

The Future of the Media in the Face of Extremism and Terrorism Towards New Communication Models

Mohammed A. Fyadh*

Dean of the Faculty of Media- Emirates College of Technology - Abu Dhabi

E-mail: mohammed.fyadh@ect.ac.ae

Received: 12 Jan. 2019 Revised: 1 Mar. 2019 Accepted: 3 June. 2019 Published: 1 July. 2019

Abstract: In the face of modern technology, increasing mass media, and the prevalence of its discourse and public turnout on social networks, the traditional media have been influenced by these modern media in one form or another. This has weakened the power of its discourse, which has become a captive of ideological, religious, racist, and factional ideas as well as political and economic interests, and reflected the widespread rhetoric of extremism and terrorism in an unprecedented manner. The media played a role in devoting sanctuaries to these extremists thought owners, reflected on the civil peace and global stability.

In light of modern technology and the rise of the mass media and the popularity of its speech, and the increasing approach of audiences on social networks, traditional media are affected by these modern communicative means in one form or another. The power of its speech which has become captive to ideological, religious, racial and partisan as well as political and economic interests, as reflected on the prevalence of extremism and terrorism in an unprecedented manner and played a role in perpetuating incubators for this radical ideology, reflected on the civil peace and global stability. In the attempts of many international and regional organizations as well as major media companies to establish legal regulations and legislation, which must be committed to both the contact person or the receiving public, but we still see the phenomenon of radical discourse exists strongly, and this speech has his audience and supporters, which makes the national, regional or international in a state of confusion and needs new and unconventional communication plans and models, therefore;

This study aims to identify causes of the prevalence of extremism and draw a clear model of communicative dimensions as input towards improving a developed model that illustrates the future and the features and the role of media and enlightening methods in the face of extremism and terrorism. This developed model can open the door to building a safer, more balanced, and more public media discourse, away from the language of hatred or violence, and promoting security and intellectual immunization.

Keywords: Media, extremism, terrorism, communication.

مستقبل وسائل الإعلام في مواجهة ظاهرة التطرف والإرهاب نحو نماذج اتصالية جديدة

د. محمد أحمد فياض

أستاذ مشارك - عميد كلية الإعلام - كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي

الملخص:

في ظل التكنولوجيا الحديثة وازدياد وسائل الاتصال الجماهيري وشيوع خطابها وإقبال الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي، أخذت وسائل الإعلام التقليدية تتأثر بهذه الوسائل التواصلية الحديثة بشكل أو بآخر، الأمر الذي أضعف من قوة خطابها الذي أضحى أسيراً للأفكار الأيديولوجية والدينية والعنصرية والفئوية فضلاً عن المصالح السياسية والاقتصادية، وانعكس على شيوع خطاب التطرف والإرهاب بشكل غير مسبوق، كما ولعب الإعلام دوراً في تكريس حاضنات لأصحاب هذا الفكر المتطرف والذي إنعكس على السلم الأهلي والاستقرار العالمي بشكل واضح.

ومع محاولات الكثير من المنظمات الدولية والإقليمية ومؤسسات الإعلام الكبرى وضع لوائح وتشريعات قانونية، والتي يجب الالتزام بها سواء من القائم بالاتصال أو من قبل الجمهور المتلقي، إلا أننا لا نزال نرى ظاهرة الخطاب المتطرف موجودة وبقوة، وهذا الخطاب له جمهوره ومسانديه، مما يجعل السلم الأهلي الإقليمي والدولي في حيرة من أمره، والذي أصبح بحاجة إلى خطط ونماذج اتصالية جديدة وغير تقليدية.

وهدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أسباب شيوع خطاب التطرف ورسم نموذج واضح لأبعاده الاتصالية كمدخل نحو تطوير نموذج اتصالي مطور يرسم مستقبل وملامح دور الإعلام ووسائله التنويرية في مواجهة التطرف والإرهاب، والذي يمكنه أن يفتح الباب لبناء خطاب إعلامي آمن وأكثر توازناً وقرباً من الجمهور، بعيداً عن لغة الكراهية أو العنف، ويعمل على تعزيز الأمن والتحصين الفكري.

كلمات مفتاحية: وسائل الإعلام، التطرف، الإرهاب، الاتصال

1- المقدمة:

تحدد لغة الخطاب طبيعة التلقي، كما تحدد سلوك الآخرين وموقفهم من القضايا المختلفة التي يعرضها الخطاب، فالخطاب اللغوي هو القادر على رسم صورة إيقاعية متناغمة بين المرسل والمتلقي، حيث تكون الرموز والدلالات فيه هي القادرة على إنتاج علامات جديدة تفرض نفسها على السلوك اللفظي والمستقبلي للأفراد الذين يستقبلون هذا الخطاب، إذ لم تعد لغة الخطاب الإعلامي لغة تقليدية، وإنما استفادت من التقنيات الحديثة في تقديم المعلومات وتوجيه سلوك الأفراد والتأثير فيهم (الربيعي، 2018، صفحة 57).

ومع تطور وسائل الاتصال الجماهيري وشيوع خطابها، بدأت هذه الوسائل التواصلية بالتأثر بشكل أو بآخر مما أضعف قوة خطابها الذي أضحى أسيراً للأفكار الأيديولوجية والدينية والعنصرية والفئوية، فضلاً عن المصالح السياسية والاقتصادية، والذي انعكس بدوره على شيوع خطاب التطرف والإرهاب بشكل غير مسبوق، كما لعب الإعلام دوراً في تكريس حاضنات لأصحاب هذا الفكر المتطرف، مما انعكس على السلم الأهلي والاستقرار العالمي بشكل واضح.

كما تضع نُظم ووسائل الإعلام المنتشرة في بلدان العالم عادة مجموعة من اللوائح والقوانين والتشريعات التي تحاول العمل وفقها، وتطالب الإعلاميين والجمهور العام بضرورة التمسك بهذه اللوائح وعدم مخالفتها، خاصة فيما يتعلق الأمر بخطاب التطرف والإرهاب.

لقد قدّم الباحثون نماذج ونظريات اتصالية لا حصر لها، تناولت تأثير وسائل الإعلام على المجتمعات والمحلية والدولية وكيفية توظيف هذه الوسائل في خدمة السلام والتضامن والتعايش بين النظم والأيدولوجيات، لكننا لازلنا نلمس وبقوة خطاب التضليل والتطرف الذي يقود إلى الإرهاب وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي أو ما أصطلح على تسميته بالإعلام الجديد، وعليه سنحاول في هذا البحث الوقوف على أسباب شيوع خطاب التطرف والإرهاب في وسائل الإعلام، وكيف يمكن العمل على رسم خطوط عريضة لهذا الإعلام في الوقوف بوجه هذه التحديات المصيرية.

2- الإطار العام للبحث:

1-2 مشكلة البحث:

أثار موضوع سرعة انتشار الإعلام تفاعلاً غير مسبوق بمستقبل وسائل الاتصال الحديثة، لا سيما وأن الإعلام الجديد ولد في أحضان الإعلام التقليدي، وأصبح محفزاً له دون أن يلغيه، حيث أدى إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في السابق وسائل مستقلة لا تقترب ببعضها البعض، مما أدى إلى إلغاء الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل واتسام وسائل الاتصال الجماهيرية بالشمولية والطابع الدولي، والذي يتصف بطبيعة عملها وخطابها وتأثيراتها بالكونية، وهي سمة تتسم بها جميع وسائل الإعلام الجديد كونها أضحت بنية عالمية دولية عابرة للحدود الجغرافية لإستخدامها فضاءً كبيراً وتسمح بتدفق رأس مال المعلومة في نقاط تركز المعلومات، كما سمحت اللامركزية بازدهارها في البيئة العالمية وتجاوز إشكالية الزمان والمكان.

تتصف دول الخليج العربي بوجود العديد من القواسم المشتركة التي تجمع بين شعوبها، والمتمثلة في: اللغة، الانتماء، والدين، والتاريخ والتقارب الاجتماعي والبيئي وغيرها من العوامل التي تجعل نتائج أي دراسة خاصة بعلوم الإعلام

والاتصال التي قد تجري في أي من دول الخليج تتفق إلى حد كبير مع نظيرتها من الدراسات المشابهة أو التي قد تجري في دولة خليجية أخرى، هذا مع إغفال جانب الخصوصية الثقافية التي تتميز بها كل دولة عن الأخرى.

لذا فإن مشكلة البحث تتمثل في: الجدل الذي بات شائعاً بين الباحثين حول حدود الحريات المسموح بها لممارسة حرية التعبير في الإعلام عبر قنواته المختلفة، وطبيعة المسؤوليات التي يمكن أن يتحملها المستخدمون أمام هذا السيل الجارف من خطاب التطرف والإرهاب وممارساته المتعددة، الأمر الذي يجعل أجهزة الإعلام أمام مسؤولية تاريخية - مجتمعية للوقوف بوجه التطرف والإرهاب عبر تبني استراتيجية فاعلة تخدم المجتمع قبل أن تخدم وسائل الإعلام ذاتها.

2-2 أهمية البحث:

مما لا شك فيه أن حقل الإعلام في حالة تغير مستمر تبعاً لمتغيرات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ولذلك فإن كل مصطلحات الاتصال الجماهيري تواجه ذات التحدي نتيجة منح تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة دوراً أكبر للمستخدم في السيطرة على العملية الاتصالية والتحكم بآليات عملها. ولذلك، فإن نظرية الاتصال تحتاج إلى تبني وإعادة هيكلة بعض المفاهيم القديمة السائدة وبلورة المتغيرات الجديدة. رغم علمنا أن بعض النظريات القائمة سوف تستمر في البيئة الإعلامية الجديدة، إلا أن البعض الآخر قد يحتاج إلى تعديل لكي يتناسب مع المتغيرات الجديدة، ومع شيوع قنوات الإعلام الجديد وانتشارها في مختلف أنحاء العالم وزيادة أعداد المستخدمين يوماً بعد آخر وظهور تجاوزات مسيئة بحق الأفراد والمجتمعات خاصة في قضايا التطرف والإرهاب، إلى الدرجة التي أضحت تمثل تحديات جدية تهدد البنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية في الدول العربية ومنها دول الخليج، فقد أصبح لازماً علينا العمل الجدي لبلورة خطط جديدة هادفة لدور الإعلام في مواجهة هذه التحديات، ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث.

2-3 أهداف البحث:

يهدف البحث إلى الوقوف على أسباب شيوع خطاب التطرف والإرهاب ورسم نموذج واضح لأبعاده الاتصالية كمدخل نحو تطوير نموذج اتصالي مطور يوضح دور الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب، مما يمكنه أن يفتح الباب لبناء خطاب إعلامي متوازن وقريب من الجمهور بعيداً عن لغة التطرف والإرهاب، ويعمل على تعزيز الأمن والتحصين الفكري ويفتح نوافذ للتعاون بين وسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية فضلاً عن منظمات المجتمع المدني.

2-4 منهج البحث:

يستند هذا البحث على المنهج الكيفي التحليلي القائم على قراءة وتحليل الاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام حول الخطاب الإعلامي والبحث في مكوناته وأساسه الفلسفية التي ترتبط بمفاهيمه المتعددة ورصد العلاقات المتبادلة في إنتاج خطاب التطرف والإرهاب، وصولاً إلى محاولة تطوير نموذج اتصالي يرسم ملامح ودور الإعلام ووسائله المتعددة في مواجهة التطرف والإرهاب ويعزز الأمن الفكري في المجتمع ويعمل على تحصينه عبر استراتيجية متكاملة من التعاون والتنظيم.

2-5 مفاهيم البحث:

2-5-1 مفهوم الإعلام:

الإعلام لغة من (عَلِمَ)، حيث يقول ابن منظور: عَلِمَ بالشيء: شَعَرَ، (العبيدي، 1999، صفحة 871) والإعلام من أَعْلَمَ، فيقال: أَعْلَمُهُ الأمر، أي أطلعه عليه، والعلم نقيض الجهل، فيقال علمتُ الشيء أعلمه علماً: عرفته. ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه. (العبيدي، 1999، صفحة 268)

وفي الاصطلاح تعددت التعريفات التي وضعها المتخصصون في مجال الاتصال، حيث يشهد الإعلام اتساعاً متسارعاً في مفهومه، أدى إلى التباين وعدم الاتفاق على مفهوم واحد مباشر بذلك، فيعرف الإعلام بأنه: "تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق يكون الإعلام في ذاته سليماً وقويماً". (حمزة، 2002، صفحة 23) وعُرف أيضاً بأنه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله". (إمام، 1985، صفحة 14)

2-5-2 مفهوم التطرف:

التَطَرُّفُ لغةً هو تَفَعَّل - بتشديد العين - من طرف يطرف طرفاً بالتحريك، وهو الأخذ بأحد الطرفين والميل لهما: إما الطرف الأدنى أو الأقصى (آبادي، 2005) ومنه أطلقوه على الناحية وطائفة الشيء.. ومفهوم التطرف في العرف الدارج - في هذا الزمان - : الغلو في عقيدة أو فكرة أو مذهب أو غيره يختص به دين أو جماعة أو حزب.

والتطرف من وجهة نظر علماء الاجتماع، "أحد المظاهر الباثولوجية الاجتماعية ويعني انتهاك القيم الاجتماعية والسياسية والخروج عليها، ويندرج هذا الانتهاك من مجرد الخروج على الفكر والأيدولوجية السائدة إلى صورة أكثر تجسيدا كما في أعمال العنف التي تمارسها الجماعات المتطرفة، والتطرف كظاهرة اجتماعية يظهر في صور مختلفة أبرزها التطرف الديني". (فؤاد، 1988، صفحة 44)

ويبرز التطرف قياساً للمعاني التي يحتويها مفهومه، كوضعية تاريخية عامة تنم عن حال ثقافي اجترائي - احتوائي، ينطلق من ذهنية تفسير العالم بطريقة الاختزال والإلغاء، وتتقي من المواقف أغربها وأشدّها، وتحكم على المخالف بالمروق والخروج عن جادة الصواب والهداية، وتستند إلى مرجعية إقصائية، تيرر الأحادية، وتدفع بالمختلف إلى التلاشي، مستعينة بأكثر الإجراءات قسوة وحديّة، وتستعمل المقدّس شعاراً وعنواناً تصدر عنه وتعمد إلى مناخرة الغير على أساسه، وتستमित في الدفع بالغير خارج دائرته، فالعنف ليس مكوناً من مكونات القداسة، بل هو تعريفه. (شكري، 2002، صفحة 129)¹

(¹) للمزيد عن مفهوم التطرف والإرهاب ينظر: محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، دار البازوري العلمية، عمان 2018

3-5-2 مفهوم الإرهاب:

الإرهاب لغة: مصدر مأخوذ من زهب كعلم يهرب رهبا ورهبانا وإرهابا بالفتح والكسر، وهو الإخافة والتخويف. (آبادي، 2005) ويدور معنى الإرهاب شرعاً حول شدة الخوف والتخويف الواقع على الفرد أو على الجماعة.

وفي قاموس أكسفورد (Oxford Dictionary) وردت كلمة "Terrorism" (الإرهاب) ويُقصد به "استخدام العنف والتخويف أو الرعب بهدف تحقيق أغراض سياسية" في حين نجد الصفة "Terrorist" (الإرهابي) بمعنى "الشخص الذي يستعمل العنف المُنظم لضمان نهاية سياسية محددة" (المنصور، 2012، صفحة 25)

وظهر أول تعريف اصطلاحى للإرهاب في "اتفاقية منع الإرهاب" التي نظمتها عصبة الأمم المتحدة عام 1937م، فقد تم تعريف الإرهاب بأنه "أفعال إجرامية موجهة ضد دولة من الدول بقصد خلق حالة من الرهبة في أذهان أشخاص معينين أو مجموعة من الأشخاص أو الجمهور العام". (O.A, March 2009, pp. 95-96) وعزّف الباحثان ريغان (Reagan) وشولتز (Schulz) الفعل الإرهابي بأنه: "الاستخدام المحسوب للعنف، أو التهديد بالعنف للوصول إلى أهداف ذات طبيعة سياسية أو دينية أو أيديولوجية، من خلال الترهيب والإجبار وبت الخوف" (عمامة، 18-16 مايو 2017).

3 تطور وسائل الاتصال وبروز الإعلام التفاعلي:

في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أضحى العالم اليوم يعيش فترة رفاهية إعلامية تزأج بين وسائل الإعلام التقليدية التي عرفها الجمهور في الماضي وما زالت حاضرة حتى الآن والمتمثلة في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وبين غيرها من وسائل الاتصال ذات الاتجاه الواحد، وتعد وسائل الاتصال الجماهيرية وسائل تقليدية كونها تعتمد على التوجيه المباشر من الوسيلة الإعلامية للجمهور، دونما إتاحة الفرصة للجمهور في الرد على الرسالة الاتصالية أو الاشتراك فيها، وهذه الوسائل التقليدية عادة ما تكون مملوكة للحكومة أو خاصة في حدود رأس المال الذي تملكه الشركات والمنظمات والهيئات، وهذا ما يعزز سلطة الإعلام التابعة للنفوذ الاقتصادي أو السياسي أو كليهما معاً.

ومع المتغيرات الحديثة التي عرفها الاتصال المعاصر، وتأسيساً على ما تقدّم، فإن الإعلام لم يعد مجرد انتقال المعلومة في اتجاه واحد، ففي العملية الاتصالية بات الجمهور يحتل دوراً مهماً في التبادل الاتصالي، ويشترك في صناعة الرسالة في ظل تطور وسائل الاتصال وانتهاج وسائل الإعلام الحديثة لمثل هذه الآلية في التواصل والإخبار، بل ذهب بعض الوسائل إلى إشراك الجمهور في وضع الخطط البرمجية لهذه الوسائل التي باتت أكثر قدرة على ربط المرسل بالمستقبل، والتعرف أكثر على حاجات الجمهور أو ما يدور في خلد. وكل ذلك ما كان ليرتقي لولا ظهور ما أُصطلح على تسميته بالإعلام الجديد، وهو مصطلح حديث العهد ومثير للجدل، نتيجة حجم آفاقه الممتدة والمتنوعة والمقترنة في أحيان كثيرة بالإعلام التقليدي.

والإعلام الجديد هو إعلام رقمي لاعتماده على التكنولوجيا الرقمية، وهو الإعلام التفاعلي الذي أزاح احتكار الإعلام من يد القلة، ليتيح إمكانية التفاعل لكل شخص يدلي برأيه وينشره ليراه الآخرون، ويعلق على أقوال الآخرين أيّاً كانت سلطاتهم ومناصبهم، كما أنه الإعلام الشبكي الذي يعتمد على الشبكات كالأترنت، وهو إعلام المعلومات والمعرفة وإعلام الوسائط المتعددة الذي دمج بين النص والصورة والفيديو (عدوي، 13-14 ديسمبر 2016).

لذلك يعرف قاموس ليستر للإعلام الجديد بأنه: (مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو). (حسونة، 2014) ومع ما حققه الإعلام الجديد من حضور وتفوق على الإعلام التقليدي، إلا أنه استطاع دمج الإعلام التقليدي بتقنياته، فلم يكن ظهوره إغناء تاماً للتقليدي بقدر ما كان احتواءً للصحف والأفلام والبرامج التلفزيونية والإخبارية والإذاعية وغيرها وجعلها جزءاً من الاتصال التفاعلي، كتعبير عن مرحلة تغيير جذري في مراحل تطور وسائل الاتصال اتسمت بالسرعة والشمولية والتعدد في أساليب الاتصال والتواصل، التي جمعت بين الاتصال الشخصي والجماهيري على شبكة الإنترنت، وحولت عمليات الاتصال إلى عمليات تفاعلية آنية على مختلف المستويات المهنية والاجتماعية .

ويُحدد فيدلر (Fiddler) ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه، وهي: (صادق، 2008، الصفحات 46-47)

1- تعايش (Coexistence) وتطور مشترك (Coevolution) للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.

2- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.

3- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.

4- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.

5- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.

6- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

وطبقاً لذلك، فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني هي اللغة المنطوقة (Spoken Language)، واللغة المكتوبة (Written Language)، واللغة الرقمية (Digital Language). "فاللغة المنطوقة أدت إلى تكوين المجتمعات البشرية، وإلى تطور المهارات والقدرات التي تحل المشكلات المعقدة وتطوير الأشكال المُذاعة مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية والتي قسّمت المجتمع إلى مؤدين وحراس بوابات ومستمعين، ثم كانت اللغة المكتوبة منفذاً لتطوير الوثائق المنقولة، والطباعة الآلية، والإعلام الجماهيري. في حين أن اللغة الرقمية وبخلاف الأداة السابقة، مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان". (Fiddler, 1997)

وفي خضم التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي، يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية المرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية (انويلا، 2004، صفحة 20) عبر الاتصال التفاعلي، والذي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة من خلال الوسائط الإلكترونية مثل حلقات النقاش المباشرة (Online) والمناقشات الحية في غرف المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية (Online Email Sites). أما جوهر التفاعلية للوسيط الإلكتروني، فيتبلور بمدى دعمه لعمليات الاتصال متعدد الاتجاهات، ومن هنا تتحدد التفاعلية وعلاقتها بالاتصال (Vankoert, 2007) والتي تعني العلاقة الثنائية الاتجاه التي تسمح للمرسل والمتلقي بتبادل الآراء والأدوار من خلالها وبفرصة متساوية للمشاركة في عملية الاتصال، ويستطيع المشاركون في العملية التأثير على أدوار

الآخرين. "فالإعلام لم يعد رسالة تعدّها الدولة أو الجهة المالكة للوسيلة الاتصالية ويتلقاها الجمهور، بل أصبح مؤسسة يتشارك في إدارتها وملكيّتها وصياغة سياستها جميع الناس، وهي تحولات تُحتمّ على وسائل الإعلام إعادة صياغة برامجها وطريقة عملها كلياً، وأن تأخذ في الاعتبار اتجاهات الجمهور ومواقفه، وتعطيه أيضاً مساحة كبيرة من المشاركة والتعبير، بل قد يصل الأمر إلى المشاركة الفعلية والفنية في التخطيط والتقييم والمراجعة، فالجمهور عبر الإعلام التفاعلي دخل في كافة النشاطات مثل التعليم والتدريب والإدارة والتسويق والتصويت والتواصل الاجتماعي" (حسنين، 2010، صفحة 7).

وقد أثر الإعلام الجديد في تحول التلقي الثقافي للمتابع العربي عما كان سائداً في ظل الإعلام التقليدي، ويتبين ذلك من خلال (عدوي، 13-14 ديسمبر 2016):

- الإعلام التقليدي ذو اتجاه واحد، من الوسيلة الإعلامية إلى الجمهور، فالمشاهد أو المتابع يتلقى الثقافة التي تريدها الوسائل الإعلامية، فيما يختار المتابع في الإعلام الجديد من الكم الكبير من الألوان والثقافات ما يلائمه ويستهوّه.
- تفرض وسائل الإعلام التقليدي على الجمهور الالتزام بأوقات عرض البرامج أو إعادتها، فيما يُمكنه الإعلام الجديد من مشاهدة أي برنامج في أي وقت والتحكم بإعادته والاحتفاظ به.
- التلفاز جهاز تقليدي ثابت يبقى في مكان مخصص في البيت يفرض على من يريد مشاهدته الجلوس أمامه، فيما أتاحت الابتكارات الجديدة وظهور الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية إمكانية المشاهدة من أماكن مختلفة من خلال حمل الجهاز واختيار المكان الذي يريده المتابع.
- المشاهد أو المتابع أمام الإعلام التقليدي مُستقبل فحسب، ليس لديه أي دور تفاعلي إلا فيما تسمح به الوسيلة الإعلامية من مساحة في حدود ضيقة، فيما تفتح وسائل الإعلام الجديد أبواب التفاعل مع كل ما فيها، وتستقبل ردود الفعل والانطباعات من الجمهور.

4 الإعلام وانتشار خطاب العنف والإرهاب:

يعد الإعلام سلاحاً فتاكاً وخطيراً يتقدم أحياناً على السلاح العسكري، بفعل ما يمتلكه من تأثير سايكولوجي وتعبوي خطير في قيادة وتوجيه الشعوب، الأمر الذي جعل الأمم المتحضرة توليه اهتماماً كبيراً وتحاول من خلاله دفع التحديات التي قد تواجه دولها إلى خارج حدودها عن طريق بناء ترسانة إعلامية مُحكمة تعكس سياستها الداخلية والخارجية مستتدة بذلك على دراسات علمية تتخذ من التخطيط الاستراتيجي والتكتيكي مرتكزاً أساسياً في توجيه هذه الوسائل وخطابها الإعلامي.

بيد أن وسائل الإعلام التقليدية بقيت، لمدة ليست بالقليلة، مسيطرة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، وكانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها، فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراداً ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة، وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات، نظراً لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأساليب العمل

في هذه المؤسسات، وجاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل السيطرة المركزية لوسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة (المال، 2011، صفحة 3).

وفي ظل هذه التطورات التكنولوجية، يمكن القول بأن عملية التواصل مع الجمهور لم تعد حكراً على الأقوياء الذين يمتلكون القدرات المادية والفنية والمهنية فحسب، بل أضحت الكثرة من الناشطين، سواء كانوا أفراداً أو جزءاً من مؤسسات تنظيمية ناشطة تعمل في السر أو العلن، يمتلكون القدرة في توجيه خطابهم نحو جمهور محدد بدقة بغية التأثير فيه أو استمالاته أو تحريك عواطفه، بل والعمل أيضاً لدفعه للقيام بأفعال ملموسة خارج الأسس والتشريعات والقوانين التي تتحكم بمنظومة القيم الإعلامية، مستندين على حرية التعبير التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي وعولمة الإعلام والسرعة في اقتناص الفرص المتاحة قبل الآخرين من أجل تحقيق غاياتهم، ولعل من أهم القضايا التي تم رصدها بشكل جلي، هي قضايا التطرف والإرهاب التي نشطت في وسائل الإعلام الحديث بشكل يفوق التصورات وعكست هشاشة منظومة التشريعات الإعلامية التقليدية التي باتت بالية وغير قادرة على مواكبة تحديات العصر بكل كينونته ومرتكزاته المستحدثة التي واكبت تكنولوجيا الاتصال ومتغيراته المتسارعة.

فقد عرّفت معظم الدراسات البحثية عنف وسائل الإعلام بأنه تصوير الحدث المادي العلني الذي يؤدي أو يقتل أو يهدد بفعل ذلك، كما يُعرّف الفعل الإرهابي باعتباره فعلاً ينطوي على العنف، (أصبح، 2012، صفحة 172) وتتجه الطروحات المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام في إشاعة السلوك العنيف لدى المتلقين باتجاهين، منها من يذهب بتأثيرها الفعلي والآخر يأخذ بتأثيرها المحتمل، وهناك توجس يدعو إلى القلق في كلا الحالتين يمكن أن يمس جوهر منظومة الترابط والأمن المجتمعي.

توجد نظريتان رئيسيتان تطرحان مدى تأثير التغطية الإعلامية للعنف والإرهاب على الرأي العام وهما (البياتي، 16-18 مايو 2017):

• نظرية العلاقة السببية بين الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب:

ووفقاً لهذه النظرية، فإن التغطية الإعلامية للعنف تؤدي إلى انتشار ظاهرة العنف بأشكاله، حيث تتكاثر العمليات الإرهابية كنتيجة طبيعية للتغطية الإعلامية، وبحسب هذه النظرية، هناك ثلاثة أنواع للتأثيرات الإعلامية هي: الوعي والتبني، انتشار العدوى، الوساطة. فالعلاقة بين الطرفين تأخذ شكلاً دائرياً لا ينتهي، حيث يستفيد كل طرف منهما من الطرف الآخر.

• نظرية الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب والعلاقات المتبادلة:

يرى أصحاب هذه النظرية أنه لا يوجد دليل علمي على أن التغطية الإعلامية للعنف هي المسؤولة عن مضاعفة العمليات الإرهابية، فليس هناك أية علاقة قائمة بين المتغيرين، ولهذا يدعو أصحاب هذه النظرية إلى عدم التدخل في أداء وسائل الإعلام عامة وفي علاقتها بالإرهاب خاصة، لأنه من غير المعقول -حسب رأيهم- أن تكون هناك علاقة بين الطرح الإعلامي لقضايا العنف والإرهاب وزيادة معدله.

إلا أن الاتجاه المهيمن في التقصي والبحث يتجه نحو أساس فكرة الآثار المباشرة للسلوك، والنتيجة بالنسبة لبعض المتلقين من التعرض المكثف لنماذج معينة من العنف والتي تؤدي إلى خلق حالة من الشعور بالخوف والقلق والكآبة

بين أوساطهم، (خضور، 1999، صفحة 211) فالعنف يحدث اضطراباً نفسياً وجسماً اجتماعياً للأشخاص والمجموعات، ويمكن أن يكون علنياً أو متسترًا، وتقدم وسائل الإعلام العنف بكل أنواعه الجسدي، العاطفي، النفسي، اللفظي والرمزي. (العياضي، 2004، صفحة 32) والملفت للانتباه أن مواضيع العنف المعروضة في نشرات الأخبار لم تخضع للدراسة بشكل كاف، فوسائل الإعلام المرئية أصبحت تنتج الجريمة والعنف بمختلف أشكاله، لأن تواتر العنف في برامج التلفاز قد أصبح مدعاة للقلق في جميع الأوساط الاجتماعية في العالم (الصباغ، 2004، صفحة 508). وهذه الوسائل لا تكتفي بإعطاء المعلومات تأويلاً انتقائياً فحسب، بل تقوم بتكوين وعي مخطئ ومشوه، أي نسخة غير حقيقية للواقع (القرعاوي، صفحة 154) وتتدخل في تعديل الأحداث بإعطائها بعداً درامياً أو مأساوياً، وتتنافس في عرض الصور الأكثر دموية وعنفاً حتى طال العنف كل البرامج ومنها البرامج الإخبارية (العياضي، 2004، صفحة 38).

يمكن القول بأن الاستفادة متبادلة من العمليات الإرهابية والعنف ما بين الإعلام والإرهاب، فالإعلام يستفيد من خلال ازدياد المشاهدة والقراءة مادياً، والإرهابيون يستفيدون من خلال الدعاية المجانية لأعمالهم من أجل الاستقطاب وإبراز التفوق التقني والنوعي والعددي، وهم يستغلون هولة وسائل الإعلام من أجل السبق الصحفي، وذلك في نشر الصور المروعة، والخسائر والأضرار بشكل متكرر مقرونة بوجهات نظر الإرهابيين، مما يجعل من الإعلام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أداة طيعة في خدمة الإرهاب، فضلاً عن الحضور الفاعل عبر الإنترنت وغيره من الوسائط المعلوماتية التي تروج للأفكار الظلامية الهدامة وتعمل على تجنيد الشباب (البياتي، 16-18 مايو 2017).

فرض بذلك الإعلام الإلكتروني واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، إذ انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق (الربيعي، 2016). حيث تكمن الخطورة في أن هذا الإعلام لا يخضع للقوانين أو اللوائح، مع سهولة إنشائه على الشبكة العنكبوتية، طالما توفرت الإمكانيات المادية والظروف الملائمة والدوافع الافتراضية ومظلات التغطية؛ الواقعية منها أو الافتراضية، والقدرة على المراقبة والتحديث للمحتوى المنشور، وهو ما يؤكد مقولة كاستيل عن العالم الافتراضي (عالم لا تحكمه القيمة وإنما تحكمه الشروط التي يحددها الإنسان التي وفقها يتم عمل الآلة التقنية ذاتها والإنسان هو من يحدد الأهداف لهذه الشبكات وهي نتاج لصراع البشر الاجتماعي) (النجار، 2013، صفحة 322).

بناءً على ما سبق.. فإن الإعلام الجديد أصبح يمثل نظاماً إعلامياً موازياً للإعلام التقليدي، الذي أنتج ظرف اتصالية تنقصه الحرية، وتسيطر عليه الأنظمة بضوابطها السياسية، ويضغط عليه المال بسطوته، مما أبعد في كثير من الأحيان عن اهتمامات الجمهور وقضايا الحقيقة، فضلاً عن انعدام الثقة في معظم المؤسسات الإعلامية الرسمية، بل أصبح له دور فاعل ومؤثر في اختيار الرسالة الإعلامية وتحديد مساراتها، وأضحى الجمهور إلى حد بعيد يصنع إعلامه بدلاً من أن تكون للإعلام وحده سيطرة تحديد أولويات القضايا التي يُفكر فيها الجمهور (البياتي، 2014، الصفحات 457-458). الأمر الذي يدفعنا إلى اختصار المشهد، بتساؤل كبير، من يؤثر في الآخر، الإعلام أم

الجمهور؟ وبالتالي حان الوقت لإعادة النظر بالتراث النظري للاتصال وتحديث نماذجه وتطويرها بما يتلاءم مع هذه التطورات.

5 الإعلام الجديد وأهمية تحديث النموذج الاتصالي:

تمثل التغييرات في البيئة الإعلامية تحدياً جديداً لمنظري الاتصال. وتطرح هذه التغييرات أسئلة مهمة حول ماهية طريقة تغير نظرية الاتصال لكي تتوافق مع الوسائل الإعلامية الجديدة؟ وما المداخل التي يجب أن نستخدمها لتطوير النظريات لتكون أكثر ملاءمة للوسائل الجديدة. والواقع أن هناك ثلاثة مداخل يمكن أن تكون مفيدة في تطوير النظريات لتكون قادرة على التعامل مع الاتصال في الفضاء الافتراضي (نصر، 2016):

- التركيز على المفاهيم النظرية المتصلة بالوسائل الجديدة، والتي تشمل: التفاعلية، الوسائط المتعددة، النص الفائق، الروابط الفائقة، اندماج وسائل الإعلام، المعلومات الرقمية وغيرها.
- بحث إمكانية تطبيق النظريات القائمة على البيئة الإعلامية الجديدة، على سبيل المثال: هل تصلح نظرية وضع الأولويات ونظرية الغرس للتطبيق في الفضاء الافتراضي بنفس الطريقة التي طبقت بها في وسائل الإعلام التقليدية؟ وكيف يمكن تعديل النظريات القائمة للتعامل مع الأنماط الجديدة من الاتصال.
- تطوير نظريات جديدة ومداخل بحثية جديدة للتعامل مع الوسائل الجديدة. ومن أمثلة هذا النوع من النظريات الجديدة الفكرة التي قدمها روجر فدلر (Fiddler, 1997) عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام (Metamorphosis) التي تحاول شرح أثر الوسائل الجديدة على الوسائل الإعلامية التقليدية.

لقد أفرز عصر المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما ويختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام وجعلت منه محورياً أساسياً في منظومة المجتمع، فنحن اليوم أمام إعلام جديد هو (إعلام عصر المعلومات) (شبخاني، 2010، صفحة 437)

لقد دفع هذا الاهتمام عدداً من الباحثين إلى إجراء دراسات لتقويم حالة البحث في هذا المجال بهدف تحديد الاتجاهات البحثية والنظرية فيه، ووضعها في أنماط وتقديم نتائجها وكشف نواحي الضعف فيها واقتراح اتجاهات جديدة للبحث. ومن هذا المنطلق يركز الباحثون في الاتصال على البحث عن إجابات لأسئلة تتعلق بكيفية استخدام الناس لهذه الوسائل الجديدة التي تتميز بالتفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة، ووظائفها وآثارها على الأفراد والمجتمع ككل، وكذلك التأثيرات التي أحدثتها في وسائل الإعلام التقليدية، وللإجابة عن هذه الأسئلة، سلك الباحثون طريقين، الأول يتمثل في تطبيق نظريات الاتصال القائمة على الوسائل الجديدة، والثاني يتمثل في البحث عن نظريات جديدة تناسب بنية وسمات الوسائل الجديدة (نصر، 2016). وقد هيا نشوء المجتمع المعلوماتي مجالاً لتعميم ظاهرة التحول من تقديم (الخدمات الإعلامية) للمتلقى السلبي في عملية الاتصال الجماهيري الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه بلا مشاركة إيجابية واضحة منه في جوانب اختيار أو إعداد أو أساليب نشر تلك المعلومات عبر وسائل الاتصال الجماهيرية

التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر المعلومات والإفادة منها، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام بما يوفر فرص الحوار والتفاهم والتفاعل (عيساني، 2013، صفحة 50).

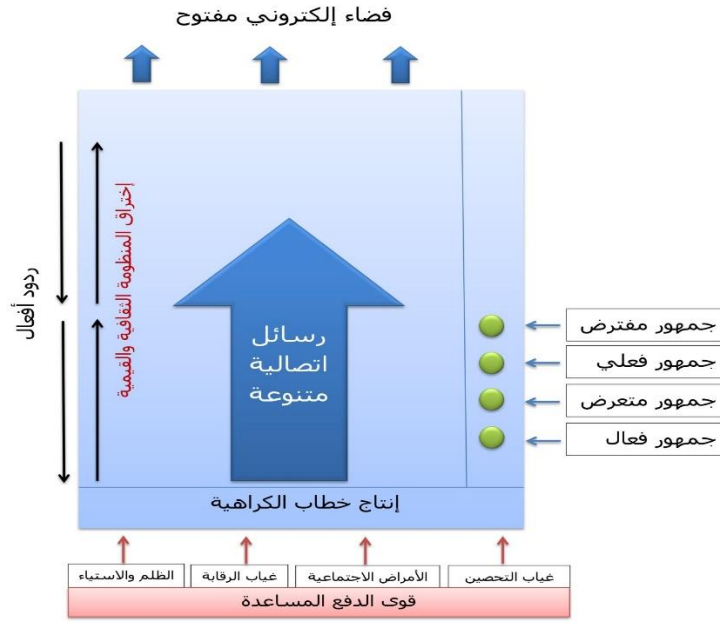
تتبين هنا بدايات تشكيل الساحة الإعلامية مجدداً بدخول وسائل الإعلام الجديد لهذه الساحة، فمن سمات التغيير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالتفاعلية، فقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية ابتداءً من (نموذج شانون ويوفر مروراً بنظرية الرصاصة السحرية ونموذج انتقال المعلومات على مرحلتين ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين) ومفاهيمهما عن حراس البوابة بأن وسائل الإعلام التقليدية تعد وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتفتقر إلى رجع الصدى الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذي اتجاهين أو اتجاهات متعددة (عيساني، 2013، صفحة 50).

6 نموذج إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية:

يمكن لنا بشكل عام أن نلخص الأسس الرئيسية لنموذج إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية في وسائل الاتصال، وخصوصاً الإعلام الجديد من خلال النقاط الآتية (يُنظر شكل رقم 1) (فياض م.، 2017)

- أضحى عالم اليوم أشبه ببنية إلكترونية، تتكون من مجموعة من الطبقات التي تضم شقق ومكاتب، يسكنها أناس يمثلون مختلف الاتجاهات والتيارات والأيدولوجيات، بالإضافة إلى إختلافاتهم الفكرية والعرقية والدينية والطائفية، كما تربطهم المصالح المشتركة في ظل العولمة التي فرضت نفسها بقوة في عالم اليوم.
- النموذج الاتصالي الذي يشبه خط سير خطاب التطرف والإرهاب بالمصعد الإلكتروني الذي يخترق البنية بسرعة فائقة (كتشبيه للوسائل التكنولوجية الحديثة)، وهو اختراق للمنظومة الثقافية والقيمية للجمهور المُخاطب.
- تُعد إمكانية اختراق الفضاء اللامنتمي أصعب بكثير للقائم بالاتصال من اختراق الفضاء المنتمي له، خاصة عندما لا تتوافق رسالة خطاب التطرف والكراهية في اللغة والنص والصورة مع طبيعة الجمهور المتلقي.
- يركز القائم بالاتصال في ترويج خطاب التطرف والكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من تركيزه على وسائل الإعلام التقليدية، لأسباب عدّة، منها:
 - محاولة إخفاء الجهة المرسلة أو القائم بالاتصال.
 - الابتعاد عن المساءلة القانونية.
 - سرعة الوصول إلى الهدف، بحكم التقنيات الحديثة وانتشارها الكبير.
- عادة ما يتكون جمهور الخطاب الإعلامي من مجاميع كبيرة من الأفراد المنفصلين عن بعضهم جغرافياً، والمختلفين في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم، ولا يعرفون بعضهم بعضاً، ولا يتفاعلون أو يتبادلون المشورة والخبرة، وليس لهم تنظيم. كما لا تتوافر لهم مقومات المجتمع، فليس لهم تنظيم اجتماعي أو عادات وتقاليد ثابتة.

- **تركز مؤسسات ووسائل إنتاج وترويج خطاب التطرف والكراهية على بث كم هائل من الرسائل المتنوعة التي تحمل بين سطورها أفكار لإرث تاريخي مدجج بالقصص الحقيقية أو الأسطورية التي تداعب مخيلة المتلقي، وعادة ما تتكرر هذه الرسائل، ولكن بأساليب متعددة أيضاً تبتغي فضاءً إلكترونيًا رحباً ومفتوحاً أمام الجمهور بحكم تعدد وتنوع وسائل الاتصال.**
- **يستند إنتاج خطاب التطرف والكراهية على مجموعة من "قوى الدفع المساعدة" والمتمثلة بمجموعة من العوامل من أهمها:**
 - **غياب التحصين:** يصبح المتلقي فريسة سهلة لخطاب التطرف والإرهاب عندما لا يتوفر الأمن للمواطنين بالقدر الذي يزيد من تنمية الشعور بالانتماء والولاء، وتغيب مؤسسات التوجيه الوطني لبث الروح المعنوية وزيادة الإحساس الوطني بإنجازات الوطن واحترام تراثه الذي يمثل هويته وانتماءه الحضاري، ولا توجد ثقافة مشتركة جامعة تحتوي كل شرائح المجتمع.
 - **الأمراض الاجتماعية:** عندما يغيب التحصين الفكري والاجتماعي، تفرض الأمراض الاجتماعية واقعاً خطيراً يمكن أن يهدم أسس التعايش بين مكونات المجتمع الواحد، مثل الغلو والتطرف والعنصرية والطائفية والتمييز بين الأفراد، فكلها أمراض قد تشكل قوة دفع مساندة لوصول خطاب التطرف إلى مبتغاه المنشود.
 - **غياب الرقابة:** إذا كان مفهوم الرقابة الإعلامية قد اقترن بسياسة تكميم الأفواه أو مصادرة حرية التعبير، وأضحى المفهوم محل ترحيب من بعض الناس، وبعضها الآخر محل استنكارهم، وآخرون بين الأخذ والرد، إلا أن ما يجمع عليه هؤلاء جميعاً هو أن أسباب تطبيق مقص الرقيب قد يكون سياسياً أو أخلاقياً أو دينياً أو اجتماعياً، خاصة وأن بعض وسائل الإعلام استغلت غياب الرقابة المنضبطة وراحت تروج لخطاب التطرف والكراهية بشكل واسع. على سبيل المثال، وخلال أحداث العنف التي ضربت المملكة المتحدة في أغسطس 2011م، قام رئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون بإبلاغ البرلمان بأنه يجب على فيسبوك وتويتر وبلاتيري أن يقوموا بمسؤولياتهم ضد أي محتوى ينشر على شبكاتهم، وتبعها اجتماع لوزارة الداخلية (Home Office) بممثلي هذه الشركات الذين هرعوا لمساعدة الحكومة، وإثبات أنهم يقومون بدورهم ضد كل محتوى يحرض على العنف، ونتج عن كل ذلك عدة وسائل للحد من نشر المحتوى الذي يهدد الأمن القومي.
 - **الظلم والاستياء:** إن الشعور بالظلم السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو التهميش قد يتحول إلى ثقافة استياء قهريّة وكراهية وحقد يمكن أن تزداد مع مرور الزمن، وترسم ثقافة عبثية وغير واعية مرتبطة بأشكال مفزعة من اللاوعي والعجز المكتسب والإحباط الذي يدفع للتضحية بكل شيء، الأمر الذي يجعل الضحية هدفاً لأصحاب الفكر المتطرف ويجعل منه متبنيًا لخطاب الكراهية ومروجاً له، وقد يدفعه إلى الفعل الإرهابي.



شكل (1) نموذج المصعد الاتصالي، إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية (فياض، 2017).

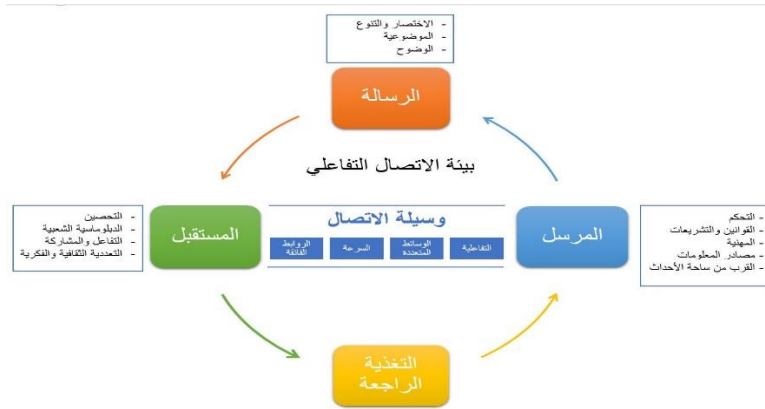
7 مقترح نموذج اتصالي مطور في مواجهة التطرف والإرهاب:

يستند النموذج المطور على عناصر الاتصال الرئيسية المتعارف عليها في العملية الاتصالية، بيد أن مقومات الاتصال التفاعلي الحديث قد اعتمدت على أهمية البيئة التفاعلية وفق النموذج الدائري - التبادلي، وما تتضمنه من معطيات أساسية تتعلق بالوسيلة الاتصالية ومقوماتها التكنولوجية والمعلوماتية.

يرتكز هذا النموذج على مجموعة من الأسس والمبادئ، من أهمها: (يُنظر شكل رقم 2)

- يركز النموذج على مبادئ أساسية تتعلق بالنظريات الاتصالية والاجتماعية، من منطلق قائم على ربط المعرفة بالمهارات الذاتية والمكتسبة.
- يقوم النموذج التفاعلي على مرتكزات أساسية تمثل العناصر الرئيسية للاتصال التفاعلي (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، والتغذية الراجعة)، مع جملة من الاعتبارات الملازمة لهذه العناصر تمثل نقاط التأثير والتأثير.
- لا يمكن عزل خطوات بناء هذا النموذج الاتصالي عن بيئة الجمهور المستهدف، فالعملية تُشكل دائرة مغلقة توفر خطوط واضحة ومتربطة، بحيث يُمكن أن يصبح المرسل مستقبلاً، ويأخذ المستقبل دور المرسل، من خلال عملية تبادل الأدوار.
- تمثل وسيلة الاتصال، بوابة إلكترونية أو رقمية تعطي المرسل والمستقبل فرصاً متساوية في التعبير أو الإصغاء، حيث تستند الوسيلة على التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة، والسرعة في الاستجابة أو نقل الخبر أو المعلومة، وتوظيف الروابط الفائقة.

- العلاقة التنافسية بين المرسل والمستقبل تتمثل في مدى قدرة كل طرف على امتلاك القدرات التكنولوجية والإلمام بمعطياتها المتعددة، واستخدام الوسائط والروابط بمهارة عالية وذكاء، مع أهمية عنصر السرعة في التفاعل مع الآخرين.
- إن أي إخلال بدعامة أو إهمال لخطوة من خطوات بناء النموذج، سوف ينعكس سلباً على طبيعة العملية التفاعلية وخطابها المنتج ويقلل من فاعليته.



شكل (2) نموذج اتصالي مطور في مواجهة التطرف والإرهاب (فياض، 2018).

8 عناصر وعلاقات التأثير والتأثير في النموذج الاتصالي المطور:

المرسل: أو القائم بالاتصال، قد يكون شخصاً عادياً أو فرداً أو معنوياً أو مؤسسة إعلامية، بغض النظر عن ملكيتها. بيد أن هناك مؤثرات يخضع لها المرسل في هذا النموذج المطور ولا بد من مراعاتها، منها:

- **التحكم:** تُعد خاصية التحكم لدى القائم بالاتصال في الهاتف والإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي متوفرة وبقوة، بينما لا تتوفر في حالة الإذاعة أو التلفزيون لأن التحكم بالمضمون الاتصالي يخضع للقائمين على هذه الوسائل.
- **القوانين والتشريعات:** على القائم بالاتصال استيعاب منظومة القوانين والتشريعات الخاصة بوسائل الإعلام، فهناك حاجات مجتمعية وحاجات فردية وعامة يجب حمايتها بواسطة القوانين، كما أن هناك حاجة إلى جيل جديد من قوانين الإعلام، لكن يجب أن يتم إصدار هذه القوانين بعد دراسة جادة لحاجات المجتمع ومعطيات ثورة الاتصال، وأن تكفل هذه القوانين حرية الإعلام، حيث تسهم هذه الحرية في تطوير صناعة الإعلام والاتصال. فالوسائل الجديدة تقدم طرقاً جديدة في التقييد والمنع لم تكن موجودة في السابق، فقد ابتكرت الوسائل الجديدة طرقاً خاصة للحد من حرية التعبير، إذ لأول مرة أصبحت وسائل التقييد التكنولوجية وموجودة داخل الوسائل الإعلامية ذاتها (الليان، يوليو 2014، صفحة 121).
- **المهنية:** إن أغلب المعارف والمهارات الذاتية والمكتسبة التي يتحلى بها الإعلاميون العاملون في المؤسسات التقليدية ووسائلها المعروفة، تكاد تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية

الإلكترونية، وكذلك هي الحقوق المهنية والسياسية والاجتماعية والثقافية والمادية والمعنوية التي يطمح لها هؤلاء الإعلاميون من أجل تحقيق الذات أولاً وتحقيق أهداف المؤسسة التي ينضون تحت خيمتها ثانياً، بيد أن تطور وسائل الإعلام ومواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات المهنة، جعلت أمام الإعلامي تحديات كبيرة، تتعلق بحرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل مع صانعي الحدث أو أطرافه من خلال التفاعل الفوري مع الحدث وكتابة التقرير وتحريره وعدم السماح بالتلاعب في المضمون بحيث يمكن أن يتشوه أو يفقد صورته الحقيقية.

أصبح لزاماً على الصحفي، مع التطور التكنولوجي، أن يجيد التعامل مع أجهزة الحاسوب وبرامجها المتنوعة، فضلاً عن مهارات التحرير والالتزام بالقيم الإعلامية وأخلاقيات المهنة. وكلما طوّر الإعلامي من مهاراته وقدراته الذاتية، أصبح أكثر قدرة في التعامل بمصادقية مع الحدث أو الخبر ووصولاً إلى تسلق اللبنة الأولى في سلّم بناء خطاب إعلامي متوازن وآمن.

■ **تنوع مصادر المعلومات:** إن التنوع في النظم الإعلامية ينتج مزيداً من التعددية في إطار الملكية التي يجب أن تعكس تنوعاً واضحاً على المستوى الدولي، وبالتالي تأخذ الملكيات المختلفة لوسائل الإعلام دورها في توضيح الحقائق والمعلومات وعرض كل وجهات النظر، فتظهر وسائل الصحافة والإعلام في مستوياتها المختلفة الخاصة والحكومية والتعاونية والإلكترونية البديلة والمتخصصة، إلى جانب صحافة وإعلام المجتمعات المحلية. أو تبرز في مستويات متباينة من حيث حجمها، فتظهر وسائل إعلامية صغيرة ومتوسطة وكبيرة تتيح فرصة للجماعات والأقليات والتيارات الفكرية ومنظمات المجتمع المحلي للتعبير عن نفسها، وهذا ما يعبر عنه بتعددية المصادر الإعلامية أو مصادر المعلومات (الصريرية، ديسمبر 2016).

■ **القرب من ساحة الأحداث:** بالإضافة إلى الصحفيين المحترفين التابعين للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية، أضحت ساحات الأحداث تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماماً وجاهزين للدفع بالأخبار في التو واللحظة، خاصة لمواقع ومنابر الإعلام الجديد، وكلما كان القائم بالاتصال قريباً من الحدث، ازدادت مصداقية رسالته الإعلامية.

■ **الرسالة:** مضمون يرغب الشخص القائم بالاتصال بتوصيلها باستخدام الرموز (لفظية أو غير لفظية)، يمكن تفسيرها من قبل الجميع بنفس المعنى، لأن اختلاف المعنى أو اللفظ قد يسبب حرجاً أو نتيجة عكسية. والرسالة الناجحة هي التي تتضمن أو تتميز بالآتي:

■ **الاختصار والتنوع:** في عالم اليوم لم تعد الرسالة الإعلامية تعتمد على المساحة أو الإسهاب والإطناب، بل الاختصار وانقاء المفردات القادرة على تكوين المعنى المطلوب، مثلما قد تنتهج الرسائل ما بين أخبار ومعلومات وصور ورسوم أو رموز مجتزأة، ولنا في تويتر خير مثال.

- **الموضوعية:** الحيادية والموضوعية والنزاهة هي المفاهيم الأقرب إلى قلوب الإعلاميين، والأشد غموضاً في رسالتهم الإعلامية أو خطابهم المهني، والأكثر عرضة للإهمال والتخلي في إنتاجهم الإعلامي، وكثيراً ما يسود الخطاب الإعلامي، فضلاً عن الانحياز، الغموض أيضاً، وهو غموض يبدو أنه ناتج في أغلب الأحيان، عن غموض في وعي هذه المفاهيم التي تُشكل الأسس الضرورية لأي إعلام فاعل، وفي ذلك يرى مايكل شادسن الأكاديمي الأمريكي في علم الاجتماع، أن الاعتقاد بالموضوعية هو إيمان بالوقائع، وانعدام الثقة بالقيم، والتزام بانفصال تلك الوقائع والقيم بعضها عن بعض. وبالتالي لا يمكن إحالتها إلى الأيديولوجيا السائدة لدى جمع الأخبار والمعلومات وصياغتها، بل من خلال الاعتماد على شهود العيان وتسلسل الأحداث والتثبت من صحة الوقائع، عبر تعدد المصادر، والموازنة بين وجهات النظر، ثم التوافق مع السلطة الرابعة المستقلة عن الحكومة والالتزام بمصالح الجماعات (الأمين، 2015، الصفحات 41-43)
 - **الوضوح:** حيث تلعب درجة وشفافية الرسالة الاتصالية دوراً مهماً في ترسيخ معانيها في أذهان المتلقين، وتعزيزاً للمصداقية، فوسائل الإعلام الجديد تعتمد على النص الواضح القادر على التأثير.
 - **المستقبل:** أو متلقي الرسالة الإعلامية، سواء أكان شخصاً واحداً أم مجموعة أو جمهوراً عريضاً في مجتمع محدد، وهذا المتلقي يمكن أن يصبح مرسلأ في ذات الوقت، طالما امتلك أدوات التفاعل عبر الوسيلة الاتصالية، بيد أن المستقبل عادة ما يتلقى كميات هائلة من الرسائل والمعلومات، الأمر الذي يجعله عرضة للوقوع فريسة لأشخاص أو منظمات ذات أهداف تخريبية، لذا يجب أن نقف عند بعض المؤثرات التفاعلية، منها:
 - **التحصين:** هو أية عملية أو ممارسة أو تداخل يستهدف توفير الحماية والحصانة للفرد أو المجتمع ضد المخاطر أو الشرور، أو التقليل من أثارها المحتملة أو عواقبها التي قد تؤدي إلى نتائج خطيرة، وهو إدراك المجتمعات لأهمية تحصين المجتمع والفرد في مواجهة الأخطار، مثل الأفكار الهدامة والممارسات المضرة بالمجتمع فضلاً عن الكوارث الطبيعية والأمراض.
- لقد أحدثت العولمة بثتى صورها وكافة أشكالها وباختلاف آلياتها وقنواتها تغيراً جذرياً في أنماط التفكير في المجتمع، وذلك لأن تأثيرها تجاوز كل الحدود المحلية ليأخذ طابعاً عالمياً. ولقد أفرزت العولمة الكثير من الأخطار والتداعيات التي تعد تهديداً للأمن الفكري للمجتمعات، وبات الأمن الفكري هاجساً قومياً ومطلباً وطنياً، ورؤية استراتيجية تستتفر جميع أفراد المجتمع لبذل أقصى جهودها وطاقتها لتحصيلها، ولا يبقى تحقيق الأمن الفكري قائماً عند حدود أجهزة الدولة السياسية ووحدها الأمنية فحسب، بل أصبح لزاماً على كافة المؤسسات المجتمعية، بما فيها التربوية والتعليمية، السعي لتضافر الجهود وتكامل الأدوار لتحقيق مبادئ الأمن الفكري داخل المجتمع (كنعان، 2004، صفحة 18)

■ **الدبلوماسية الشعبية:** باتت اليوم القنوات الدبلوماسية الرسمية الممثلة للدول والحكومات تتزاحم في فضاء التواجد الأفقي عبر إيجاد قنوات إعلامية رقمية شعبية على تماس مباشر مع الجماهير، تعمل من خلالها على نشر أنشطتها وإبراز أخبارها وتوصيل صوتها وعكس صورتها، بطرق مستحدثة لم يكن مسموح بها في العرف الدبلوماسي التقليدي إلى فترة قريبة جداً. ومتى ما استطعنا أن نبني جيلاً واعياً يتعامل بأناقة وأتكيت مع وسائل التواصل الاجتماعي لشعوره بأنه يمثل أمة أو دولة أو مجتمع بدون قرار أو تنصيب رسمي، فحينها سنكون قد قطعنا شوطاً كبيراً في التنمية البشرية.

■ **التفاعل والمشاركة:** إن تحقيق عملية الإصلاح الجذري لمنظومات الدول، لا يتم دون عقد اجتماعي بين الدولة ومواطنيها، يكون ترجمة للتوافقات الكبرى والقيم المركزية المؤطرة للاجتماع البشري للمواطنين في رقعة معينة، ويستند إلى قيم حقوق الإنسان وحكم القانون وضمان فرص التنافس العادل، وتمكين مختلف القوى السياسية والمدنية من التعبير عن آراءها ومصالحها ومطالبها من خلال قنوات شرعية، تسمح لها بتنفيذ وتجسيد طموحاتها بشكل عادل ومتوازن لا يضر بمصالح الفئات الأخرى، وتحقيق المشاركة والتفاعل لجميع الفئات الاجتماعية دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو الدين أو غيرها من الاختلافات، وهو بذلك تأسيس لمفهوم المواطنة بمعناه العصري، كما هو متعارف عليه دولياً (بونعمان، 2012، صفحة 157)

■ **التعددية الثقافية والفكرية:** يشير مفهوم التعددية الثقافية إلى وجود تباينات ثقافية تشمل الأنماط الثقافية للمجتمعات الإنسانية، وتعدد هوياتها الثقافية وتباين منظومة قيمها وعاداتها وتقاليدها وأنماط حياتها وتراثها. ويشمل هذا التباين المجتمعات الإنسانية بصورة عامة، والمجتمعات التي تشكل نطاقاً واحداً حينما تسود فيها ثقافة جامعة إلى جانب ثقافات فرعية، الأمر الذي يعكس حالة من حالات التنوع الثقافي في إطار الإقرار بوجود ثقافة جامعة.

■ ولعل أبرز ما خلفته التحولات الكبرى على الصعيد السياسي والاقتصادي والتقني التي شهدتها العالم خلال العقدين الأخيرين هي تأثيراتها المتنامية على الخصوصية الثقافية لمجتمعات العالم المختلفة. مثلما أن التعددية الفكرية هي اعتراف بأن العقل الإنساني ما زال يعمل ويجتهد، فهي في الوقت ذاته إقرار بأن الفكر الإنساني قائم على التنوع والديناميكية، وهي كذلك تأكيد على أن أحادية الفكر تمثل معوقاً للحركة الفكرية ومعطلاً لصبغ التقدم والتجديد (الصرايرة، ديسمبر 2016)

التغذية الراجعة: ونقصد بها الاستجابة التي يبديها المستقبل تجاه الرسالة.

الوسيلة: وهي الوسيط الإلكتروني الذي من خلاله يتفاعل الجمهور وبقوة، وهذا الوسيط قد يكون جهاز الهاتف، وخاصة المحمول، أو شبكات الإنترنت، بما تضمنه من مواقع إلكترونية وبرامج ومواقع تفاعلية واجتماعية هائلة، أو

القنوات الفضائية أو الإذاعات المسموعة التي أضحت هي الأخرى وسيلة تعتمد على تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بشكل كبير. وتتميز الوسيلة في بيئة الاتصال بالتفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة والسرعة في انتقال المعلومة فضلاً عن استعمال وتوظيف الروابط الفائقة.

بيئة الاتصال: ونعني بها الجو العام المتمثل في المحيط النفسي والمادي الذي يحدث فيه الاتصال، وتشتمل البيئة على المواقف والمشاعر والتصورات والعلاقات بين المتصلين، وكذلك خصائص المكان مثل سعته، وطبيعته، وترتيبه، ودرجة الحرارة فيه، ولا شك في أن بيئة الاتصال تؤثر على طبيعة الاتصال ومدى جودته. كذلك السياق الذي يتم فيه الاتصال (هل اتصالنا بالآخرين رسمي أو عادي، هل هو ثنائي أو مع مجموعة صغيرة أو كبيرة ... إلخ) وهذا يتطلب منا تحديد ما نقول وما نفعل. وتبعاً للنموذج التفاعلي، يمكن القول إن الاتصال في الوسائط الإلكترونية وخاصة الهاتف والإنترنت هو اتصال يمكن أن يكون (تزامني أو لا تزامني)، بينما يكون حتماً (تزامنياً) في الإذاعة أو التلفزيون.

9 الخلاصة:

يظهر مما سبق أن مفهوم بيئة الاتصال التفاعلي، في مواجهة التطرف والإرهاب، يتسع للعديد من المرتكزات والمتطلبات، ويتجاوز حدود عرض الرأي والرأي الآخر، فالنظرة الشمولية للمفهوم لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار مجموعة التعديلات التي أشرنا إليها سابقاً في هذا البحث والتي تمثل عناصر أساسية، ومكونات مهمة، تساعد بشكل كبير على فهم معنى الدور المستقبلي للإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب وخطاب الكراهية التي اكتظت به وسائل الإعلام التقليدية منها والحديثة، لذا حاولنا تطوير نموذج اتصالي تفاعلي، رغم يقيننا أن نظريات الاتصال ونماذجها كانت وما تزال موضع جدل من الناحية الفكرية فضلاً عن الناحية العملية، تبعاً للتبعات السياسية والثقافية والاجتماعية المتنوعة في هذا العالم. ويشير النموذج المقترح الذي تمت الإشارة إليه إلى مكونات المفهوم إلى جانب العلاقات التي تحكم عملية التأثير والتأثر بين هذه المكونات.

قائمة المراجع

- Fiddler, R. F. (1997). *Media morphosis: Understanding New Media* . Sage Publications, Inc First edition .
- O.A, M. (March 2009). *The challenge of social network* . Administrative theory and praxis issue 1.
- Vankort. (2007). *The impact of democratic on electronic media rural development* . first monday volume 7, number 4.
- إبراهيم إمام. (1985). *أصول الإعلام الإسلامي* . القاهرة: دار الفكر العربي.
- ابن منظور، محمد بن مكرم (صححه) أمين عبد الوهاب ومحمد العبيدي. (1999). *لسان العرب* . بيروت : دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي .
- أحمد كنعان. (أبريل , 2004). دور التربية في مواجهة العولمة وتحديات القرن الحادي والعشرين - تعزيز الهوية الحضارية والانتماء . *ندوة العولمة وأولويات التربية* . الرياض : كلية التربية، جامعة الملك سعود .
- آرثر آساويرغ ترجمة صالح ابو أصعب. (2012). *وسائل الإعلام والمجتمع* . الكويت : سلسلة عالم المعرفة العدد 386.
- إسماعيل الأمين. (2015). *الثقافة المعاصرة* . بيروت : شركة المطبوعات للنشر والتوزيع .
- أكرم فرج الربيعي. (2016). *الإعلام الجديد ومستويات التحكم بالعملية الاتصالية وتوجيه الرأي العام. المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ضوء التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي* . عمان: كلية الإعلام، جامعة البترا.
- أكرم فرج الربيعي. (2018). *الممارسة الخفية والمعلنة لعنف اللغة في وسائل الإعلام* . عمان : دار أمجد للنشر والتوزيع .
- العربي بو عمارة. (18-16 مايو 2017). *المنظومة الإعلامية الجديدة والأمن الاجتماعي، مقارنة معرفية في الأنساق والسياق. المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري* . الأردن : كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء .
- أمل اليازجي، محمد عزيز شكري. (2002). *الإرهاب الدولي والنظام العالمي الراهن* . بيروت ودمشق: دار الفكر المعاصر.
- أنثوني غيدنيز ترجمة فايز الصباغ. (2004). *علم الاجتماع* . بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
- باقر النجار. (2013). *الفضاء السيبراني، عن كتاب الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم* . بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- جون كورنر ترجمة أديب خضور. (1999). *التلفزيون والمجتمع* . دمشق: المكتبة الإعلامية.
- حارث القرعوي. (بلا تاريخ). *الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة اليوم. مجلة المستقبل العربي*.
- حسني محمد نصر. (2016). *من السلطة إلى دوامة الصمت: واقع توظيف نظريات الإعلام التقليدي في بحوث الإعلام الجديد. المؤتمر العلمي الثاني* . جامعة البترا.
- حمزة أحمد أمين بيت المال. (2011). *أهمية التخطيط الاتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بأخطار المخدرات وأضرارها* . الرياض: مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز.
- رحيمة الطيب عيساني. (2013). *الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. مجلة الباحث العلمي، العدد 20*.
- سلمان بونعمان. (2012). *فلسفة الثورات العربية، مقارنة تفسيرية لأنموذج انتفاضي جديد* . بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات.
- سميرة شيخاني. (2010). *الإعلام الجديد في عصر المعلومات* . مجلة جامعة دمشق العدد الأول + العدد الثاني .
- شريف درويش اللبان. (يوليو 2014). *الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد. مجلة رؤى استراتيجية، القاهرة*.
- شفيق حسنين. (2010). *الإعلام التفاعلي* . القاهرة: دار فن للطباعة.
- عاطف فؤاد. (1988). *الحرية والفكر السياسي المصري* . القاهرة: دار الكتاب.
- عباس مصطفى صادق. (2008). *الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات* . عمان: دار الشروق.
- عبد اللطيف حمزة. (2002). *الإعلام له تاريخ ومذاهبه* . القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عبد الله محمود عدوي. (13-14 ديسمبر 2016). *ملكية وسائل الإعلام والتحولات الثقافية في الاعلام الجديد. المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الأعلام التقليدي والجديد في ضوء التحولات التقنية والاجتماعية والثقافة في الوطن العربي* . عمان : كلية الاعلام، جامعة البترا .
- محمد أحمد فياض. (2017). *محاورة خطاب الكراهية وتعزيز الأمن الفكري في وسائل الإعلام. المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم* . الأردن: جامعة الزرقاء .
- محمد المنصور. (2012). *تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين. رسالة الماجستير في الإعلام والاتصال*.

- الدنمارك: كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك.
محمد بن يعقوب، الفيروز آبادي. (2005). القاموس المحيط، شرح تاج العروس، لسان العرب، معجم مقاييس اللغة، الصحاح والمصباح المنير. مؤسسة الرسالة ط8.
- محمد نجيب الصرايرة. (ديسمبر 2016). التعددية الإعلامية على الصعيد الدولي نحو نموذج مطور. المؤتمر العملي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد. عمان: جامعة البترا.
- ميشال انيولا. (2004). الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية. العين: دار الكتاب الجامعي.
- نسرين حسونة. (2014). الإعلام الجديد، المفهوم الوسائل والخصائص والتطبيقات. شبكة الألوكة. <http://blog.aminorg/nisreenhassouna/2018/01/06>
- نصر الدين العياضي. (2004). وسائل الإعلام والمجتمع. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
- ياس خضير البياتي. (16-18 مايو 2017). المسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام العربية في تحصين الشباب من التطرف والعنف. المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري. الأردن : كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء.
- ياس خضير البياتي. (2014). الإعلام الجديد، الحرية والفوضى والثورات. الإمارات: هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام.