

التطور التاريخي للاتصال المرئي ودوره وأهميته في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي

إعداد

رمضان سعد عبد السميع مره

المسجل لدرجة الماجستير في الآداب قسم علم الاجتماع

إشراف:

أ.د/ مصطفى مرتضى علي محمود د/ صبري بديع عبدالمطلب

مدرس علم الاجتماع

كلية الآداب

جامعة دمياط

١٩٩

أستاذ علم الاجتماع

ووكيل كلية الآداب

جامعة عين شمس

تمهيد

فرضت العولمة نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة، وأفرزت نظاماً عالمياً يعتمد علي الانفتاح الإعلامي الدولي، وزيادة التقارب الإتصالي بين الدول، وأصبحت تستخدم بموجبها أشكالاً جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا.

ويمكن القول أنه من الصعب الاتفاق علي تعريف للعولمة لكثرة الرؤي حولها، فالعولمة ترجمة للمصطلح Globalization وهي تعني إكساب الشيء طابع العالمية، وهي تمثل مشروع حضاري غربي متكامل.

إن العولمة كما يراها الكثير من المفكرين هي سيطرة وغلبة ثقافة من الثقافات علي جميع الثقافات في العالم.

وهناك فرق بين العالمية والعولمة ، فالعالمية تفتح الخصوصية ، وترتقي إلي ما هو عالمي أي أنها تعتبر قاسماً مشتركاً في إطار التساوي في التعايش بين الأفراد، أما العولمة فهي تمثل وجهة نظر خاصة تريد أن تبسط سيطرتها علي المستوي الإقليمي أو العالمي (i) ويمكن توضيح أبعاد العولمة فيما يلي:-

أولاً : البعد الاقتصادي:

هو البعد الأكثر وضوحاً في أبعاد العولمة، إذ أن مفهوم العولمة قد كرسه اتفاقية اقتصادية هي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات وبناءً علي هذه الاتفاقية، يتم إلغاء الرسوم الجمركية، ومن ثم يتسنى للشركات أن تقيم المصانع كما يمكن تحويل ملكية الدولة للقطاع الخاص ، في إطار ما يسمى ب الخصخصة، وتحرير أسواق المال.

ثانياً : البعد السياسي:

إن الحالة الاقتصادية تظهر انعكاساتها علي الأوضاع السياسية في الدولة حيث يتم الحديث عن الديمقراطية وحرية الإعلام وحقوق الإنسان...الخ(ii).

ثالثاً : البعد الثقافي :

من أهداف العولمة أن يسير البشر علي النمط الغربي، ووفق تقليده ويبدو ذلك أكثر وضوحاً في أنشطة المؤسسات الغربية ومن الأنشطة التي تعتبر مظهر من مظاهر السيطرة الثقافية مؤتمرات المرأة العالمية ومن انعكاسات العولمة علي الجانب الثقافي ما بدا واضحاً في مؤتمرات الأمم المتحدة.

وبعد الإعلام آلية من الآليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تنفيذ الأبعاد الأخرى للعولمة ومقصود العولمة هو إزالة الحواجز والحدود بين الثقافات وحركة الاقتصاد والمجتمع وإتاحتها للجميع علي العالم، ومن هنا نجد وسائل الاتصال العربية والقنوات الفضائية أمام تحدي كبير ، وهو تأثير تيارات العولمة المتعددة.(iii)

إن ظاهرة التدفق الإعلامي الحر بدأت تأخذ مكانها دولياً خلال الحرب العالمية الثانية، وهو الوقت الذي برزت فيه الولايات المتحدة الأمريكية كقوة مؤثرة في العالم، وتعرض الدول العربية كغيرها من دول العالم الثالث إلي ذلك التدفق آحادي الاتجاه ، خاصة وأن للدول الغنية طموحات في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.

كذلك فهناك اختلال كمي بين الدول النامية في المواد الإعلامية، كما أن هناك اختلال نوعي بين ما يطلق عليه الأنباء السارة والأنباء السيئة، إذ تغطي أنباء الدول الغنية الابتكارات ومظاهر التطور، بينما تظهر أنباء الدول النامية من بوابة الأزمات. (iv)

أولاً: الإعلام الجديد

- مفهوم الإعلام الجديد

إن الإعلام الجديد يطلق علي كل ما يمكن من استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام بعد ثورة الإنترنت واستخدامه من قبل الأفراد والجماعات علي الشبكة

العنكبوتية ويعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

إن الإعلام الجديد يمثل مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال ويشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي ويدل على التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات.

ويعرف الإعلام الجديد على أنه جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال.^(٧)

ويمكن تقسيم الإعلام إلى الأقسام الأربعة الآتية:

(١) الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات غير مسبوقة، ومجموعة من تطبيقات لا حصر لها، فهو بالنسبة للإعلام، مثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الثالث أي الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون.

(٢) الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

(٣) نوع قائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية.

(٤) الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية والكتب الإلكترونية وغيرها.

ويرى الباحث أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية وقد نجح الإعلام الجديد في

دمجه للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، علي الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير للنموذج الاتصالي الذي يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلي من يريد وبطريقة واسعة الاتجاهات.

ثانياً: خصائص الإعلام الجديد

يتسم الإعلام الجديد بعدة خصائص ومنها:

- تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة كبيرة من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
- تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلي اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
- الإعلام الجديد جعل من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلي جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
- الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط، انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.
- غياب التزامنية وعدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول علي المحتوى في أي وقت يريده.
- الانتشار وعالمية الوصول إلي جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلي عالميته وقدرته علي تجاوز الحدود الجغرافية.

- قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوي .

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي

إن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار وغرف الدردشة، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى وقد انتشرت بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها علي جميع المجتمعات^(vi)

وقد أكدت العديد من الدراسات أن أهم أربعة دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي: (الترفيه والتسلية ٨٧ % - الدراسة ٧٩ % - البحث عن أصدقاء الطفولة ٧٨ %- متابعة الأخبار السياسية ٧ %).^(vii)

إن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت عملية ربط الأفراد ببعضهم البعض، وتتميز بسهولة استخدامها وسرعة الوصول للنتائج المرجوة منها، ومن أبرز تلك الشبكات نذكر منها :اليوتيوب وتويتر وفيس بوك وانستجرام وسناب تشات واتساب ويمكن توضيح أهم مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية في التالي:-

أ) تويتر : Twitter

يعد أحد وسائل التقنية التي تسمح بنشر المعلومات والفيديوهات والرسائل القصيرة ، كما أن تويتر يسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة.^(viii)

ب) الفيس بوك : FaceBook

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط و صداقات، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف بالمجتمع بهويتهم.^(ix)

ج) اليوتيوب: YouTube

هو وسيلة يقوم من خلالها المستخدم بتحميل محتوى إلكتروني، سواء صورة أو صوت علي شبكة الإنترنت، وبإمكان المستخدمين الآخرين الاطلاع عليه ومشاهدته في أي وقت وهذا أكثر ما يميز هذا الموقع؛ إذ لا يحمل مستخدميه أي تكلفة مادية، وفي ذات الوقت أتاح فرصة لملايين المستخدمين للتعامل معه مجاناً في شتي أنحاء العالم ويعد يوتيوب من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تأسس عام ٢٠٠٥ م.

د) سناب تشات: Snap Chat

يعد سناب شات من أشهر تطبيقات المراسلة الحديثة، ويسمح هذا التطبيق بإرسال الصور والفيديو، وإضافة الرسومات^(x).

هـ) انستغرام: Instagram

الانستجرام يمثل شبكة اجتماعية مخصصة لتبادل الصور والفيديوهات فهو وسيلة من وسائل التواصل وتم تطوير هذا الموقع من خلال شركة فيس بوك، وحاز هذا الموقع شهرة واسعة بين رواد شبكة الإنترنت.^(xi)

و) واتس آب: What's app

هو تطبيق يستخدم في التواصل عن طريق الصور والفيديو والرسائل، ويعتمد برنامج الواتس اب علي خدمة الإنترنت في الهواتف بشكل أساسي حيث يتوجب وجود اتصال بشبكة الإنترنت^(xii)

١) دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب كما يلي:

أ) بعد المسافات بين الأهل والأقارب:

أدى بعد المسافة بين الأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث علي طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سببا هاما للجوء إلي استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

ب) أوقات الفراغ:

يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء في محاولة منهم للقضاء علي الشعور بالملل والرغبة في التجديد، وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر وقد سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات. (xiii)

ج) التسويق أو البحث عن وظائف:

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة تسويقية فعالة لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، بالإضافة إلي سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها (xiv).

٢) تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ) اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات: استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم، كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات علي مستوي العالم.

ب) نافذة علي العالم: وجد الملايين الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع علي أفكار وثقافات العالم.

ج) فرصة لتعزيز الذات: عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي، يصبح لك كيان مستقل وعلي الصعيد العالمي.

د) منبر للرأي والرأي الآخر: من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل علي صفحاتها، وإضافة المحتوي مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن التوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصرية (xv).

من هنا يري الباحث أن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك / توتير..الخ) أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والسياسي والثقافي، والأحداث الأخيرة التي شهدتها المنطقة العربية أو ما بات يعرف بالربيع العربي خير دليل علي قوة تأثير هذه الوسائل وقدره هذا النوع من الإعلام علي التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي ، يضاف إلي ذلك أن التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات والإعلام قد أنتجت مشكلات أخلاقية كثيرة أصبح من الضروري مواجهتها، فقد أدت هذه التكنولوجيا إلي زيادة القدرة علي النقل الحي للأحداث من مواقعها في الوقت الذي تحدث فيه، وكان لذلك تأثير سيئ علي المعايير الأخلاقية للتغطية الإخبارية.^(xvi)

رابعاً: نظريات الإعلام الجديد

(١) نظرية الاستخدامات والإشباع

إن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لم يسهلن فقط عملية الوصول إلي المعلومات والأخبار والبيانات؛ بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير والمشاركات المختلفة.

يعرف الاستخدام علي أنه نشاط اجتماعي يتحول إلي نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار ويعتبر الإشباع نوع من الرضي الذي يتحقق عند بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما كما أن مفهوم الإشباع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الدافع والحاجة وهناك عدة إشباعات تتحقق لدي الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الجديد يمكن إدراجها كالتالي:

- استكشاف كل ما هو جديد من معلومات.

- الترفيه والمتعة بالاستماع إلي الموسيقى والأفلام.
- إشباعات معرفية تتعلق بالبحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف مجالات الحياة.
- الحفاظ علي الاتصال مع الآخرين، فشبكات الإعلام الجديد تحقق أشكالاً عديدة من الاتصال (واحد لمجموعة، واحد لواحد، مجموعة لمجموعة.) من خلال استعمال البريد الإلكتروني، جماعات المناقشة، غرف الحوار والدرشة^(xvii).
- إن نظرية الاستخدامات والإشباعات جاءت علي أنقاض نظرية التأثير القوي المباشر لوسائل الإعلام ولقد لقيت فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات استحسانا من طرف الباحثين في مجال الإعلام والاتصال واعتبروها مناسبة لتطبيقها علي الإعلام الجديد^(xviii).

وعلي الرغم من الدراسات المعاصرة للاستخدامات والإشباعات، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة كالقنوات الفضائية والكمبيوتر والإنترنت، حيث تمثل هذه النظرية مدخلا علميا مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في مختلف مراحل التطور التي مرت بها وسائل الاتصال، كالتفاعلية وتجزئة الجمهور والمضامين الاتصالية للوسائل الجديدة كالإنترنت.

وتركز النظرية علي الأهداف التالية: (xix)

- السعي إلي اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلي الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد علي نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

- الكشف عن "الإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

١- الجمهور النشط: لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقود المحتوى المطلوب، إذ يري بلملر أن نشاط الجمهور له بعدان:

أ -التوجيه النوعي للأفراد: وهو علي ثلاث مستويات (الانتقائية-الانشغال-المنفعة)

ب-البعد المؤقت: يضم الآتي "الانتقاء قبل التعرض-الانتقاء أثناء التعرض-الانتقاء بعد التعرض"(xx)

٢- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية.

٣- الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:

لقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يلي:

١-الحاجات الأساسية: مثل الحاجة إلي التواصل مع الآخرين، الحاجة إلي الاستقرار الاجتماعي، الانتماء

٢-الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها.

كما تم تصنيف الدوافع إلي:

* دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق إشباعات فردية.

* دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول علي تقديرهم أو إثباتاً لذاته، أي أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية.

٤- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرف مفهوم التوقع لدي بعض الباحثين أنه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من سائل الإعلام أو الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وعموماً تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والإشباعات أن لدي أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم علي إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية (xxi)

٥- إشباعات وسائل الإعلام:

وفق مدخل الاستخدامات والإشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول علي نتيجة يطلق عليها الإشباعات، وتم تقسيم الإشباعات إلي نوعين رئيسيين هما:

أ- الإشباعات المطلوبة: أي الإشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من إشباعات يتحقق.

ب- الإشباعات المحققة: أي الإشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق إشباعات حقيقية لحاجات الجمهور.

التفاعلية من منظور نظرية الاستخدامات والإشباعات:

إن استخدام وسائل الإعلام الجديد يسمح بالاندماج الاجتماعي (بناء علاقات، التعارف، الحفاظ على العلاقات مع الأصدقاء والعائلة) ولقد تم ربط مفهوم الاستخدام بعدة إطارات تتم من خلاله العملية وهي التفاعلية، النشاط، الوظيفة والسياق.

التفاعلية: هي درجة تفاعلية الفرد مع محتوى الوسيلة الإعلامية أو مع الآلة وتكنولوجياتها وتطبيقاتها، فقد تحدث العملية التفاعلية من خلال تفسير المحتوى وترجمته أوفك رموزه وفق اعتبارين هامين:

- الاعتبار الأول: التفاعلية هي عملية اجتماعية ونفسية.

- الاعتبار الثاني: التفاعلية هي عملية تفاعلية شخصية.^(xxii)

ويري الباحث أنه في الإشارة إلى التفاعلية، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تتمتع بمستوي أكثر قوة وارتفاعاً من وسائل الإعلام التقليدية، كون الفرد قصدي في تعرضه وتصفحه للمواقع.

٢) نظرية المجال العام الرقمية

أصبح لشبوع وسائل الإعلام الجديد واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر اتصالي جديد أطلق عليه البعض عدداً من المسميات مثل:

العالم الافتراضي، الاتصال الرقمي، ومنذ أواخر عام (٢٠٠٥) دخلت شبكة الإنترنت مرحلة جديدة، أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلين لها في آن واحد، فالإنترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلي المعلومات والأخبار والبيانات؛ بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة. (xxiii)

إن مرتادي شبكات الإعلام الجديد ينتمون إلي مشارب مختلفة، ولهم اهتمامات واحتياجات مختلفة، وبعضهم يري أن هذه الاهتمامات والاحتياجات لا تجد من وسائل الإعلام والاتصال الاهتمام اللائق لتلبيتها بصورة كافية، فضلاً عن عدم تغطية هذه الوسائل لجميع الأنشطة التي يقومون بها، مما دفع هؤلاء الأفراد لتقديم محتوى يخصهم وحدهم، وبما يمكنهم من نقله لغيرهم ، وقد بدأت الأدبيات الإعلامية تعود إلي نظرية المجال العام في محاولة لإيجاد غطاء نظري تستظل به وسائل الإعلام الجديد بما فيها الإعلام الاجتماعي لدراسات الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها (xxiv).

لقد أدي تطور مفهوم المجال العام بعد الإنترنت وتطبيقاته الإعلامية، وما ارتبط به من دخول وسائل الإعلام الجديدة إلي تحول في طبيعة هذا المجال العام ليكون أكثر مرونة اتصالية واستجابة لاحتياجات المشاركين، حيث وسع من قدرة المجتمع المدني علي المشاركة والتفاعل، كما أنه وسع من نطاق المجال العام ذاته لينشأ مجال عام يتأسس علي شبكة الإنترنت. (xxv)

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلي رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد ويعتمد علي أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد.

وتؤكد نظرية المجال العام علي أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر علي الجهة الحاكمة. (xxvi)

خامساً: تأثير الاتصال المرئي

يقوم الاتصال المرئي بدور مؤثر في تشكيل الثقافة السياسية للرأي العام، ومن بينهم الشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم ثقافته السياسية من خلال المناقشات السياسية، هذا إلي جانب أنماط التنشئة السياسية التي تكسب الأفراد قيم ومبادئ واتجاهات سياسية تسهم في تكوين سمات الشخصية بالنسبة للفرد.

كما يقوم الاتصال المرئي بدور أساسي في تدعيم المفاهيم السياسية بشكل عام والربط بين الجماهير وتطبيق السياسة حسب الإطار العام للمجتمع، وهو ما أكدته كارل دويتش من أن عملية الاتصال تعد الجانب المحوري في أي نظام سياسي علي أساس نموذج الذي أشار فيه إلي أن المعلومات تساعد الأفراد علي اتخاذ قرار يترجم إلي أفعال تنفيذية.

وتتعدد المؤسسات الاتصالية التي تساهم في تكوين الوعي السياسي للشباب، سواء كانت مؤسسات مباشرة ينتمي إليها الشباب مثل الأسرة، والجامعة، ومؤسسات العمل والأحزاب السياسية والمؤسسات الدينية أو مؤسسات اتصالية غير مباشرة مثل وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة. (xxvii)

وتلعب وسائل الاتصال في هذا الإطار دوراً سياسياً كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية إلي جانب دورها في التنشئة السياسية حيث تعمل علي تعديل الاتجاهات وتشارك في تكوين القيم، إضافة إلي كونها وسائل اتصال بين النخبة والجماهير وتساعد الأفراد علي إدراك القضايا والموضوعات السياسية، وتزيد وعيهم السياسي من خلال زيادة حجم ونوع المعلومات لدي الأفراد.

كما تقوم وسائل الاتصال المرئي بتكوين رأي عام من خلال تزويد الجمهور بالأخبار ومن خلال يتم نشر الأفكار، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى خلق شعور بالولاء والوحدة، كما أن وسائل الاتصال المرئي تزود الفرد بالمعلومات السياسية وتشارك في تكوين وترسيخ قيمة السياسة.

إن قدرة وسائل الإعلام التقليدية علي التفاعل مع جماهيرها أصبحت ضعيفة في الوقت الحالي للأسباب التالية:-

- أن وسائل الإعلام التقليدية ليست لديها القدرة التكنولوجية التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمعلومات..
- أن هذه الوسائل لا تستطيع أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة لمحدودية إمكاناتها.

ويمكن التأكيد علي أن دخول تكنولوجيا الحاسبات الشخصية إلي المجال الاتصالي يمثل أحد أهم نقاط التحول في مراحل تطور وسائل الإعلام، وزيادة وعي وثقافة الأفراد وتزويدهم بمصادر المعلومات والمعرفة وتذويب الحدود الفاصلة بين وسائل الاتصال التقليدية من خلال أنظمة الوسائل الاتصالية المتعددة.

ويمكن التأكيد علي أن الصحف والمواقع الإلكترونية تعد أحد مصادر الثقافة السياسية للجمهور حيث تتيح حرية تدفق الآراء والأفكار، وحرية الممارسة الإعلامية. (xxviii)

(١) تأثير الاتصال المرئي علي المشاركة السياسية للمواطن المصري

تؤدي وسائل الاتصال المرئي دوراً فاعلاً في التأثير علي المشاركة السياسية، فهي مسئولة عن تحديد طبيعة العلاقة بين المجتمع والدولة، وبين النخبة والجماهير، ويتوقف إسهام الاتصال المرئي في عملية المشاركة السياسية علي وظيفة تلك الوسائل في المجتمع

وحجم الحريات، مدي وتعدد الآراء والاتجاهات داخل المؤسسات المختلفة، وطبيعة العوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية المتأصلة في المجتمع.

إن وسائل الاتصال المرئي تعمل علي تعزيز قيم المشاركة السياسية، باعتبارها قيمة ديمقراطية، وتتيح منيراً للنقاش لجميع وجهات النظر، كما تعمل كرقب يكبح جماح تجاوزات السلطة ويزيد من ثقافة الشفافية الحكومية ويخضع المسؤولين العاملين للمساءلة عن أفعالهم أمام الرأي العام.

من أهم وظائف الاتصال المرئي هو الإسهام في تحقيق المشاركة السياسية من خلال إتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة السياسية واتخاذ قراراتها بالانتماء للأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية لأنها تؤثر بشكل خفي داخل أروقة صنع القرار السياسي، فقد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانع القرار ينظر إليها علي أنها مقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته.^(xxix)

٢) تأثير وسائل الاتصال المرئي علي الوعي السياسي للشباب

المصري

انتشرت وسائل الاتصال المرئي بشكل كبير، لذلك أصبح لها دوراً في التأثير علي المتلقي وعلي مفاهيمه المختلفة زمنها المفاهيم السياسية وكذلك علي قيمه وعاداته وتقاليده، فوسائل الاتصال المرئي لها دوراً كبيراً في نقل الكثير من المفاهيم السياسية لدي الجمهور بصفة عامة والشباب بصفة خاصة، كما أن الوعي السياسي يجعل الفرد عنصراً فعالاً في مجتمعه ويكون له دور في صنع القرار السياسي، ويمارس كافة حقوقه السياسية.^(xxx)

ولوسائل الاتصال علاقة بالمعرفة السياسية لدي الشباب، حيث أن الاتصال ليس مجرد وظيفة للنظم السياسية وليس مجرد نظام يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم الثقافية والاجتماعية والسياسية، وإنما الاتصال في الأساس المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية.

ومما لاشك فيه أن لوسائل الاتصال المرئي تأثير علي الشباب وقيمهم وآرائهم ومستوي معرفتهم وسلوكهم، كما أنها يمكن أن توسع الآفاق، وتمثل مرحلة الشباب مرحلة يسعى خلالها الفرد إلي توحيد جهوده من أجل إقامة وحدة متناسقة من مكونات شخصيته ويتميز الفرد في مرحلة الشباب بالقوة والشعور بالاستقلال، وبوضوح الهوية ويشير العلماء إلي أن مرحلة الشباب تعتبر مرحلة التفاعل وتوحيد أجزاء الشخصية بعد أن أصبحت الأهداف واضحة والقرارات مستقلة.

ويمكن التأكيد علي أن مرحلة الشباب يبدأ فيها الإدراك السياسي بالظهور وتبدأ تزداد درجة الاهتمام لدي الأفراد بالمشاركة السياسية، ويتوقف مدي اشتراك الفرد في العمل السياسي علي اهتماماته.^(xxxi)

ولوسائل الاتصال المرئي دوراً مؤثراً في تزويد الشباب بالكثير من المفاهيم والمعلومات السياسية وخاصة بعد ازدياد وعي الشباب بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الوقت الراهن.

(٣) نظريات تأثير الاتصال المرئي

تتركز عملية تأثير الإعلام في ٣ نظريات هي :

(أ) نظرية التأثير القوي

تعد هذه النظرية من أقدم النظريات التي قدمت تفسير لمسألة تأثير وسائل الإعلام علي الأفراد، حيث سادت في مطلع الثلاثينيات من القرن العشرين ويعتقد رواد النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بنفوذ قوي وفوري علي الأفراد حيث أن لديها القدرة علي حملهم علي تغيير آرائهم واتجاهاتهم حسب الوجهة التي يرغبها القائم بالاتصال. (xxxii)

(ب) نظرية التأثير المحدود

يعتقد رواد هذه النظرية أن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية تحد وتقلل من التأثيرات المباشرة لوسائل الاتصال علي الأفراد، وهذا يعني أن معظم الأفراد لا يحصلون علي معلوماتهم بشكل مباشر من هذه الوسائل، وإنما هناك عوامل وسيطة تتوسط بينهم وبينها كالأسرة والجمعيات وقادة الرأي.

ويري أصحاب هذه النظرية أن وسائل الاتصال تعد مصدر حيوي في تزويد الأفراد بما يريدونه من معارف، وفي تلبية ما لديهم من حاجات، كما أشارت النظرية أن الأفراد يدركون الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها، ويفسرون محتوياتها وفقا لأذواقهم ومصالحهم وتوقعاتهم، وهكذا توصلت النظرية إلي أن وسائل الاتصال لا تؤثر تأثيراً مباشراً علي الأفراد، ولكنها تعمل من خلال العمليات الاختيارية، كما أن التأثير يخضع لاعتبارات كثيرة منها ظروف الفرد الذاتية وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع. (xxxiii)

(ج) نظرية التأثير المعتدل

في هذه النظرية، لا يبالغ أصحابها في تصوير قوة وسائل الاتصال، ولا يقللون من شأن هذه القوة، وفي هذه النظرية يتم التأكيد علي أن تأثير وسائل الإعلام يكون قوياً

عندما تحدد جدول أعمالها لجمهورها الذي يحدد لهم الأهم، والمهم وذلك عبر فترات زمنية طويلة. (xxxiv)

٤) نوعية التأثير لوسائل الاتصال المرئي

فيما يتعلق بنوعية التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال المرئي علي أفراد المجتمع، فتنحصر في ثلاثة أبعاد وهي:-

أ) التأثير المعرفي

يكون من خلال التعرض لوسائل الاتصال المرئي وزيادة الوعي الثقافي والمعرفي بالبيئة السياسية المحيطة، فوسائل الاتصال المرئي تعد مصدر مهم من مصادر الحصول علي المعلومات المتعلقة بقضية سياسية وتزيد من الوعي والمعرفة السياسية وقضايا المجتمع، وتؤثر في التوجهات المعرفية للأفراد، وتستطيع أن تشكل أولوياتهم واهتماماتهم. (xxxv)

ب) التأثير الوجداني

تقوم وسائل الاتصال المرئي بتشكيل الاتجاهات والمواقف، فعندما يتعرض الفرد بشكل مستمر لوسائل الاتصال المرئي، فإن ذلك يزيد من اهتمامه بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه للبحث عن المعلومات التي تشبع فضوله، ومن أبرز التأثيرات العاطفية الشعور بالإيجابية نحو النظام السياسي أو العكس، الشعور بالولاء أو الاغتراب أو الفتور العاطفي تجاه المشاركة السياسية.

ج) التأثير السلوكي

تقوم علي دراسة العلاقة بين التعرض المستمر لوسائل الاتصال المرئي والمشاركة الحقيقية في مختلف النشاطات السياسية سواء الترشح، أو الانتخاب أو إيداء الآراء السياسية عندما يطلب من الفرد ذلك. ويعد هذا الجانب من أبرز أبعاد وسائل الاتصال

المرئي وتأثيراتها في عملية التنشئة السياسية، فهذا ينشط السلوك السياسي للأفراد مثل: المشاركة السياسية والاهتمام بالقضايا والشؤون العامة كنوع من الفاعلية السياسية.^(xxxvi)

ويتوقف نجاح وسائل الاتصال المرئي في قيامها بوظيفة التنمية السياسية وخدمة أهداف التنمية الأخرى علي توفير الحد الأدنى من الشروط ومنها-

أ) تحقيق مبدأ تدفق المعلومات بالشكل الذي يضمن المزيد من التفاعل الجماهيري والمشاركة الجماهيرية في مختلف مراحل العملية الإعلامية.

ب) القضاء علي ظاهرتي المركزية والبيروقراطية الإعلامية، وتحرير الطاقات في سبيل الابتكار والإبداع.

ج) السعي نحو مبدأ حق الجماهير في الإعلام، وتحقيق الضمانات القانونية الملزمة لممارسة هذا الحق.^(xxxvii)

يلعب الاتصال المرئي بوسائله المختلفة دورًا بارزًا في تعزيز الوعي السياسي، وفي تدعيم قيم المشاركة السياسية لدي الأفراد من خلال المعلومات والتوجهات السياسية وهذا بلا شك يحدث تنمية سياسية شاملة تساعد في تشكيل قاعدة من المعرفة تعمل علي تغيير سلوك الأفراد الواعين للسير علي النهج السليم، ورادعا لهم في الوقت نفسه للابتعاد عن الأساليب التي لا تتفق مع مصالح المجتمع وأهدافه.

تتبع مسؤولية وسائل الاتصال المرئي من كونها من أدوات التغيير والتنقيف السياسي وهي تساعد علي تشكيل الوعي السياسي وترشيده، من خلال إقامة التواصل علي الصعيدين السياسي الداخلي والخارجي، ونقل صورة التجربة الحضارية والإنسانية للعالم.^(xxxviii)

المصادر المراجع

- (i) شلبي، أحمد (١٩٩٩) العولمة ، مجلة المنهل ، العدد ٥٥٧ ، ص ٤٦ .
- (ii) السادة، بربر علوي (٢٠٠٠) العولمة طريق الهيمنة ، مجلة الوعي الإسلامي ، العدد ٤٠٩ ، ص ٦ .
- (iii) عبد الرؤوف، سامي.(٢٠٠٠). " الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية علي عينة من الشباب العربي"،
المجلة المصرية ، عدد ٤.
- (iv) التوجيهي، أحمد عثمان .(٢٠٠٠). "الدين والعولمة" ، المجلة العربية ، العدد ٢٧٣ ، ص ٣٨ .
- (v) أبو يعقوب، شدان يعقوب خليل .(٢٠١٥). "اثر مواقع تواصل الاجتماعي علي الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدي طلبة جامعة النجاح الوطنية"، كليه الدراسات العليا، جامعة النجاح ، فلسطين، ص١٢٠
- (vi) عبد الرؤوف، سامي.(٢٠٠٠). " الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية علي عينة من الشباب العربي"،
المجلة المصرية ، عدد ٤.
- (vii) خليل. حمزة السيد .(٢٠١٢). "استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لأطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية والاشباكات المتحققة منها " دراسة ميدانية قسم الإعلام التربوي، جامعة طنطا، رسالة ماجستير منشورة، ص١٨٧.
- (viii) أبو يعقوب، شدان يعقوب خليل .(٢٠١٥). "اثر مواقع تواصل الاجتماعي علي الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدي طلبة جامعة النجاح الوطنية"، كليه الدراسات العليا، جامعة النجاح ، فلسطين، ص١٢١
- (ix) مرسى، مشري (٢٠١٢) . "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل ،
لبنان، ص٢١٧
- (x) Charteris J,Sue G.,(2014). "Snapchat selfies"; The condition of disappearing date. CP on educational technology.
- (xi) منيخر، نوف عجمي.(٢٠١٥). "الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في انحراف الشباب"، كليه العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، ص١٢٤.
- (xii) الصوافي، عبد الحكيم عبد الله راشد .(٢٠١٥). "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدي طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي وعلاقته ببعض المتغيرات"، كليه العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات السلامية، جامعة نزوي، سلطنة عمان، ص٢١٩.
- (xiii) الجعبري، باسم .(٢٠٠٩). "الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي"، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص٣١٥.

- (xiv) ساري، حلمي. (٢٠٠٥م). "ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي"، عمان، ص٥٧.
- (xv) معتوق، جمال وكرم، شريهان. (٢٠١٢). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي"، بسكرة، ص٩٨.
- (xvi) صالح، سليمان. (٢٠٠٢). "أخلاقيات الإعلام" الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ص٢١٤.
- (xvii) نصر، حسني محمد (٢٠١١)، اتجاهات البحث و التطوير في وسائل الاعلام لجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة ، بحث مقدم الي مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات و الاشكالات المنهجية ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض، ص٣١٧.
- (xviii) Denis, M. (2008). *Mass communication theory: An Introduction*, 2ed Edition. London: Sage Publication.
- (xix) الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبدالعزيز (٢٠٠٦) نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، ص١٢٧.
- (xx) عماري، فاطمة الزهراء (٢٠١٢)، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، إذاعة وتلفزيون، جامعة الجزائر، ص١١٩.
- (xxi) شيخاوي، سميرة (٢٠١٠) الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦، العدد الأول، ص٥٣.
- (xxii) الدليمي، عبد الرزاق الدليمي (٢٠١٤)، استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد ١١٢١٢، ص١١٢١٢.
- (xxiii) المنيع، فيصل بن سعد (٢٠١٧). وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في أحداث الاغتراب الاجتماعي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ص٢١١.
- (xxiv) غانم، إبراهيم البيومي (٢٠٠٩) أصول المجال العام وتحولاته في الاجتماع السياسي الإسلامي، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد السادس والأربعون بعون، العدد الأول، ص٩٦.
- (xxv) Armando Salvatore, *the public sphere: liberal modernity, Catholicism, Islam*, Palgrave Macmillan, New York, 2007.
- (xxvi) المزهرة، منال هلال (٢٠١٢) نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص٤٧.
- (xxvii) شلبي، جمال. (٢٠٠٩). "الإعلام والتعليم في ظل العولمة"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، ص٢١٩.

- (xxviii) عبدالرحمن، مني (٢٠١٥) "دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية"، دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد ١١، ص ٢٩
- (xxix) قضاة، محمد فلاح. (٢٠٠٤). "البرامج المحلية في التلفزيون الأردني... دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية"، مجلة المنارة، مجلد ١٠، عدد ٤، الأردن، ص ٢٠٤
- (xxx) Robert R. Monaghan. (2005). "Political Communication, Institute of General Semantics, Vol. 41, No. 4, P.98.
- (xxxi) شلبي، جمال. (٢٠٠٩). "الإعلام والتعليم في ظل العولمة"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، ص ٢١٩٢٢١
- (xxxii) Nimmo Dan. (2004). "Political Image Makers and the Mass Media", The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 427., P.298
- (xxxiii) شلبي، جمال. (٢٠٠٩). "الإعلام والتعليم في ظل العولمة"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، ص ٢١٤
- (xxxiv) Nimmo Dan. (2004). "Political Image Makers and the Mass Media", The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 427., P.315
- (xxxv) فريجات، غالب. (٢٠٠٤). "علي طريق التنمية السياسية"، الطبعة الأولى، دار آمنة، الأردن، ص ١٨٨
- (xxxvi) وهبان، احمد. (٢٠٠٠) "التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية"، الطبعة الأولى، شركة الهلال للطباعة والنشر، العراق، ص ١٠٧
- (xxxvii) فريجات، غالب. (٢٠٠٤). "علي طريق التنمية السياسية"، الطبعة الأولى، دار آمنة، الأردن، ص ٢٠٦
- (xxxviii) بطاينه، رافع شفيق. (٢٠٠٩). "الإصلاح السياسي في الأردن"، الطبعة الأولى، دار أفواج للطباعة والنشر، الأردن، ص ١٨٣.