

استشراف

جمعية استشراف للدراسات والاستشارات

FORESIGHT ASSOCIATION FOR STUDIES AND CONSULTATIONS

وسائل التواصل الاجتماعي وتحولات التأثير الإعلامي والتربوي في المجتمع



منتدى وسائل التواصل الاجتماعي وتحولات التأثير الإعلامي والتربوي في المجتمع

المتحدثون

1 د. سالم بن سعود الشلاقي

خبير التربية والتعليم

2 د. الجوهرة بنت عويض المطيري

أستاذة الإعلام بجامعة الملك سعود

3 د. نايف بن محمد القرشي

أستاذ التربية بجامعة أم القرى

4 د. عز الدين بن سليمان المطيري

أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود

أدار المنتدى

د / عادل بن عبدالقادر المكينزي

أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود

<https://www.youtube.com/watch?v=aDt6FvCh5Ns>

الفهرس

4	مقدمة
5	تشكُّل الرأي العام في منصات التواصل الاجتماعي:
10	كيف يتكون الرأي العام الرقمي؟
15	بين التربية التقليدية والتحصين الرقمي
18	العزلة الرقمية مقابل التواصل الظاهري
33	نحو توازن اجتماعي في ظل الحضور الرقمي الكثيف
41	كيف يسهم التحصين الرقمي في حماية الشباب من الانحرافات الفكرية والسلوكية
43	دور المواطن في التوعية وتوجيه الرأي العام
45	خاتمة

مقدمة:

تُعدُّ وسائل التواصل الاجتماعي اليوم المحرك الأساسي لإعادة تشكيل الوعي الجمعي؛ حيث تجاوزت كونها مجرد أدوات للدردشة لتصبح فضاءات جيوسياسية وثقافية معقدة، وإنَّ التحول من الإعلام الموجَّه إلى الإعلام التشاركي لم يغير فقط طريقة استهلاكنا للمعلومة، بل أعاد صياغة الهياكل التربوية والاجتماعية في العمق. ويتميز الرأي العام الرقمي بكونه أفقيًا وعفويًا، عكس الرأي العام التقليدي الذي كان يُصنع في كواليس المؤسسات الرسمية، وفي المنصات الاجتماعية، يمتلك الفرد القدرة على إطلاق «ترند» قد يغير مسار قضية كبرى في ساعات، هذا الرأي يتسم بالسرعة الفائقة، وتجاوز الحدود الجغرافية، والقدرة على الحشد الفوري؛ مما يجعله قوةً ضاغطةً لا يمكن تجاهلها من قبل المؤسسات السياسية أو الاقتصادية.

وفي ظل هذا الانفتاح، يصبح التحصين القيمي هو خط الدفاع الأول، ولا نعني به الانغلاق، بل بناء منظومة معايير داخلية لدى الفرد تمكنه من فرز الغثِّ من السمين، وهو عملية بناء بوصلة أخلاقية صلبة تحمي الهوية الثقافية من الدوبان في سيولة المحتوى الرقمي الذي قد يصطدم مع الثوابت المجتمعية، ولم

تعد التربية التقليدية القائمة على التلقين والمنع مجديةً في عصر الفضاءات المفتوحة، والتحوُّل الجذري يكمن في الانتقال من الرقابة الخارجية (سلطة الأهل والمدرسة) إلى الرقابة الذاتية (التحصين القيمي)، والتربية الحديثة مطالبةً اليوم بتعليم الأبناء كيف يفكرون لا بماذا يفكرون، لتمكينهم من نقد المحتوى الرقمي وتفكيك رسائله المبطنة.

إنَّ المواطن اليوم لم يعد مستهلكاً سلبياً، بل هو صحفيٌّ ومحلٌّ ومؤثر تقع على عاتقه مسؤولية أخلاقية في الثبوت من الروايات قبل نشرها، ورفض خطاب الكراهية، والمشاركة الإيجابية التي تخدم الصالح العام، وإنَّ المواطنة الرقمية هي الرهان الحقيقي لاستعادة فضاءٍ رقميٍّ صحيٍّ وآمنٍ للجميع.

تشكُّل الرأي العام في منصات التواصل الاجتماعي:

إنَّ موضوعنا اليوم يمسُّ قلب التحولات التي نعيشها، نحن لا نتحدث عن أدوات فقط، بل عن بيئةٍ جديدةٍ تُعيد توزيع القوة الرمزية في المجتمع، وتُعيد تعريف المؤثر، والمتلقي، والقدوة، وغيرها من الموضوعات. ويتشكل الرأي العام في منصات التواصل الاجتماعي تحديداً من خلال تفاعل عاملين رئيسين:

■ تكرار الرسائل عبر الخوارزميات.

■ الخصائص الفريدة للبيئة الرقمية المتمثلة بالتفاعلية، والسرعة، والعالمية، والمشاركة.

كل هذه الميزات والخصائص ساعدت على تعزيز وقوة التأثير الاتصالي إلى ظهور رأيٍ عامٍ مُتجددٍ، ومُتغيرٍ، ومُتعدد المراكز، ويختلف جذريًا عن الرأي العام في النموذج التقليدي. وعندما نتكلم عن منصات التواصل الاجتماعي بديهيًا نذهب الى الأرقام، وجميعنا نعرف أن الأرقام ليست فقط بيانات، بل تكمن خلفها قصصٌ قابلةٌ للتفسير والقياس، وفي آخر إحصائية لمنصات التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي لعام (٢٠٢٥م) التي تشير إلى عدد مُستخدمي منصات التواصل الاجتماعي حيث يصلون إلى أكثر من ٣٤ مليون مُستخدم، وهذا التوسع الكمي بالأرقام يشير إلى أن هناك بيئةً اتصاليةً قائمةً على ما يُسمى بالبيانات الضخمة التي تُضخ في منصات التواصل الاجتماعي، وهي تمثل البنية الأساسية في تشكيل الرأي العام الرقمي المعاصر.

تشير البيانات الضخمة التي يتم ضخها خلال ٦٠ ثانية، أي بمعنى خلال دقيقة إلى أرقامٍ مُربعة؛ على سبيل المثال في منصة X هناك أكثر من ٤ ملايين منشور خلال دقيقة واحدة، وهذه

البيانات الضخمة كما ذكرنا تمثل قوةً مركزيةً في بناء الرأي العام الرقمي، ونكون جميعنا في الرأي العام الرقمي كالحشود الرقمية بشكل عام، وهذه الحشود خاصيةً إنسانيةً فنحن كبشر لا نستطيع أن ننزل عن العالم، دائماً نكون موجودين حتى في العالم الافتراضي بعلاقاتٍ شبكية، بالتالي نحنُ كائناتٌ شبكيةٌ نعيش مع مجموعات المستخدمين في العالم الافتراضي، ونتجاذب أطراف الحديث حول قضايا مُعينة ذات اهتمامٍ مشترك؛ فالحشود الرقمية في وسائل التواصل الاجتماعي مُهمّةٌ، ومن خلالها نفهم الواقع من حولنا.

كيف للرأي العام الرقمي أن يتميز تحديداً في منصات التواصل الاجتماعي؟

تلعب منصات التواصل الاجتماعي اليوم دوراً أساسياً جداً في تشكيل الرأي العام الرقمي؛ لما لديها من مزايا تنافسية في مقدمتها:

- الفورية المطلقة في نقل الأحداث؛ فنواكب الأحداث اليوم لحظةً بلحظة.
- كسر الاحتكار الموجود في التوقيت الإعلامي التقليدي.
- التفاعلية غير المسبوقة في الإعلام وتحديداً منصات التواصل الاجتماعي.

واليوم المتلقي ليس جمهوراً سلبياً، بل مُشاركاً، نشطاً، يُساهم

ويُساعد ويُنشأ، وله أيضًا دورٌ حيويٌّ في صناعة الرأي العام. وإضافة إلى الكونية في النشر، فاليوم الرأي العام يتجاوز الحدود الجغرافية ليس في منطقةٍ مُعينة، اليوم نقدر أن نتشارك في رأي عام رقمي يتجاوز الحدود الجغرافية لمنطقتنا مثلاً في المملكة العربية السعودية. نريد أن نوضح إطاراً تحليلياً يفسر كيف تشكّل الرأي العام في البيئة الرقمية علمياً؛ فلقد تشكّل من خلال مجموعةٍ من المكونات في مقدمتها:

■ **البنية التحتية الرقمية:** والتي هي اليوم تلعب دوراً أساسياً في انتشار الرسائل، وترتيب أولويات ظهور المحتوى، وتعزيز بعض القضايا على حساب أخرى. وهذا كثيراً ما يؤثر مباشرةً في تشكيل الرأي العام.

■ **القوة الفاعلة:** وهم المؤثرون، أو القادة الرقميون، أو النخب الثقافية الإعلامية سواء كانت هي أو حتى الحسابات الرسمية الموجودة على منصات التواصل الاجتماعية أو الشبه الرسمية.

وكل هذه القوى، والأطراف تأخذ شرعيتها في التأثير إما من مكانتها الاجتماعية، أو خبرتها التخصصية، أو قربها أيضاً من دوائر القرار، وعادةً تكون لديها القدرة على التفاعل مع القضايا الأكثر تداولاً، وتستند هذه القوة تحديداً إلى كثافة المتابعين لديها

وإلى موقعها المركزي داخل الشبكة الرقمية أثناء النقاش في الرأي العام الرقمي، ومن خلال تحويل المعلومات إلى آراء، وإلى مواقف، وإلى أنماط سلوكية، فصارت اليوم عندنا أفعالاً رقمية؛ كالنشر، والمقاطعة، والدعم، هذه كلها حراكٌ رقميٌّ، وتعكس هذه العمليات أن الطابع التراكمي والتفاعلي لتكوين الرأي العام الرقمي واضحٌ جدًا وفَعَّالٌ في منصات التواصل الاجتماعي. وآخر هذه المكونات الأطر الزمنية للسياق لهذه القضايا أو المواضيع التي تُثار في الرأي العام الرقمي سواءً اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية؛ إنها تعمل كمُحفزٍ لارتفاع كثافة النقاش في قضايا مُعينة، تُسرّع في تشكيل المواقف والاتجاهات الرقمية، وهذا يُشير إلى أن كل هذه المكونات تُظهر لنا نمطًا جديدًا من الرأي العام له قوانينه، ويتميز بالجدية، وبالتجدد، والتعدد، وكذلك عدم المركزية.

هذه إحدى أشكال الرأي العام على منصات التواصل الاجتماعي بأشكالٍ مختلفة، وعندما نقول الرأي العام تحديدًا مثلًا على منصة X نحن نتعرف عليها من خلال ماذا يدور حولنا؟ ما أكثر المواضيع تداولًا؟ ما التردد الذي يتم تداوله؟ وعادةً يتجمع المستخدمون -تحديدًا في منصة X- حول قضايا أو مواضيع مُهمّة عبر كلمات مُفتاحية يستخدمونها؛ ومن ثم يستخدمون وسم أو الوسم رمز «الهاشتاج»، هذه «الهاشتاجات» (Hashtags) أو الوسوم

تحديداً، هي قضية أثارت اهتمام الباحثين وتمت دراستها بشكلٍ مُعمق، وعادةً ما يكون فيها الرأي العام الرقمي تحديداً، حتى أنه أصبح هناك علمٌ يُسمى «هاشتولوجي» (Hashtag ology)؛ لدراسة هذه الظاهرة، ومعرفة كيف يجتمع الناس في هذه الوسوم، وكيف يُثيرون هذه القضايا بشكلٍ مُختلف.

كيف يتكون الرأي العام الرقمي؟

كما هو واضح أماننا عملياً على أرض الفضاء الرقمي، تتكون القضية ويناقشها المهتمون فيها، بعدها يتم تداولها عبر مُستخدمين، ثم بعد ذلك يتكون جمهورٌ آخر يتفاعل مع الجمهور الأول، حتى تُصبح هناك علاقةٌ أو شبكةٌ مُتفاعلة فيما بينهم. وأهم أشكال الشبكات الاجتماعية أو «الحشود الرقمية» التي من خلالها يتشكل الرأي العام الرقمي في منصات التواصل الاجتماعي والأكثر تداولاً هي:

- **الجماهير المُستقطبة:** وهي عادةً في القضايا الجدلية التي تكون سياسية، أو رياضية يكون فيها هذا النوع من الرأي العام الرقمي.
- **الجماهير المُتماسكة:** وهي عادةً التي يكون فيها المستخدمون لديهم اهتمامات مُشتركة فيكونون شبكةً اجتماعيةً كثيفةً

مُترابطةً فيما بينهم.

- **العناقيد المجتمعية:** وهي الأكثر تأثيراً وهذه عادةً تكون الأكثر تكراراً؛ فهي عبارة عن مجموعة من المستخدمين يتربطون أو يتحدثون في عملية متعددة الاتجاهات، يكون فيما بينهم مؤثرون وفاعلون مُشتركون، فيكون الحوار مُتعدد الاتجاهات وتكون هذه المجتمعات مرتبطةً جزئياً.

هذا شكلٌ من أشكال الرأي العام في وسائل التواصل الاجتماعي؛ كل هذا الرأي العام الموجود على وسائل التواصل الاجتماعي له بُنيةٌ خفيةٌ نحاول أن نسلط عليها الضوء بشكلٍ سريع. وأبرز ما نتكلم عنه عملية التأثير الرقمي، وهي عبارة عن مُعادلةٍ تجمع بين جودة المحتوى، وقوة انتشاره، والتفاعل الآني الذي عادةً يكون مدفوعاً بالخوارزميات، إضافةً إلى المصادقية والقيادة الرقمية التي تتراكم بمرور الوقت.

وهذا يؤكد أن التأثير الرقمي، أو التأثير الشبكي الفاعل يعتمد على تكاملٍ في المحتوى، إضافةً إلى الخوارزميات التابعة لكل المنصات على اختلافها؛ أي التفاعل والمصادقية في شبكة اتصالية واحدة. ولدينا أمثلةٌ على قضايا أثّرت بالرأي العام الرقمي تحديداً، لدينا في السياق السعودي تحديداً في منصة X منها مثلاً تعود لعام

(٢٠١٦م)، أعتقد الجميع إذا استرجع ذاكرته يذكر أنه كان فيديو لمواطنٍ مُستاءٍ مثلاً من بعض الخدمات، أو يطلب خدمةً صحيّةً في بعض مناطق المملكة. وكان الوزير في ذاك الوقت هو الخطيب، وانتقلت هذه القضية من الرأي العام على منصات X إلى تطبيقٍ على أرض الواقع. أيضاً لعام (٢٠٢٥م) قضية موظف (شاورمر) الذي ظهر في فيديو وتفاعلت معه شخصيات لها ثقلها وهي مؤثرة في منصات التواصل الاجتماعي، فأصبحت رأياً عاماً ثم بعد ذلك انتقل تأثيرها إلى أرض الواقع. ونذكر مثلاً عالمياً لرسالة، أو دراسةٍ لتحليل الرأي العام الرقمي عالمياً حول وسم (بشت) الذي أثار الجدل عندما ارتدى ميسي البشت في كأس العالم لعام (٢٠٢٢م) المقام في قطر، وهذا التفاعل في الرأي العام الرقمي اتسم بالساعات الأولى بتأطيرٍ سلبيٍّ من وسائل الإعلام العالمية، فسرتُ الحدث كنوعٍ من أنواع الغسيل الرياضي، وكان هناك دورٌ لمجموعة من المؤثرين العرب في الوسم؛ بدأوا في عملية تفسير معنى المشهد والمعنى الرمزي للبشت في الثقافة الخليجية كرمزٍ للاحترام والتقدير، وخلال ٢٤ ساعة في الوسم (بشت) أعاد تشكيل أيضاً الاتجاهات الإعلامية العالمية للمؤسسات الإعلامية عالمياً؛ وذلك بأن بعضاً من الصحف التي كانت قد نشرت بعضاً من منشورات فيها نوعٌ من العنصرية قامت بحذف هذه المنشورات، وهذا يؤكد قوة تأثير الرأي العام

الرقمي، وكيف أنه يمتد على أرض الواقع أيضاً.

التحصين القيمي:

ستتکلم عن الضبط الخارجي الضبط التقني، ونتجاوز مثلاً ضبط القانون الأسري في الأسرة مثلاً في استخدام الأجهزة وأماكن استخدامها وأزمنة استخدامها، كذلك الرقابة الأبوية التقنية مثلاً أو التقليدية الإرشادية، إلى الانتقال إلى كيف نبني الداخل عند الأبناء؟ كيف نبني الأطفال من داخلهم؟ كيف نبني أبناءنا وبناتنا من الداخل؟ وهذه هي فكرة التحصين القيمي وبناء المناعة الداخلية.

أولاً: ما التحصين القيمي ولماذا؟

نحن نتكلم عن قيمٍ مناعيةٍ مُحددة، هذه القيم عند بنائها نبنى معها الحصانة الداخلية، نحن نقول: التربية والتحصين القيمي ليس تربيةً يوميةً عابرةً أو نصائح تُقال وقت الأزمات؛ هذا ليس التحصين القيمي، هذا توجيهٌ خارجي، ولا ننفي عنه صفة الأهمية، لكنه ليس الجوهر في العملية التربوية. عندنا هدفٌ وهو أن نبنى جهازاً مناعياً قيمياً يعمل تلقائياً؛ فعندما يغيب المربي، يغيب الأب أو الأم أو يغيب المراقب، يكون الأبناء هم من يحمون أنفسهم برغبةٍ داخليةٍ، بقيمٍ داخليةٍ، بحصنٍ قيميٍّ داخلي، هذه هي فكرة التحصين القيمي.

لماذا نحتاج التحصين القيمي؟ لأننا اليوم نتكلم عن ٧٢٪ من المؤثرات الخارجية تتجاوز سلطة المربي؛ فالمحتوى الرقمي الخارجي الذي يمكن أن يكون كمدخل إلى الأبناء أو كمؤثر في الأبناء يتجاوز حدود السيطرة ويتجاوز حدود الرقابة الخارجية؛ ولذلك التوجيه الخارجي لم يعد قادرًا على مجازاة حجم هذه المؤثرات، والأبناء اليوم يحتاجون قرارات تفوق جاهزيتهم، تفوق قدرتهم على ضبط أنفسهم. توجد دراسات تقول إنهم يحتاجون ٣٥ قرارًا حساسًا يوميًا، مثلاً لو قارنا العناصر التالية بين جيلنا السابق وجيل اليوم؟ في مصادر التأثير كانت في الأول محدودة جدًا في المجتمع وفي الأقران وفي الأشياء التي تتكلم عنها كتب أصول التربية سابقًا. وفي طبيعة المخاطر كيف كانت سابقًا وكيف هي الآن؟ كيف شراستها؟ وفي دور الأسرة الذي تضاعف كذلك؛ كلما زادت المؤثرات الخارجية والتكنولوجية والتقنية تضاعف دور الأسرة وصار أقل، إلا أن يكون للأسرة دورًا قويًا جدًا في بناء الجوهر القيمي الداخلي في الأبناء، ولذلك في زمن الانفتاح تراجع دور الأسرة؛ التحصين القيمي بات ضرورة لا خيارًا تربويًا فقط.

التحصين القيمي يعني بناء قيمٍ مناعيةٍ داخلية؛ لذلك نحتاج أنه نلتقط القيم المناعية أو مصفوفة القيم المناعية، ثم نركز على هذه القيم ونبنئها في داخل أبنائنا حتى تتحول هذه القيمة

إلى جزء أصيل ذي جذور عميقة في نفسه تعبر عنه ويرهاها الطفل جزءاً من هويته، حتى يستطيع مواجهة الضغوط والمؤثرات التي تؤثر في اتخاذ القرار القيمي الصحيح في ظل الرقابة الخارجية. إذاً هي مصفوفة قيم؛ على سبيل المثال: محبة الله، الخشية، ضبط الذات، الضبط الداخلي، العفة؛ هذه القيم، قيمٌ مناعيةٌ حقيقة.

بين التربية التقليدية والتحصين القيمي:

الفرق بين التربية التقليدية التي هي مبنية على التوجيه والمعالجة اللحظية للأخطاء المرصودة في نظرنا، أن الأخطاء اليوم غير المرصودة هي الأكثر حقيقة؛ فالأشياء التي نراها في الشاشات أو تتفاعل معها في الشاشات أو العلاقات التي نبنينا في الشاشات أو في وسائل التواصل أو في الأجهزة هي شيءٌ يفوق رؤيتنا أو تصورنا، نحن جالسون نرى سلوكيات ظاهرة اليوم، ونعالجها بطريقة تقليدية، أو توجيهٍ لم يعد مُجدياً بشكلٍ كبيرٍ، اليوم نحتاج تحصيناً قيمياً.

تقوم التربية التقليدية على الأوامر والنواهي، بينما التحصين القيمي يُحوّل القيم إلى قوةٍ داخليةٍ بحيث تكون قوة القيم هي التي تُحدد اتخاذ القرارات، أو تُحدد كيف نتصرف في هذا الموقف، والتربية التقليدية تُعنى بالضبط الخارجي؛ فالسلوك الظاهر يكون منضبطاً وكل شيء يسير بشكلٍ مميز، لكننا لا نعرف ما الذي يحدث في

الداخل، لا نعرف الأشياء التي صارت في الخفاء، السلوك الخفي في وسائل التواصل والعلاقات هي أكثر بكثيرٍ من السلوك الظاهر، في السلوك الظاهر اليوم تجد الطفل منطفئًا والابن منطفئًا والبنات منطفئَةً ومعهم جهاز الجوال؛ السلوك كله غير ظاهر، هو على شاشة هذا الجهاز. والتحصين القيمي يعمل على الضبط الذاتي النابع من الداخل، إن التربية التقليدية هي استجابةٌ للمشكلات، بينما التحصين القيمي هو بناءٌ وقائيٌ قبل ظهور المشكلات؛ إذًا نحن نبنى الجانب الوقائي حتى لا تحدث هذه المشكلة أو لا يحدث هذا الانحراف لا قدر الله.

والتربية التقليدية تتناول قيمًا غير مُتجذرة، سلوكياتٍ ظاهرةً لكن ليس لها جذور معرفية وجدانية مُتجذرة داخل النفس الإنسانية عند أبنائنا، لكن التحصين القيمي يُعنى ببناء قيمٍ مناعيةٍ راسخةٍ في الهوية، ولذلك عندنا آليةٌ لبناء وترسيخ هذه القيم كذلك. وفي التربية التقليدية يكون الاعتماد على المربي بينما في التحصين القيمي الاعتماد على الذات في لحظة الاختيار؛ حتى في ظل غياب المربي يرجع الطفل إلى ذاته، يُصدر هذا القرار وهذا الاختيار في ضوء ما يُملِّيه عليها الداخل. هل الضمير قويٌّ؟ هل الرقابة الذاتية قويةٌ؟ هل هذه المعايير الداخلية قويةٌ أم أنها ركيكةٌ وتنساق وتطاول الخارج بشكلٍ كبير؟ التربية التقليدية هي سلوكٌ مُراقبٌ في النهاية، بينما

التحصين القيمي هو قرارٌ قيميٌّ يعمل بلا رقابة؛ إذا التحصين القيمي يهدف إلى أن يستقيم الابن حين لا يراه أحد، وإذا كانت المنصات تشكّل التأثير بسرعةٍ وبُنيةٍ خفية، فالتوجيه الخارجي وحده لم يعد كافيًا. الحل هو التحصين القيمي وبناء مناعة داخلية تعمل تلقائيًا، ليس موعظةً عابرةً ولا رقابةً مؤقتة بل قيمٌ تُغرس، وتحوّل لهوية، وضبطٌ ذاتي، واختيارٌ صحيح، حتى لو لم يره أحد.

وفي معرض حديثنا عن التقنية والتكنولوجيا والتعامل معها ينبغي أن نستصحب هذا الشعور وهذه المعلومة؛ أن الطفل والمراهق هو شريكٌ تقنيٌّ وصانعٌ للتقنية، حتى يفهم الطفل والمراهق أن وسائل التواصل والتقنية بشكلٍ عامٍ ليست للعب فقط، وإنما هي للبناء، وللثراء، وللمعرفة، وللتزود بالعلم.. وغير ذلك؛ وبالتالي حتى موضوع اللعب موجودٌ، ولكن لا يظن الطفل أو المراهق أن التقنية فقط تقتل الوقت من خلالها، أننا فقط نمارس الألعاب؛ يجب أن تكون هذه ثقافةً نبنيها.

العزلة الرقمية مقابل التواصل الظاهري:

العزلة الرقمية: هي انشغال الفرد بالعالم الافتراضي على حساب العلاقات الواقعية، وهنا ينبغي أن نستصحب التوازن؛ لأن الشخص إذا أوغل في التقنية وأصبح التعامل الافتراضي يأخذه بشكل كامل عن الواقع وعن التواصل الظاهري، فهنا تكمن المشكلة الحقيقية حيث يكون الشخص موجوداً جسدياً وغائباً ذهنياً، وبالتالي ضَعَفَ الحوار الأسري؛ تجد الأسر داخل البيت الواحد، في جدران واحدة، ولكن كلٌّ منهم في عالم افتراضي آخر؛ فهناك فجوات داخل الأسرة بين الزوجين، بين الأبناء والأسرة، والأب والأم كذلك، وتجد الشخص يفضل الهاتف على الجلسات العائلية، تجد الهاتف يأخذه بل يسرقه، وحتى لو كانوا في جلسة واحدة، بل بعض الأزواج يكونون في كافيه أو غيره وكل واحد يمسك الهاتف ويتواصل في عالمه الرقمي الخاص؛ فهنا المعضلة الكبرى حيث نصل إلى مرحلة صعوبة التعبير عن المشاعر بشكل مباشر؛ مما يسبب لهذا الشخص عزلة اجتماعية وضعفاً في النواحي الوجدانية، وبالتالي يؤثر على ثقة الطفل والمراهق بنفسه، ولا تكون عنده القدرة في التواصل، فتجده لا يستطيع تحمل النقد، ولا يستطيع التركيز، ولا يستطيع التفاعل والتعاطف مع الآخرين وبناء الرحمة؛ فنحتاج أن نلتفت لهذا الجانب.

مقارنة بين التواصل الظاهري والتواصل الرقمي:

تسيطر في التواصل الظاهري لغة الجسد؛ ونبرات الصوت أحياناً تكن واضحة، أما التواصل الرقمي فيمكن أن تكون فيه رموزٌ تعبيريةٌ (الإيموجي) وغيرها. في الظاهري هناك عاطفةٌ مباشرة؛ فالقرب يولد حميمية، بينما هناك تفاعلٌ سريعٌ، ولكنه سطحي. في الحضور بناء العلاقات عميقاً، وهناك تكون علاقاتٌ واسعةٌ كبيرةٌ ومتباعدة، ولكنها غالباً تكون هشّةً وسطحية؛ فنجد كثيراً من المشكلات أحياناً تنشأ في جروبات (Groups) الواتساب أو في التواصل بين اثنين وحديثهم عادي، لكن لأنك لا ترى لغة جسد الآخر ولا تسمع نبرات صوته، فقط كتابة -وليس كل الناس مُحترفين فيها- فإذا كتبت كلمة مُزحة ضع معها إيموجي (Emoji) يبين أنك تضحك، وهنا تتعجب، وهنا كذا إلخ؛ حتى يفهم الطرف الآخر أنك تُمازحه، فقد يظن أحياناً أنك جادٌ في الحديث.

في بناء علاقات: يتعلم الطفل التواصل الحقيقي من خلال النموذج المباشر وليس من خلال الصورة الافتراضية، حتى اللغة؛ أحياناً بعض الآباء والأمهات يضعون أطفالهم أمام شاشات ويقولون خليهم يتعلمون اللغة، الطفل إذا لم يكن هناك حوارٌ مُباشر وأخذ وعطاء، خاصةً أن يكون حاضراً أمامه. ونقول للآباء والأمهات:

وأنتم تتحدثون مع أطفالكم الصغار انزلوا إلى مستواهم وتحدثوا، واجعلوا المسافة بينكم وبينهم بسيطةً حتى يكون هناك نوعٌ من التأثير، تخيل معي لو أن واحدًا فوق سطح بناءٍ عالٍ والآخر في الشارع ويتحدثون مع بعضهم، سرعان ما ينقطع الحديث تمامًا؛ لأنه لا يوجد تواصلٌ مباشرٌ بينهم.

تأثير الألعاب الإلكترونية على عقل الطفل والمراهق:

كلنا يعرف تأثيراتها على الدماغ، على البصر، على النواحي الانفعالية وغير ذلك، ومن الآثار السلبية الإدمان السلوكي؛ وهذه إشكاليةٌ كبيرةٌ إدمانٌ سلوكي ولا إرادي، وبالتالي تأثيراتٌ كبيرة، وذهاب كثيرٍ من الوصلات العصبية، وتأثيراتٌ سلبيةٌ على كافة الجسد، واضطرابات النوم؛ فالنوم مُتقطعٌ وغير مُريح، وزيادة السلوك العدواني في بعض الألعاب، وكذلك ضعف التركيز والتحصيل الدراسي، وهذه الإشكالية في الحقيقة يجب أن نتنبه لها. فأحيانًا لا تكون المشكلة في اللعبة ذاتها، وإنما في المدة الزمنية التي يقضيها الطفل المراهق مع اللعبة، كذلك المحتوى، وغياب الرقابة.

هناك في الدماغ ذبذباتٌ، وهذه الذبذبات في الثانية الواحدة تصل من ١٤ إلى ٢٨ ذبذبة في الثانية الواحدة في الأمور الطبيعية التي يكون الإنسان فيها مع أحد، أو يستمتع بمشاهدة

أجواء جميلة؛ تكون أحياناً من ١٣ إلى ١٤ ويكون الإنسان مرتاحاً، لكن المشكلة إذا كان يلعب لعبة إلكترونية! الجسد واقف، والعقل هو الذي يشتغل وهناك شدُّ وتركيزٌ مثل ألعاب السرعة، وألعاب المطاردات وغيرها فهنا يصبح الدماغ أمام إجهادٍ عالٍ؛ تخيل معي خمس دقائق، ثلث ساعة، نص ساعة، ساعة .. هذه تسبب ألماً شديداً لمراكز التذكر، والانتباه، والحفظ وغير ذلك فيصبح هناك نقصٌ في الوصلات العصبية عند الطفل والمرهق، فنحتاج أن ننتبه لهذا الأمر، يوجد مثل عن العلاقات بين الأسرة والانعزالية؛ هناك مقولة بالإنجليزي (Disconnect to be connect)، بمعنى أوقف الاتصال حتى تتصل مع الآخرين.

كيف توجّه الخوارزميات الاهتمام؟

يُعبد الرأي العام تشكيله عبر أدوات سيطرةٍ رقميةٍ تقودها منصات التواصل الاجتماعي، وهذه السيطرة الموجودة في أدوات منصات التواصل الاجتماعي تتمثل في:

- شروط المحتوى، بمعنى أن تحدّد ما يسمح بنشره.
- الخوارزميات، التي تتحكم عادةً في أنها تُرتب الظهور، وتوجّه الانتباه لقضايا معينة.

■ **التأثير الملموس**، الذي يكون عادةً في إبراز قضايا معينة، والإحجام عن قضايا أخرى.

وهذا يُشير إلى أن الخوارزميات في منصات التواصل الاجتماعي لديها ثلاث آليات رئيسية:

١- **الترشيح المسبق للمحتوى.**

٢- **التضخيم** بما يتوافق مع مُيول المستخدم.

٣- **التشكيل** عبر خلق فقاعات معلوماتية تُعيد إنتاج نفس التصورات.

ونتيجةً لذلك فالمستخدم في الرأي العام الرقمي لا يبحث عن المعلومة بجرية، بل هو يتلقى واقعاً رقمياً مُعاداً بناؤه وفقاً لأولويات النظام التقني، ووفقاً أيضاً كذلك لآليات النشر الموجودة لكل منصة، وهذا يؤكد أن الرأي العام الرقمي اليوم هو نتاج تفاعلٍ غير مُتكافئٍ بين المستخدم والمنصة، فالיום أصبحت الخوارزميات عاملاً رئيسياً في توجيه الإدراك وصناعة الاتجاهات كذلك.

حديثاً ظهر لدينا مصطلح يسمّى **الإبادة الرقمية اللغوية**، وهذه تعدُّ من الآليات التقنية التي من خلالها: ■ يتم إخفاء محتوى.

- أو يتم عمل سياسات التضليل.
- أو يصنف الخطاب، أو المحتوى بأنه مخالف لشروط المنصة.

بالتالي أيضاً هناك تضخم في روايات منافسة عبر الخوارزميات التمييزية، أو تُسمّى خوارزميات العنصرية، التي عادةً ترشّح محتوى دون المحتوى الآخر؛ فنرى أنه لا يتم فقط إسكات الخطاب بشكلٍ ما أو الرأي العام بشكلٍ مُباشر، ومن الممكن أن يتم تقليص الرأي العام الرقمي للوصول له أو إضعاف حضوره الشبكي أيضاً، وهذا يؤكد أن تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الرقمي عبر منظومة متفاعلة؛ هذه المنظومة تعتمد على الخوارزميات وبيانات السلوك الجماهيري، فنجد أن المنصات تقوم بتوجيه الانتباه الانتقائي من خلال خوارزميات التوصية، أيضاً تقوم بقياس الاتجاهات العاطفية عبر تحليل المشاعر، وبالتالي أيضاً تسمح بتخصيص رسائل وفقاً لخصائص الجمهور، ومن الممكن أن تضخم رسائل محددة عبر التفاعل الآلي، وبالمقابل نجد هناك خصائص المنصات المحتوى الذكي أو الروبوتات الاجتماعية؛ وهذه تُساهم في سرعة التداول وإعادة إنتاج الرأي داخل دائرة شبكية مُستمرة من التفاعل والتأثير المتبادل. فاليوم لا يقتصر الجمهور على التلقي فقط، واليوم أيضاً من الممكن المشاركة في عملية صناعة المعنى وتوجيه الرأي أيضاً.

نأخذ مثالاً على دور الخوارزميات، فهذه دراسة لحالة الحرب على غزة للباحث السعيد مع باحثين آخرين نشرت الدراسة عام (٢٠٢٥م)؛ هدف الدراسة استكشاف استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي المرتبط بالحرب الإسرائيلية، وقد اكتشفت الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي كانت تُصنف المحتوى الإسرائيلي كخطابات رسمية على أنها أخبار، وبيانات الجيش تُصنفها على أنها معلومات، والحملات الدبلوماسية تُعطيها صفةً شرعية، وصور الصواريخ تراها دفاعاً مشروعاً. بينما على الجانب الآخر المحتوى المتداول عن فلسطين تحديداً، ترى توثيق القصف يصنف عنفاً، وشهادات المدنيين ترى أنها دعاية، وهاشتاجات (Hashtags) التضامن ترى أنه استقطاب، وصور الدمار تصنف على أنها محتوى حساس؛ وبالتالي يتم حجبها في بعض من المنصات. هذا مثال على تحييز خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي.

أيضاً هناك دراسة تكلمت عن دور المؤثرين والتفاعلات في وسائل التواصل الاجتماعي؛ هذه الدراسة كحالة قامت بدراسة القضايا الاقتصادية التي تم إثارتها أثناء انتخابات الرئيس دونالد ترامب حتى عملية التنصيب، أو تم تحليلها تحديداً في منصة X في الفترة الزمنية من ١٥ أكتوبر ٢٠٢٤م حتى ٢٥/١/٢٠٢٥م.

يوجد رصدٌ واضحٌ لهذا التفاعل وتصاعد في النقاشات الافتراضية الرقمية، وهذه لا تحدث بشكلٍ عشوائيٍّ حقيقة؛ فحساسية الرأي العام الرقمي تتأثر على حسب الأحداث عالية التأثير، ففي عملية التنصيب للرئيس ترامب، تصل عملية ذروة الرأي العام الرقمي تحديداً في القضايا الاقتصادية إلى ذروتها، وأهم المتفاعلين في الدراسة التي أُجريت: إيلون ماسك ومجموعةٌ كبيرةٌ من المؤسسات الإعلامية العالمية والمتخصصة في المجال الاقتصادي. أيضاً يظهر لنا من ضمن التحليل الذي لوحظ أن المشاعر السلبية لتفاعل المستخدمين ترتفع بشكلٍ كبيرٍ خلال فترة تنصيب الرئيس ترامب تحديداً حيال القضايا الاقتصادية، ومن ضمن الدراسة تمت الإشارة إلى خصائص المتفاعلين في هذه المواضيع من ناحية الموقع الجغرافي، ومن ناحية كذلك الأعمار للمستخدمين وتفاعلهم مع القضايا الاقتصادية لهذه الفترة الزمنية. أهم ما خرجت به هذه الدراسة أنه من المهم جداً أن نستثمر بالرأي العام الرقمي؛ لأن اليوم الرأي العام الرقمي ليس انعكاساً لآراء الجمهور فقط، بل صار مدخلاً استراتيجياً نفهم من خلاله تحولات القضايا المعاصرة، وتحديداً التحليل الذي قمنا به للرأي العام الرقمي حيث يُساهم في صناعة القرار واستشراف المستقبل أيضاً. وهنا تحديداً تكمن أهمية الرأي العام الرقمي لصناع القرار بوصفه أداةً تحليليةً واستشرافيةً وليس فقط مؤشراً تفاعلياً، إنها

تشكّل خوارزميات تضحّم توجيهًا شبكيًا للرأي العام الرقمي لكن في هذه المرحلة تحديدًا نوضح القيمة التطبيقية لهذه التحليلات في صناعة القرار واستشراف المستقبل. إضافة لذلك نجد أيضًا أن تحليل الرأي العام الرقمي يعمل كنظام إنذارٍ مُبكرٍ يتيح أن نستشرف الأزمات وكيفية حدوث التحولات قبل أن تكون هناك ضغوط سياسية، أو اقتصادية؛ فالرأي العام الرقمي يُغلق الحلقة التي بدأت بالتأثير الشبكي والخوارزمي حتى يصبح مدخلًا استراتيجيًا داعمًا لصناعة القرار السليم.

من أهم النتائج التي نخرج بها: لا بدّ أن تكون هناك وحدةٌ مُتخصصةٌ لرصد الرأي العام الرقمي والسلوك الافتراضي للمستخدمين، حتى يتم معرفة توجُّه الرأي العام، كذلك صناعة القرار بشكلٍ جيد، واليوم انتقلنا من الرصد التقليدي إلى التحليل الاستباقي للرأي العام الرقمي، وهذا يُدعم لنا كثيرًا من القرارات؛ وما يؤكد ذلك أن المؤثرين اليوم وصانعي المحتوى تحديدًا في منصات التواصل الاجتماعي، مع تغير الخوارزميات لكل منصات التواصل الاجتماعي من فترةٍ إلى فترةٍ -ونحنُ في عصرٍ مُتسارعٍ في التقنية- لا بدّ أن يأخذوا في عين الاعتبار أن عملية التأثير هي عملية مُتكاملة من أبعاد الشبكة.

عندما يُشارك اليوم المؤثر في الرأي العام الرقمي، فهل مشاركته في إنتاج محتوى أصيل أم مشاركته فقط تفاعلات (اللايك) وإعادة التغريد؟ وهذه كلها تختلف في عملية التأثير وعملية تأثيره في الرأي العام الرقمي أيضاً، وكذلك تواجهه أيضاً في أبعاد البيانات الوصفية؛ اليوم الرأي العام الرقمي له فترة أو دورة حياة زمنية، يبدأ من البداية ثم يصل لمرحلة (البيك)، ثم بعد ذلك لتغيرات زمنية وصفية؛ فإذا ما تواجد المؤثرون الحقيقيون في عملية إثراء الرأي العام الرقمي أو توجيهه للرأي العام الرقمي وكان لهم دور في البيانات الوصفية، لا يكون لهم تأثير حقيقة في هذا، اليوم المؤثر على منصات التواصل الاجتماعي إذا ما كانت لديه معرفة تامة بالخوارزميات، والتقنية، ومتابعة التغيرات لن يحدث له تغيير ولا تأثير في العالم الرقمي الذي يمكن أن يتباعد التأثير على أنه يكون على أرض الواقع.

نأخذ مثلاً على رؤيتكم لتشكّل الرأي العام؛ وعلى الرغم من أنه شاركت في هذا الموسم مؤسسات إعلامية كبرى (واشنطن بوست، نيويورك تايمز)، لكنها لم تشارك في الإطار الزمني الذي كان للحدث نفسه بشكل جيد فلم تكن لها القوة الرقمية في عملية التأثير. لو نرى أيضاً في عملية المواقع، فهذا هو الرأي العام الرقمي؛ سنجد في كل منطقة علاقاتٍ شبكية متفاعلة فيما بينها،

ونستطيع أن نرى أيها الأكثر تأثيراً، فكلما كبرت الدائرة للعلاقات الاجتماعية كانت الشبكية أكثر تأثيراً؛ فهذه لا بدّ أن تؤخذ بعين الاعتبار اليوم في المؤثرين. فعملية الثقافة مرتبطة بكيفية التعامل مع التقنية وكيف تعمل عملية التأثير، وكيف يصنع الرأي العام الرقمي، كيف يكون موجوداً معه بطريقة جيدة تصنع منه مؤثراً غير متأثر، ولا يكون له تأثير على أرض الواقع. إن خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي في تغير مستمر؛ فمنصة X الآن عبر أحدث القوانين التي أصدرتها قررت أن الخوارزميات تشرح المحتوى (Con-tent is the king)، وليس عدد المتابعين للمؤثر إذا كانوا فوق المليون ولا غيره؛ إذا كان مُحْتَوَاك مُؤثراً إذاً هو من يصنع التأثير.

كيف تُدار السيطرة على الرأي العام الرقمي؟

هناك مصطلح الاستماع الاجتماعي، اليوم تسمع أجهزتنا وتنتبه إلى ما نريده، ويمكن بشكل بسيط عندما نبحث عن شيء أو نتكلم فيما بيننا أن تلتقط خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي أو البرامج الموجودة فتعرف وتوجّه انتباهك.

وهذا هو الذي يوجهنا ويرسل لنا رسائل غير مباشرة، وهو التأثير الملموس الذي يُترجم إلى اتجاهات ونتائج؛ هذا هو. فكنا وصفة الخوارزمية إلى ثلاث عمليات خطيرة: الترشيح؛ تحديد ما يسبق

عينيك، التضخيم؛ رفع ما يوافق الميل الذي أنت تقوله، والتشكيل؛ صناعة فقاعات تجعل نسختك من الواقع هي الواقع.

الإبادة الرقمية اللغوية التي ذكرناها؛ كإخفاء الروايات، وتقييد وصول يسمونه (Shadow Banning)، ورفع المنافسين بحيث ما يُهزم خطاب بالحجة، بل بالإخفاء. كتحليل حالة حرب غزة وكيفية صناعة الرواية عبر التوصيفات.

كيف تعمل المناعة القيمية داخل النفس؟

تعمل هذه المناعة القيمية داخل النفس عبر ثلاث مراحل:

■ **المرحلة الأولى وهي المتعلقة بالوعي:** مرحلة الوعي أن نعرف القيمة المناعية، ما القيمة التي نختارها حتى نبني التحصين القيمي أو حتى نصل إلى حصانة قيمية يصدر عنها اتخاذ القرار، يصدر عنها اتجاه حول سلوك مُعين أو الامتناع عنه.

■ **المرحلة الثانية مرحلة التحول الداخلي:** بحيث إنه ينتقل من أنه يعرف القيمة إلى أنه يهتم بالقيمة ويقدرها (الجانب الوجداني)، ثم ينتقل إلى الجانب السلوكي فيمارس القيمة، ثم إنه يكرر هذه الممارسة، ثم إنه يثبت على هذه الممارسة في كل الأوقات، ثم بعد ذلك يتبنى هذه القيمة وتُصبح قويةً داخله حتى تصبح جزءاً من

هوية الإنسان أو هوية الابن وتعبّر عنه ويرأها جزءًا من ذاته.

■ المرحلة الثالثة **مرحلة المقاومة القيمة**: نصل إلى الثمرة من بناء المناعة القيمة أو الثمرة من بناء التحصين القيمي داخل النفس، وهو القدرة على مواجهة الإغراء والضغط، واتخاذ القرار الصحيح.

إذاً المناعة القيمة: هي تساوي قيمة مناعية مركزية - في مرحلة الوعي - حيث يتم تحديد القيمة المناعية الصحيحة، ثم بعد هذا تسير هذه القيمة وفق منهجية التحول القيمي. عندي منهجية أرشحها لذلك، التي هي منهجية المراحل السبعة أو النموذج السباعي للتحويل القيمي حتى تُصبح بعد ذلك هي ثبات سلوكي وقوة سلوكية واضحة عند اللعب.

النموذج التطبيقي. سنتكلم عن قيمة ضبط النفس، كيف تنتقل قيمة ضبط النفس عبر النموذج السباعي في سبع مراحل. كيف يمكننا غرس قيمة ضبط النفس؟

① **المرحلة الأولى هي «المعرفة القيمة»**: وبها يعرف الطفل معنى ضبط النفس، وما الأمثلة عليه؟ وما ضد ضبط النفس؟ وهو الفوضى مثلاً.

■ **ثم المرحلة الثانية**: وهي أن أجعل الطفل يحب ضبط النفس،

بحيث يرتبط بها ارتباطاً وجدانياً ويصل إلى قبول قلبي، فيقبل ضبط النفس، ويشعر بأهميتها ونفعها في حياته. يحب الإنسان الشيء حين يشعر بنفع هذا الشيء له؛ مثل حبه لوالديه؛ لأنه يشعر بحاجته إليهما ونفعهما له. فإذا قلنا للطفل: «لو تعلمت ضبط نفسك ستنام مرتاحاً، وستستيقظ في الصباح بمزاج جيد، وستكون أقوى من الجوال، وستمتلك نفساً قوية وشخصية قوية في هذا الجانب».

③ المرحلة الثالثة وهي ممارسة السلوك: فبعد أن نبني المعرفة القيمية ثم القبول الوجداني، نبني السلوك القيمي أو الممارسة القيمية؛ بأن يجرب سلوكاً بسيطاً يعبر عن القيمة، لا نصعب السلوك حتى لا تصعب الممارسة، بل نبسطه؛ كأن نقول له: «أغلق الجهاز في وقت متفق عليه»، فلدينا قانونٌ أسريٌّ متفقٌ عليه ومصطلح عليه، كأن يكون بعد صلاة العشاء مثلاً لا يوجد استخدام للأجهزة، أو أن القانون يمنع فتح الأجهزة الخاصة في غرف النوم مثلاً. إذا أغلق الجهاز في الوقت المتفق عليه، فهذا هو السلوك القيمي.

■ ثم بعد ذلك نحاول أن نكرر هذا السلوك القيمي: طبعاً من خلال استراتيجيات، فكل مرحلة من هذه المراحل فيها استراتيجيات كثيرة حقيقة؛ من خلال التعزيز والمتابعة، يلتزم الطفل بإغلاق

الجهاز في الموعد نفسه لعدة أيام متتالية أو بشكلٍ دائمٍ ومستمر.

■ **ثم بعد ذلك يصل إلى الثبات:** بحيث يصبح السلوك هو الغالب لا الاستثناء؛ فهو يكرر، لكن الثبات يجعله ثابتاً في جميع المواقف وليس مجرد تكرار عابر، فلم يعد يحتاج إلى تذكير يومي ليغلق الجهاز مثلاً.

■ **المرحلة السادسة هي التبيّن الداخلي:** هو يتبنى هذا الأمر، يتبنى ضبط النفس وال ضبط الذاتي، يتبنى القيمة كقناعة شخصية قوية جداً؛ فهو يعبر عن نفسه قائلاً: «أنا شخصٌ أعرف كيف أضبط نفسي مع الأجهزة»، وتكون لديه قدرةٌ نفسيةٌ كبيرة.

■ **ثم المرحلة التي هي تاج المراحل، وهي المرحلة التي تمثل الثمرة الكبرى «بناء الهوية القيمية»:** بحيث تتحول هذه القيمة إلى جزءٍ من نفسه وجزءٍ من سلوكه، وجزءٍ من رؤيته لذاته؛ فيعرف نفسه ويعرفه الآخرون بأنه منضبط، لا ينجرف مع الشاشات، ولا ينجرف في المواقف، بل هو قويٌّ أمام الضغط والإغراء. والخلاصة: نحن لا نربي أبنائنا ليخافوا منا، بل أبنائنا يستقيمون حين لا يراهم أحد.

نحو توازن اجتماعي في ظل الحضور الرقمي الكثيف:

التوازن التربوي بلا شك مطلبٌ مهمٌّ؛ فأن تكون الأسرة متزنةً تربويًا، واجتماعيًا، وتكنولوجيًا، وأن يكون عند الإنسان اتزانٌ فهذا مطلب الحياة كاملاً. ولكن دعونا نقول: إن مفهوم التوازن الرقمي هنا: هو أي استخدام واعٍ للتكنولوجيا؛ بمعنى أن نستخدم التكنولوجيا بوعي، نختار المحتوى، نضبط الوقت، نحاول أن نرى الأولويات، وكذلك لا إفراط ولا تفريط.

وهذا الجانب سيعود بالفوائد العظيمة على الأسرة؛ فإذا كان هناك توازنٌ سيصبح هناك تواصلٌ اجتماعيٌّ واقعيٌّ داخل الأسرة، وبالتالي سيكون البناء حاضراً في تربية الأبناء، وفي الأمن والأمان الأسري، وفي التواصل، والتكاتف، وبالتالي نحصل على أسرةٍ فيها نوعٌ من التعاون، والتحفيز لبعضهم البعض، ونصل إلى السعادة الأسرية.

وهناك أدوارٌ للأسرة في ذلك وهي:

■ **التوعية بالاستخدام الآمن:** فبلا شك الأسرة لها دورٌ في ضبط الإيقاع الرقمي للطفل منذ نعومة أظفاره حتى يصبح مرافقاً راشداً إلى أن يكبر.

■ **المشاركة والاندماج بشكلٍ تربويٍّ هادف:** أي تحاول الأسرة أن تندمج في التقنية مع الأبناء والبنات، ويكون هناك تواصل، كأن يكون هناك مجموعة في «سَناب شات» أو في «واتساب» مثلاً، وبعض الألعاب يلعبونها رقمياً مع بعضهم البعض؛ بحيث يشعر الطفل أن الأب والأم معه ومحيطان به في كل الجوانب.

■ **تعزيز الأنشطة الاجتماعية الأسرية:** وهذه حقيقةٌ فُقدت في العصر الحديث، وأصبح هناك تقصيرٌ فيها، مع أنها جزئيةٌ مهمةٌ، وتقرؤها عند أكثر من كاتب من التربويين الغربيين المؤثرين؛ فتجد أحدهم يقول: «أنا أسافر من بلد إلى بلد حتى أحضر فعاليةً أسريةً مع عائلتي». أو يقول فيه: «أنا ما زلت أحنُّ للقاء الأسري الذي كان داخل عائلتي». فما بالكم نحن الآن عندنا أنشطة غائبة، يجب أن نعود لحضن الأسرة ونصنع فعالياتنا.

■ **تشجيع ممارسة الرياضة:** إن الرياضة البدنية التي يوجد بها عرقٌ تراحم التقنية، وبالتالي إذا لعب الطفل ساعةً كاملةً وكان هناك عرق، فهناك هرمون يُفرز يُساعد في بناء وصلات عصبية. فإذا كانت التقنية والألعاب الإلكترونية الكثيفة تهدم كثيراً من الوصلات العصبية، فاللعب الذي فيه عرق بيني -إن شاء الله- هذه الوصلات، وفي هذا دراساتٌ عدة.

■ القانون: لا يكفي أن نؤعي الأبناء فقط، لا بد أن يكون هناك قانون. كأن نُعرّف الطفل من ثلاث سنوات إلى ست سنوات ما الاستخدام الأمثل للتقنية مثلاً، وتنشر جمعية الطب النفسي الأمريكية والكندية وغيرها كل سنة نشرات في هذا الجانب وفي هذا الباب، أيضاً الألعاب التي تنفع لهذا السن وما التي لا تناسب؟ وما هي الوسائل؟ كل شيء أصبح واضحاً، لكن نحن الآباء والأمهات نحتاج أن نقف على هذا الأمر.

نحن لا نتكلم عن حرية التعبير والفوضى الرقمية، خاصة في ظل التطور التقني الآن، فلو بدأنا بالنظام الأساسي للحكم في المملكة العربية السعودية، وفي مادة (٣٩) التي تقول: «تلتزم وسائل الإعلام والنشر وجميع وسائل التعبير بالكلمة الطيبة وبأنظمة الدولة، وتسهم في تثقيف الأمة ودعم وحدتها، ويحظر ما يؤدي إلى الفتنة أو الانقسام، أو يمس بأمن الدولة وعلاقاتها العامة، أو يسيء إلى كرامة الإنسان وحقوقه، وتبين الأنظمة كيفية ذلك». سنلاحظ هنا بشكل صريح التأكيد على أهمية السلم الاجتماعي، ومن خلال استخدام وسائل الإعلام على السلم الاجتماعي، وكذلك كرامة الإنسان كفرد.

نحن نقول متى تتحول الحرية إلى فوضى؟ الانتشار السريع؛

المعلومات تنتقل بشكلٍ سريعٍ عبر الإنترنت بسرعةٍ فائقة، وهذا يفتح بابًا لنشر الأخبار الكاذبة والشائعات، طبعًا بسبب التقنية؛ سابقًا كان عندنا شيء نسماه في لغة الإعلام «حارس البوابة»، ما يسمح أن يظهر للمجتمع وما لا يسمح به، فيكون عارفًا بقيمة هذا المجتمع ويُحاول بقدر الإمكان أن يحميها، ويمنع ما يضرُّ بها. وبرز غياب الرقابة الفعالة وضعف آلية الرقابة؛ بسبب أن كل فرد أصبح بإمكانه أن تكون له قناةٌ من خلال أي منصةٍ عن طريق حسابه. كذلك دور الخوارزميات؛ حيث الهدف الأساسي عندها هو الربح المادي، وتفاعل الجمهور، فبالتالي قد يكون هذا على حساب قيم المجتمع وسلمه.

أخلاقيات النشر، نحن نقول دائمًا لا بدّ أن نتسلح ببعض الأخلاقيات، وهذه تُدرّس صراحة وتُزرع وتُربى في الأبناء؛ كالشفافية، والمصدقية، والالتزام بتقديم مصادر موثوقة وعدم إخفاء الحقائق، والنزاهة، وعدم التحيز، ونقل الأخبار بموضوعية، واحترام خصوصية الأفراد كذلك، والمسؤولية المشتركة للالتزام الأفراد والمؤسسات معًا بمكافحة التضليل وعدم نشر محتوى ضار.

في شأن الشائعات والتضليل؛ هناك مفهومان مختلفان: الأول هو تضليل المعلومات (Disinformation)، وطبعًا التضليل؛

المقصود به أن يكون المحتوى كاذبًا بوضوح، ونشر معلوماتٍ كاذبةٍ بشكلٍ مُتعمد بهدف خداع الجمهور. أما الثاني فهو (Misinformation)؛ وهو أن تضع معلومةً خاطئةً وأنت لا تقصدها، كنسبةٍ مُعينةٍ خاطئةٍ مثلاً، ولكنها قد تضرُّ وتعطي شيئاً خاطئاً، فبالتالي تسبب ضرراً سواءً كان على الفرد، أو المجموعة.

خطاب الكراهية: هو استهداف مجموعةٍ أو فردٍ بناءً على هويتهم، أو دينهم، أو عرقهم، أو جنسهم. طبعاً موقف القانون من مكافحة خطاب الكراهية لا يعني تقييد حرية التعبير، بل منع التحريض على العنف والتمييز والكراهية أو ما يخل بالسلم الاجتماعي.

التحدي الأساسي هو وضع حدودٍ واضحةٍ، سابقاً كنا نعرف تطور الإعلام، لكن الآن مع تطور هذه الآلة الرهيبة جداً، فيصعب جداً أن يتوافق معها أو يواكبها القانون الذي يأخذ وقتاً حتى يُصاغ ويكوّن بشكلٍ سليم. وعندما نقول: **نحو توازنٍ مسؤولٍ بين حرية التعبير وأخلاقيات الإعلام:** نحن نقول حق أساس في إطار مسؤول؛ أي أنك تعبر، ولكن بإطار مسؤول ولا تخلُّ بالسلم الاجتماعي، بل تعي أهمية السلم الاجتماعي، كذلك الوعي بحق الفرد مسؤوليةً مُشتركةً، وتعزيز الشفافية والمصادقية، وبناء وعيٍ نقدي؛ وبناء وعي إعلامي نقدي. فنقول لكل فرد: لا يتقبل أيّ

معلومةٍ تقدم لك من خلال وسائل الإعلام دون تمحيص.

في الإطار القانوني الهيئة العامة لتنظيم الإعلام انتقلت من دور الرقيب فقط إلى دور الممكّن؛ حيث أطلقت ميثاق العمل الإعلامي الذي يحدد القواعد الأخلاقية والمهنية. نعرف ترخيص «موثوق» وسمعنا عنه كثيراً، فقد أصبح أداةً قانونيةً رئيسيةً لتنظيم الإعلانات بقدر الإمكان؛ فالبعض كان يقوم بعمل دعايةٍ وكان يسميها إعلاناً، وهذا كان شيئاً غير أخلاقي، وقانون مكافحة الجرائم المعلوماتية في المادة السادسة يعدُّ ركيزةً أساسيةً؛ حيث يجرم إنتاج أو إرسال ما من شأنه المساس بالنظام العام، أو القيم الدينية، أو الآداب العامة، أو حرمة الحياة الخاصة. واللوائح التنفيذية للإعلام تضمن بيئةً استثمارية.

في الإعلام عندنا الآن أيُّ مؤسسةٍ تريد أن تستثمر في السعودية مثل نتفليكس (Netflix)، أو اليوتيوب (YouTube) لا بدَّ أن تضع الأعمار لكل محتوى، وهذا شيءٌ أساسيٌّ بحيث تكون واضحةً لمن يقومون بتربية الأبناء بأن هذا العمر مثلاً في السادسة عشرة سنة؛ ونعرف نحن بهذه الأعمار أن هذا المحتوى لا ينفع إلا لفئةٍ معيّنةٍ من الناس.

المسؤولية القانونية للمستخدمين: الالتزام بالقانون، عدم نشر محتوى مخالف للقانون أو يهدد الأمن الوطني، مكافحة التضليل، تجنب نشر الأخبار الكاذبة، والمساءلة القانونية ومسؤولية التقيد الكامل بقانونٍ مثل قانون مكافحة الجرائم المعلوماتية إلى آخره. وهناك مصطلح قديم جديد، كل ما لا يتجدد يسمونه «التربية الإعلامية» (Media Literacy) أو الأمية الإعلامية أو الدراية الإعلامية؛ طبعًا هي الأساس، والآن يُعمل على أنها تُدرّس في المؤسسات التعليمية، وهي تُدرّس في دول كثيرة، ولكن تُعدُّ كمادة لأن الإعلام هو جزءٌ من حياتنا، وهو شيءٌ نحُ الآن نُعتبر جزءًا من مصادر المعلومة.

التحليل النقدي: وهو قدرة الفرد على تحليل وفهم وتقييم المحتوى الإعلامي. طبعًا التوعية الإعلامية هي المهارة الأساسية للعصر الرقمي، وتُمثل درعًا واقيًا ضد التضليل. يعرف ما نوع المحتوى، هل هي دعاية؟ هل هي إعلان؟ ما هو الأسلوب الذي يتم التعامل معي فيه لكي يقنعني؟ إلى آخره. معلومات على الأقل للتأكد من المصدر؛ هل المصدر هذا صحيح؟ خاصةً في الذكاء الاصطناعي الآن؛ فمن الممكن أن يعمل أو يقدم لك واجهةً تشابه الواجهة الخاصة بالمؤسسات الإعلامية، أو البنوك، أو إلى آخره.

التمييز الذكي: تمكين المستخدم من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة من خلال التحقق من المصادر.

الترشيد الإعلامي: أداة أساسية لترشيد استخدام الإعلام وتقليل الأضرار.

دور التوعية الإعلامية: مكافحة التضليل، والاستخدام المسؤول، ومبادرات مجتمعية.

التحديات والفرص: التكنولوجيا الذكية، واستخدام الذكاء الاصطناعي، ومنصات تعليم؛ هذه كلها فرصٌ يمكننا أن نستخدمها، ولكن في نفس الوقت هي تحديات كذلك؛ فسرعة الانتشار واستخدام التكنولوجيا الذكية يمكنها أن تعطينا وتضللنا إذا استُخدمت بشكل خاطئ. إنَّ التوعية الإعلامية ليست رفاهية؛ فمن الممكن لشخصٍ ما أن تذهب كل مدخراته في يومٍ وليلةٍ عن طريق الإعلام واقتناعه بفكرةٍ مُعينةٍ قد تكون خاطئة. وهذه دعوةٌ للعمل الجماعي، العمل معًا لتعزيز الثقافة الإعلامية، وبناء مستقبل، والاستثمار في التوعية الإعلامية اليوم هو استثمارٌ في مستقبل وأمن ومستقبل الأجيال القادمة.

ختامًا نقول دائمًا: حرية التعبير دائمًا مسؤولة؛ ولا يوجد شيءٌ اسمه حرية تعبير مفتوحة؛ حرية التعبير الحقيقية تبدأ حين نحترم

حقوق الآخرين وكرامتهم وضمان سلامة المجتمع. قبل مدة قصيرة ناقش مجلس الشيوخ الفرنسي موضوع الحفاظ على عقول الأطفال والمراهقين، وتبنى مشروع قانون يحظر استخدام وسائل التواصل للأطفال دون خمسة عشر عامًا. كذلك أستراليا، صدر قانون بمنع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمن هم دون السادسة عشرة.

كيف يسهم التحصين القيمي في حماية الشباب من الانحرافات الفكرية والسلوكية؟

■ **التحصين القيمي:** يحمي الشباب ببناء وعي ناقد، ببناء قدرة داخلية، وهوية أخلاقية، وبناء تفكير أخلاقي؛ يفكر بطريقة أخلاقية، وبطريقة تحمل المسؤولية. هكذا يبني التحصين القيمي أو يحمي الشباب ليحدث مقاومة؛ مقاومة الرغبة في الانحراف، مقاومة الإغراء، ومواجهة الضغط؛ هكذا يعمل التحصين القيمي.

■ **دور الأسرة:** فدور الأسرة أن تُوجد جُؤًا من الأمان، والقُدوة الصالحة، والحوار البناء، وتقوم بأدوارها بالגרس القيمي.

■ **التعليم والإعلام:** انتقاء محتوى في الإعلام. ومن واجبات الجهات الإعلامية والتعليم؛ بناء التفكير الناقد، وبناء المحتوى الواعي الإيجابي، وبناء النماذج الإيجابية، وإبراز النماذج الإيجابية كقدوات.

في كتاب «بناء الذكاء الأخلاقي: المعايير والفضائل السبع» لميشيل بوربا، تكلم عن سبع فضائل وهي قيم: العدل، والاحترام، والتعاطف، والعطف، والتسامح، والضمير، والرقابة الذاتية، وكيف أنها توجه التفكير الأخلاقي، وتجعل الطفل يفكر بطريقة أخلاقية. ويمكننا إضافة قيم أخرى مثل: محبة الله، والمسؤولية، والشجاعة الأخلاقية، والحياء، والإخلاص، والخشية، والعفة، وكذلك ضبط الحدود واختيار الصُحبة.

لا يوجد مفر من أن تحرص المجتمعات على حفظ عقولها، وحفظ الإنسان من أي مُدخلات تسبب إشكاليات في أبنائها؛ وننصح أن تُكتب توصيات، وترفع لأصحاب المصلحة؛ لاتخاذ بعض الإجراءات التي تحمي المجتمعات من هذه الإشكاليات؛ لأن القرار الذي يأتي من الأعلى يكون مُغيّرًا للحال بشكلٍ أفضل وأحسن، والأسرة هي خط الدفاع الأول؛ والمنع ليس الحل الأمثل وليس بالمراقبة الخائفة بل هو بالحوار، والثقة المصحوبة بالمتابعة، وعندما يجد الابن في أسرته أذنًا تسمع وقلبًا يفهم، فلن يضطر للبحث عن القبول أو التوجيه في فضاء رقمي مجهول. كما أن حماية الأبناء تبدأ من قدوةٍ صالحةٍ صادقةٍ داخل البيت، ووقتٍ حقيقيٍّ يُمنح لهم، ووعي يُزرع قبل أن تُفرض القيود؛ فالأسرة الواعية لا تعزل

أبناءها عن العالم، لكن تعلمهم كيف يعيشون فيه بأمان، والمحبة هي «الطريق السريع» بين الوالدين، ووجود هذه المحبة والثقة يشعر الطفل والابن بالأمان، وبالتالي يمكن أن تثبت.

دور المواطن في التوعية وتوجيه الرأي العام:

تبين لنا فيما سبق قوة الرأي العام الرقمي، لكن هل في الحقيقة لا تحل المشاكل إلا إذا أثرت بالرأي العام الرقمي؟ لا، هناك الجهات المعنية، وليس كل ما أثر بالرأي العام الرقمي كان فيه تفاعل على أرض الواقع. أصبح لدينا في المجتمع السعودي وعي جيد، صحيح هناك تفاعل مع القضايا الإنسانية والاجتماعية بحكم أننا مجتمع بالفطرة دائماً نقول «نزعة الفرعة» وما إلى ذلك، ونتعاطف مع المحتوى. المهم في الرأي العام الرقمي أن يكون لدينا وعي تام وتكون لدينا الحصانة الجيدة في عملية التمحيص، في عملية أخذ المحتوى بشكل جيد، وألا ننجرّف تحت ما ذكر.

واليوم المستخدم السعودي تحديداً هو خط الدفاع الأول رقمياً عن البلد وعن رموز البلد وقد وصلنا -ولله الحمد- الى وعي جيد جداً في أن ليس كل ما يُدار على وسائل التواصل الاجتماعي يؤخذ بقلبه ويُتأثر به؛ لا، هناك وعي جيد من المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي، لكن لا ننكر قوة الرأي العام؛ فكلما

كان الرأي العام أو الحالة مُزودة بوثائق رسمية أو بحالة واضحة، وكان هناك تجاوبٌ من الطرف الآخر معه، اشتد الرأي العام وكان له أيضًا تدخل، وكذلك قوة العلاقات الشبكية التي تتشارك في القضية.

الأهم أن نعي بأن تصوراتنا بدأت أو تشكلت، أو هي الآن في طور التشكل من خلال وسائل الإعلام. هذا الوعي سوف يعطينا مناعةً بشأن ما الذي يُفترض بنا أن نستقبله وما الذي نمنعه، وكيف لنا أن نستقبله أو نصفه المعلومة، وألا نشرب كل ما يأتينا؛ هذا أهم شيء. وهذا لا يتأتى إلا من خلال التربية؛ وأن يكون الأم والأب مدرّكين لهذا الشيء، ويُزرع في الأبناء ويكون جزءًا من ثقافتنا.

خاتمة:

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول إننا لا نعيش مجرد عصر تقني جديد، بل نحن بصدد إعادة صياغةٍ شاملةٍ للوعي البشري وهياكل الاجتماع الإنساني. إن وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد نوافذ نطل منها على العالم، بل أصبحت هي العالم الذي نتحرك في إطاره، بما يحمله من فرص وتحديات. وفي نهاية المطاف، يبقى الصراع في الفضاء الرقمي صراعاً على الانتباه والقيم، وإنَّ الخوارزميات، برغم تعقيدها وقدرتها على توجيه الرأي العام، تظل أدواتٍ تقنيةً تفتقر إلى البوصلة الأخلاقية التي يمتلكها الإنسان؛ لذا، فإنَّ التحول من دور المستهلك السلبي الذي تتقاذفه الأمواج الرقمية إلى دور المواطن الرقمي الواعي هو الضرورة القصوى في عصرنا الحالي.

إنَّ التحصين القيمي ليس جداراً نبنه لننعزل عن العالم، بل هو جهاز مناعةٍ فكريٍّ يمكِّننا من الانخراط في الحداثة دون ذوبان، ومن الاستفادة من التقنية دون استلاب، وإنَّ التوازن المنشود بين الحضور الرقمي الكثيف والترابط الاجتماعي الحقيقي يتطلب شجاعةً في وضع الحدود، ووعياً في اختيار المحتوى، وإدراكاً بأن جودة الحياة لا تُقاس بعدد الإعجابات، بل بعمق الأثر وصدق

التواصل الإنساني.

وستظل المسؤولية مشتركةً بين الأسرة، والمدرسة، والمؤسسات الإعلامية، لكن الثقل الأكبر يقع على عاتق الفرد؛ ليكون هو الرقيب على ذاته، والمنقّي لمدخلاته، والمساهم بوعيٍّ في تشكيل رأيٍّ عامٍ رقميٍّ يرتقي بالمجتمع ولا يهدم ثوابته. فالتقنية خادمٌ جيدٌ، لكنها كذلك سيّدٌ مستبدٌ، والوعي هو وحده ما يحدد موقعنا من هذه المعادلة.

* * * * *