوان العام (GAM) وهو اختصار لـ *General Aggression Model* وذلك لقياس معدل مستويات الثقة الاجتماعية بين الشباب المصرى، ووفقاً «لأندرسون» (٢٠١٨م) يُعد هذا النموذج بمنزلة نظرية وصفية تكاملية شاملة تُقدم دليلاً عملياً لفهم العلاقة بين العنف الإعلامى والعدوان البشرى المصاحب^(١٧).

وأظهرت النتائج أن المتعرضين للمواد الإعلامية العنيفة والمتأثرين بنموذج القدوة لديهم -والذى يقدم هذه المواد- يمكن أن يطوروا شخصية عدوانية مع قرارات عنيفة.

ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بنموذج القدوة لدى الشباب:

هناك تحول سريع وخطير لطبيعة القدوة الإعلامية لدى الشباب المصرى من التعلق بمشاهير الفن ونجوم الغناء وكرة القدم إلى التعلق بنجوم ومشاهير مواقع التواصل الاجتماعى أو ما يُطلق عليه *Social Media Influencers*، حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعى المجال لأشخاص عاديين فى الظهور وسط حشد جماهيرى من مستخدمي هذه المواقع.

والمؤثر هو شخص محترف، يصبح مصدراً موثقاً يقوم بعرض آرائه وتفسيراته وتحليلاته على عامة الجمهور بسبب معارفه وخبراته فى مجال ما، كما تحظى آراؤه بتقدير جيد بسبب المصداقية والثقة اللتين يتمتع بهما، ومع اتساع نطاق استخدام شبكة الإنترنت، وزيادة أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعى، ظهر المؤثرون عبر هذه المواقع، وتعاظمت أدوارهم وأصبحوا يمثلون طرفاً مستقلاً يقوم بتشكيل أسلوب استخدام الجماهير لقنوات الاتصال التى تقدمها مواقع التواصل الاجتماعى.

ويصبح مستخدم مواقع التواصل الاجتماعى مؤثراً عندما يمتلك القدرة على إنتاج خطاب يُحدث تفاعلات ضخمة ومستمرة بينه ومتابعيه، وبسبب قدراته التأثيرية تبحث الشركات عنه فى العديد من المناسبات من أجل الترويج لعلاماتها التجارية أو خدماتها، ويمكن للمؤثرين النشر عبر أى منصة تواصل اجتماعى. ويتضمن خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى مضامين متنوعة تختلف باختلاف بيئتها وإطارها الزمنى، كما تختلف باختلاف توجهات المؤثرين وأهداف مموليهم فى بعض الأحيان.

وفى السنوات الأخيرة أصبح خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى يتضمن مشاركة المستخدمين واستجاباتهم

هى شركات غربية تتبع قواعد رأسمالية صارمة وفهماً غربياً لمعاني التسلية والترفيه.

وبالتالى نقلت هذه الشركات للطفل المصرى ممارسات وعادات المجتمعات الغربية، كما أنها تتعامل مع عقلية أطفالنا بمنطلق السوق وقوانين العرض والطلب دون اهتمام بقيمتنا وأعرافنا، الأمر الذى يعرض الأطفال لحالة من التغريب الثقافى *Cultural Westernization* ما يفقدهم كل معانى الانتماء للوطن وحبه والشعور بأنهم مكوّن رئيسى لتسيجه.

وسائل الإعلام واشكالية نشر القدوة والنموذج الإيجابى:

كان للتطور الذى حققه الإعلام التقليدى وظهور الإعلام الجديد وارتباطه بالتغيير فى الوسائل التكنولوجية المعرفية؛ كان له أثر كبير فى أبعاد البناء الاجتماعى، وكان واضحاً التأثيرات على سلوك الفرد من خلال توافر المعلومات التى تؤثر على دائرة مخزونه المعرفى وتدفعه إلى أن يقوم بعمل يختلف عن العمل الذى اعتاد القيام به.

وهذا التغيير يعنى قبول نقطة جديدة فى وجهة النظر التى استطاعت أن ترض نفسها وتتغلب على الأفكار والمعتقدات السابقة وقد يكون الأمر كذلك، بل وقد يمتد الأمر إلى إحداث تأثيرات على المثل والقيم والمعايير والمفاهيم المختلفة، وتبنى مفاهيم مغايرة.

ومن هذه المفاهيم التى قد تتأثر بشكل كبير أو قد يتم تبنيها بشكل مختلف، مفهوم «القدوة»، وهو يُطلق على الفعل أو الشيء المراد الاقتباس منه أو تقليده، وينطبق أيضاً على الشخص الذى يحدث منه هذا الفعل. فمفهوم القدوة لا يُطلق على الشخص المُقتدى به فقط، بل أيضاً إلى الأفعال التى تأتى منه^(١٣).

ويتأثر الشباب المصرى كثيراً بنماذج القدوة المقدمة إليه عبر التلفزيون والإنترنت بما فيها مواقع التواصل الاجتماعى^(١٤)، وعلى سبيل المثال يشتهر المجتمع المصرى بطبيعته بالروابط الودية الدافئة والثقة المشتركة وشبكات الأحياء الوثيقة كجزء من الطقوس الدينية والتقاليد المجتمعية. كما يشتهر المصريون بسلوكهم المخلص والكرم تجاه الغرباء فى الشوارع، وهذه بعض المفاهيم النمطية عن المجتمع المصرى، والتى يمكن أن تظهر فى الدراما التلفزيونية والأفلام، خاصة مع الممثلين الشباب الجُدد المشهورين بتوجههم الوطنى والكرم والتفانى والشجاعة فى التمثيل^(١٥).

وفى هذا الصدد تطرقت إحدى الدراسات الحديثة حول «المحاكاة وتقليد الشباب للفنانين كنموذج قدوة»، إلى تأثير العنف فى المحتوى التلفزيونى لأحد الفنانين المشهورين على

- وجود الحرية المسؤولة للإعلام بصور منظومة التشريعات، والضبط الذاتى للمهنة.
- المتابعة المجتمعية لأداء الإعلام من خلال جمعيات المجتمع المدنى والبحوث الأكاديمية.
- تفعيل جمعيات حقوق المشاهدين والمعمول بها بعدة دول.

بعض الخطوات المطلوبة من المؤسسات للتعامل الإعلامى مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعى؛

- رصد وتحليل مضمون وسائل التواصل الاجتماعى بشكل دائم ودورى .
- امتلاك زمام المبادرة وعدم اتباع مبدأ «رد الفعل» والموقف الدفاعى، وهو ما يجعل المؤسسة دائماً سبّاقة وغير متأخرة.
- التطوير المستمر لقدرات ومهارات المؤسسات والعاملين بها، بما يتناسب وطبيعة مواقع التواصل الاجتماعى والتعامل معها.
- التقييم المستمر لجهد المؤسسة وأدائها، وتعديل الخطط لتحقيق الأهداف المنشودة.

الملاح الرئيسية لأهم الآليات الإعلامية لبناء الشخصية الوطنية ودعم نشر القدوة؛

وترتكز على ثلاث آليات تتمثل فى الآتى؛

- التربية الإعلامية *Media Literacy* كوسيلة للحد من مخاطر الإعلام الإلكتروني.
- إطلاق منصة إلكترونية لدعم الهوية المصرية.
- تطوير القوالب الفنية وتقنيات إنتاج محتوى الإعلام التقليدى.

١- التربية الإعلامية *Media Literacy* كوسيلة

للحد من مخاطر الإعلام الإلكتروني؛

إذا كان الإعلام الجديد يُسهم فى نشر المعلومات والأخبار ومد جسور التواصل بين الشعوب والثقافات وزيادة التواصل بينها، فإن هناك فى المقابل الكثير من الانعكاسات السلبية التى تتطلب الاهتمام والعناية، وفى هذا السياق تُعد التربية الإعلامية مسألة مهمة تتطلب العناية والاهتمام نظرًا لدورها الكبير فى عملية تنمية الوعي بالمشكلات المترتبة عن هذه المضامين والتى كثيرًا ما تتعارض مع الثقافات المحلية.

وتبرز التربية الإعلامية *Media Literacy* كآلية تضع ضوابط ترشد استخدام الإعلام بما يُفيد الفرد، وتجعله

له على مدار الساعة، كما نتج عنه تسويق سلس يتسم بالذكاء والديناميكية فى التفاعل مع أنماط استجابة الجمهور؛ الأمر الذى أدى إلى ظهور مجموعات متزايدة القوة من المؤثرين بشكل سريع، بما شكل تحولاً بارزاً فى أنشطتهم الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

وبمرور الوقت اكتسب المؤثرون أرضاً جديدة فى كل مواقع التواصل الاجتماعى من خلال مشاركة تفاصيل حياتهم ومن ثم اكتساب عدد كبير من المتابعين، الأمر الذى يجعلهم قادة رأى لهؤلاء المتابعين، حتى أصبح البعض يرى أن الاستشهاد بالمؤثرين أكثر فعالية من الاستشهاد بالمشاهير التقليديين، خاصة أن هؤلاء المؤثرين يشاركون متابعيهم تفاصيل حياتهم اليومية ومن ثم باتوا أكثر فاعلية وقرباً للجمهور من المشاهير إلى حد وصفهم بأنهم صوت موثوق لدى الجمهور^(١٨). وتكمن خطورة بعض مشاهير مواقع التواصل فى كونه قد لا يسعى بالأساس إلى أن يكون قدوة لأحد، وإنما قد يكون وسيلة لبث أفكار معينة أو قد يكون أداة لتسويق فكر متطرف أو منحرف.

ثالثاً؛ نتائج الدراسة ومقترح المواجهة

يمكن طرح استراتيجية إعلامية شاملة لبناء الشخصية الوطنية ودعم نشر القدوة، وقبّل عرض جوانب هذه الاستراتيجية، وكتأسيس وتمهيد لها، يمكن القول إن هناك أدواراً مرغوبة للإعلام ضمن متطلبات عملية بناء الإنسان المصرى، حيث يجب أن يسعى الإعلام للقيام بالأدوار التالية:

- تحقيق الأمن الوطنى من خلال تحصين المواطن ضد أى غزو إعلامى أو فكري مُعاد.
- تنمية الوعي السياسى لدى المواطنين واستيعابهم ما يدور على الساحة الداخلية.
- تناول ومعالجة القضايا الوطنية التى تؤثر فى قدرات الدولة السياسية.
- تعريف المواطن بأسباب المشكلات التى تواجه الوطن وأساليب التعامل معها، وطرحها للنقاش العام وإشراك المواطن فى حلها.

مع تأكيد الحاجة إلى الآتى؛

- تدريب القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية على مبادئ وأساسيات الإعلام الأمنى والحربي خاصة وقت الأزمات والحروب، وذلك من أجل مواجهة الدعاية المضادة والحروب النفسية وكذلك الغزو الثقافى والفكرى المُعادى.



دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة

أ.د/ سامى عبد العزيز

لكل الشرائح المصرية الولوج إليها وتحميل كل الكتب والموسوعات الثقافية التي تتناول الحضارة المصرية. ويتم تبنى تشغيل وإنتاج محتويات هذه المنصة بشراكة مؤسسية بين القطاعين الخاص والعام، على أن تتمتع بخصائص فريدة تشمل التحقق من المعلومات والأخبار *Validity Check* لتقليل الشائعات ومحاولات تزييف التاريخ أو التشكيك في الرموز الوطنية وتشويهها، مع إمكان ربطها بقواعد البيانات الدولية للمؤسسات العاملة بمجال العلوم والثقافة.

٣- تطوير القوالب الفنية وتقنيات الإنتاج لمحتوى الإعلام التقليدي، وذلك من خلال:

- أ - تركيز التحقيقات الصحفية والتلفزيونية على المبادرات الشبابية والابتكارات المتميزة والجوائز التي يحصدها الشباب المصري.
- ب - الاهتمام بالإعلام التموي وتطور وسائل الإعلام المحلية لخدمة أهداف التنمية المستدامة للدولة.
- ج - تطوير برامج ودراما الأطفال التلفزيونية وإطلاق منصات إلكترونية تخاطب اهتماماتهم وتمنى لديهم قيم الانتماء وحب الوطن.
- د - تجنب تقديم برامج تعتمد على النسخ أو التعريب أو تقليد البرامج الأجنبية.
- هـ - تقديم أعمال درامية أصيلة تعمل على نقل التراث المصري بكل أمانة وموضوعية وربط الأجيال، وهو في حد ذاته جوهر تنمية الهوية وبناء الشخصية الوطنية عبر إعادة دور قطاع الإنتاج المصري.

يُدرِك التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وهى عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة من خلال معلومات ومعارف ومهارات تساعدهم في الاستخدام المُنظم لهذه الوسائط متفادين انعكاساتها السلبية.

وتهدف التربية الإعلامية إلى تنمية مهارات التحليل الناقد للرسائل الإعلامية، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني للرسائل الاتصالية والإعلامية؛ لبناء المواطن الرشيد الفعّال *Active Citizen*.

وتهتم التربية الإعلامية في جوهرها ببعدين رئيسيين، الأول: هو علاقة الفرد بالمضامين الإعلامية اختياراً واستهلاكاً ومشاركةً وتقييماً، والبعد الثاني هو: تفعيل العلاقة بين النظام الإعلامى والنظام التربوى؛ من أجل إشراك الإعلام فى العملية التربوية واستغلال تقنيات الإعلام فى العملية التربوية.

مع تأكيد ضرورة وضع نصوص تشريعية تختص بالتربية الإعلامية، لإعطائها أبعاداً تنظيمية، وكذلك العمل على إدماج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، من خلال التنسيق بين المختصين فى مجالى الإعلام والتعليم.

٢- إطلاق منصة إلكترونية لدعم الهوية المصرية:

وهى منصة إلكترونية تعمل على إنتاج مجموعة واسعة من البرامج الوثائقية والتسجيلية والدرامية التى تنقل مختلف جوانب الثقافة المصرية وموروثاتها التراثية للشباب بعدة لغات، على أن تشمل على قاعدة بيانات ثقافية تتيح

الخلاصة:

يظهر الإعلام الجديد كمجال واعد، يتربع المستهلك على عرشه، إذ تتعدد أمامه الاختيارات والإمكانات، كما يُعد شريكاً فاعلاً فى صناعة المحتوى وتداوله. ويمتد الإعلام الجديد، ليُجدد الإعلام التقليدي والمؤسسات الإعلامية القائمة، ويدفعها نحو المزيد من التواصل مع جمهورها، كما يبتكر خدمات إعلامية متجددة.

وإذا كانت قضية «دور الإعلام فى الهوية الوطنية والقيم ونماذج القدوة»، من القضايا المهمة التى اجتهد الباحثون فى دراستها، فإن الإعلام الجديد عمومًا يبقى قطاعاً واعداً، من الصعب التنبؤ بمستقبله وتحولاته، ورغم ذلك، فقد تحقق من التراكم ما يكفى لتعرف توجه العام، وسماته الأساسية التى تسمح نسبياً بمعرفة تأثيره على القيم وما يفرضه عليها من تحولات؛ لكن الحديث عن القيم فى الإعلام الجديد ينبغى أن يتوخى أقصى درجات الحذر؛ لأن الأمر يتعلق بمجال جديد فى طور التشكل، الثابت فيه هو التغير المستمر. صحيح أننا نتحدث عن الإعلام الجديد بحفاوة بالغة، مردداً الانبهار بإمكاناته التى لا تنتهى وتجدهد المستمر؛ لكن إعجابنا بالإعلام الجديد مازال لا يخفى عدم إدراكنا أبعاده الحقيقية وخصائصه وما تفرضه على حياتنا من تحولات معظمها كامن عصبي عن الإدراك، ويحتاج لمزيد من البحوث والدراسات العلمية الجادة.

وأخيراً يجب تأكيد أن تعزيز الهوية الوطنية وبناء المواطن المصرى ينبغى ألا تكون وظيفة موسمية ترتبط بمناسبات وطنية ينشط فيها الحديث عن حب الوطن عبر وسائل الإعلام وتنسى باقى العام.

الموامش :

- (1) Palys, T., Research decisions: Quantitative and qualitative perspectives, 4th. Ed, (ON: Nelson, Toronto, 2017), p.34.
- (2) كمال التابعى، الاتجاهات المعاصرة فى دراسة القيم والتنمية، دار المنارة، القاهرة، ١٩٨٥م، ص٤٤.
- (3) سامية عواج، تأثير الإعلام التفاعلى على منظومة القيم الاجتماعية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد ٢، العدد ٢٠١٨م، ص ٥٠.
- (4) شيرين جمال حسن، الإعلام الرقوى وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، يناير ٢٠٢٤م، ص ١٢١٢-١٢٨٨.
- (5) Al-Miqdadi, G., "Social Network Revolution - Social Media Sites and Dimensions", Dar Al Nafees for Publishing and Distribution, Amman, 2014, p.35.
- (6) هناء النابلسى، مواقع التواصل الاجتماعى وأثرها على الشباب الجامعى: دراسة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية عمادة البحث العلمى، المجلد ٤٨، العدد ٣، سبتمبر ٢٠٢١م، ص ٣٧٤-٣٩٧.
- (7) AlMazhara, M., "Communication Theories", Al-Masirah Publishing & Distribution, Amman, 2012, p.181.
- (8) Hwang, H. "Benefits and Challenges of Social Networks in Kazakhstan", International Journal of Software Engineering & Its Applications, Australim Science & Engineering Research, Support society, Vol.7, No.4, July 2013.
- (9) Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G., & Gilani, S. M. F. S., The impact of social media on youth: a case study of bahawalpur city. Asian Journal of Social Sciences & Humanities, 3(4), 2014, pp.132-151.
- (10) Ovie, O. V., & Majority, O. J. I. The Influence of Social Media on Moral Values and Group Norms among Secondary School Students A Study of Delta State, International Journal of Social Science Humanity & Management Research, Vol.3, No.5, 2024, p.484.
- (11) جيلان شرف، اعتماد الشباب على وسائل الاتصال فى تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (١٦)، ٢٠١٨م، ص ١.
- (12) أيمن محمد عدلى، استخدام الخطاب الإعلامى لترسيخ مفهوم الهوية الوطنية وتعزيزه فى رفع الوعى المجتمعى: دراسة وصفية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقوى، العدد الثالث، يناير ٢٠٢٣م، ص ١٧٦.
- (13) أحمد أحمد عثمان، تعرض المراهقين فى مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٣، ج ١، أبريل/ يونيو ٢٠٢٣م، ص ١٥٧.
- (14) Williams, K. Social networks, social capital, and the use of information technology in the urban village: A study of community groups in Manchester, England. Chinese Journal of Library and Information Science, Vol, 4(3/4), 2011..
- (15) Aboulez, N. M. Superhero v bystander effect: Effects of fictional and non-fictional media priming on situational altruism, Master Thesis, American University in Cairo, 2016.
- (16) Habib, M. Y. The Impact of Media Violence on Social-Trust levels among Egyptian Youth: Using General Aggression Model (GAM). Journal of Media and Interdisciplinary Studies, 1(1), 2022, pp.5-34.
- (17) Anderson, C. A., & Bushman, B. J., Media violence and the general aggression model. Journal of Social Issues, 74(2), 2018, pp.386-413.
- (18) شريف نافع، استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعى فى الحملات الإعلانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٢٠١٩، العدد ١٨، يوليو ٢٠١٩م، ص ١٢٨.



دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة

أ.د/ سامى عبد العزيز

دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة

■ أ.د/ سامى عبد العزيز

أستاذ الإعلام، وعميد كلية الإعلام السابق - جامعة القاهرة

المستخلص:

يؤثر الإعلام في بناء الإنسان عبر تعزيز انتمائه الوطنى وتثقيفه وتعريفه بحقوقه وواجباته، وفي بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الناس في المشاركة بفاعلية في عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية، ويملك الإعلام بوسائله المختلفة سلطة التأثير على الرأى العام والعمل على تغيير الأنماط السلوكية للجماهير عن طريق محاربة السلوكيات التي يسعى المجتمع لوقفها أو تعديلها، والمعاونة في إرساء قيم وبناء سلوكيات جديدة يراد لها أن تسود المجتمع، ومن ذلك ما ينبغي أن يقوم به من دور في تنمية الانتماء الوطنى على أن يتجسد ذلك في صورة سلوك يدعم بناء الوطن وتقدمه. وفي ضوء ذلك، بالإضافة للتحويلات المختلفة التي طرأت على المجتمع المصرى وتعامله مع وسائل الإعلام- سواء التقليدية أو الحديثة- تتضح أهمية إجراء دراسة حول دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الشخصية، القدوة.

The Role of Media in Building National Identity and Promoting Role Models

■ Prof. Dr. Sami Abdel Aziz

Professor of Media, Former Dean of the Faculty of Media - Cairo University

Abstract:

Media plays a vital role in shaping individuals by enhancing their national identity, educating them about their rights and responsibilities, and fostering their sense of belonging. It contributes to societal development by promoting perspectives and ideas that enable people to actively participate in development processes and strengthen national cohesion.

Through its diverse platforms, media wields the power to influence public opinion and transform behavioral patterns by combating undesirable behaviors, promoting values, and instilling new societal norms. Among its critical roles is fostering national identity, translating this into behaviors that support the nation's growth and progress.

Given these roles, along with the various transformations in Egyptian society and its interaction with both traditional and modern media, the importance of studying the role of media in building national character and promoting role models becomes evident.

Keywords: Media, character, role models.