

الإعلام التفاعلي والبصري ودوره في تعزيز الوعي الأسري والمجتمعي

Interactive and visual media and their role in promoting family and community awareness

إيناس بكاري - الكلية التطبيقية، جامعة الملك فيصل (المملكة العربية السعودية) idhaoui@kfu.edu.sa

تاريخ القبول : 22-05-2026

تاريخ الارسال : 08-05-2026

ملخص: يشهد العالم تغيرات رقمية سريعة جدًا طالت جميع مجالات الحياة. فلم تعد الوسائل الرقمية والوسائط التفاعلية أداة لنقل المعلومات أو وسيلة للترفيه فقط. بل تطورت هذه التقنيات أكثر لتصبح فضاءات للتداول والتفاعل من أجل تعزيز الوعي لدى الجمهور. ويقصد بالوعي هنا الوعي الأسري المسؤول، الذي يعد من أهم الركائز الأساسية للتنمية الاجتماعية باعتبار الأسرة الوحدة الأساسية للمجتمع. ومن هنا تبرز أهمية هذه الدراسة في تحليل تأثير الإعلام التفاعلي وكيف يمكنه خدمة الأسرة ودعمها.

يهدف هذا المقال إلى دراسة منهجية التدخل الإعلامي عبر تحليل طرق إعداد محتوى بصري تفاعلي رقمي الذي يساهم في رفع مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية والتنمية. من ناحية أخرى نتطرق إلى التحديات التي قد تعيق فعالية هذه الوسائل مثل مصداقية المحتوى، الفجوة الرقمية، وضعف الثقافة الإعلامية، وتشير النتائج إلى أن الدمج بين المحتوى البصري والتفاعل الرقمي، كما يظهر في الحملات التوعوية والتطبيقات الذكية هو الطريقة الفعالة لتعزيز الوعي الأسري رغم ارتباط تأثيره بعدة عوامل وصعوبات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام التفاعلي، الإعلام البصري، الوعي الأسري، الأسرة والمجتمع، التحول الرقمي.

Abstract:

The world is experiencing rapid digital changes that affect all areas of life. Digital tools and interactive media have evolved beyond simple channels for information or entertainment and are now spaces for dialogue and interaction that help raise public awareness. In this study, awareness refers to responsible family awareness, a key pillar of social development because the family is the basic unit of society. The importance of this study lies in examining how interactive media can support and strengthen families.

This article analyzes media intervention through the creation of interactive digital visual content that contributes to awareness of social and developmental issues. It also highlights the main challenges that may limit its effectiveness, including content credibility, the digital divide, and weak media literacy.

The findings suggest that combining visual content with digital interaction, as seen in awareness campaigns and smart applications, is an effective way to enhance family awareness. However, its impact remains dependent on several contextual factors, including access, media literacy, and the quality of the content.

Keywords: interactive media, visual media, family awareness, family and society, digital transformation,

1. مقدمة:

في أقل من ربع قرن، أصبحت التقنيات الرقمية جزءًا من حياتنا حتى أنها أصبحت سلوكًا يوميًا متكررًا. وعندما نتحدث عن التقنيات الرقمية أو التحول الرقمي، يتبادر إلى أذهاننا مباشرة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والأجهزة المتصلة بالإنترنت. أصبحت هذه الأدوات شائعة الاستخدام وأصبحت جزءًا من عاداتنا اليومية. فعند النظر حولنا، سواء كنا في المطارات أو قاعات الانتظار أو المطاعم أو حتى في التجمعات العائلية، نلاحظ نفس المشهد يتمثل في انشغال معظم الأفراد بشاشاتهم، خاصة الأطفال منهم. فيتحول الوقت المخصص للتفاعل الاجتماعي والنقاش إلى صمت وهدوء. يعكس هذا الواقع عمق تأثير التقنيات الرقمية في المجتمع. مما يجعلنا نتساءل ما الذي تقدمه هذه التقنيات لتفسير هذا الانشغال المتزايد بها؟ هل يرتبط بما تقدمه من فوائد عملية للمستخدم؟ أم أنها أصبحت حلا لمعظم التحديات اليومية للأفراد؟

في محاولة للإجابة عن هذه التساؤلات يمكننا تفسير اقبال الأفراد على الشاشات نتيجة لما تقدمه هذه التقنيات من خدمات ترفيهية تعليمية وإعلامية. وبالتالي لم يعد يمكن النظر لهذه التقنيات على أنها مجرد أدوات رقمية. بل أصبحت عملية دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب المجتمع والمؤسسات بهدف تحسين الكفاءة، وتطوير الخدمات، وحسن إدارة الوقت وضمان المنافسة في عالم متغير.

أسفر هذا التحول الرقمي عن إعادة تشكيل البيئة الإعلامية، حيث ظهرت الوسائط التفاعلية كأحد أهم نتائجه في عصرنا الحالي. فكانت الأكثر تأثيرًا في المجتمع، سواء على مستوى الأفراد أو الأسر. ساهمت هذه الوسائط في تغيير السلوك المجتمعي.

حيث أصبح الفرد أكثر تفاعلاً مع وسائل الإعلام داخل المجموعات الرقمية الافتراضية، ومنحت للمستخدمين القدرة على التواصل مع أشخاص وشركات ومنظمات أخرى قد لا تتوفر لهم عادةً وسائل اتصال مباشرة وسريعة وسهلة. كما تتيح هذه الوسائط حرية تبادل الأفكار والمعلومات.

للسائط التفاعلية أيضًا جانب تعليمي فهي تشجع الأطفال على المشاركة في تجارب تعليمية جديدة ومتنوعة فريدة من نوعها.

وتتيح لهم إمكانية التحكم بما يتعلمونه حسب الوقت والطريقة والمستوى الذي يريدونه. بل وأكثر من ذلك دخلت الوسائط التفاعلية إلى نطاق الأسرة، حيث أصبحت أداة للتواصل والتفاعل بين أفرادها. فتحوّلت الوسائط التفاعلية إلى موضوع دراسي قائم بذاته في العديد من الجامعات والمؤسسات.

ومن بين المؤسسات التي أولت هذا المجال اهتمامًا نذكر اليونسكو حيث أصدرت برنامجًا تحت عنوان "برنامج محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية للمعلمين والمتعلمين" الذي يسلط الضوء على أهمية هذه الوسائط في تمكين الأفراد من التفاعل مع المحتوى الرقمي بشكل واعٍ، والمساهمة في التغيير الاجتماعي من خلال المشاركة والتعبير.

كما ساهمت اليونسكو في تعزيز الحوار الدولي حول العلاقة الوثيقة بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية والألعاب من خلال المؤتمر الدولي الأول بعنوان "الثقافة الإعلامية والمعلوماتية والألعاب في العالم الرقمي".

الإعلام التفاعلي والبصري لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يسهم أيضًا في توجيه سلوك الأسرة، وتنمية الحوار بين أفرادها، وتعزيز قيم المشاركة والمسؤولية الاجتماعية.

رغم تعدد الدراسات في هذا المجال، إلا أنها ركزت بشكل أكبر على الإدمان الرقمي والآثار السلبية للإعلام الرقمي على الأفراد والأسرة، وخاصة تأثيره على الطفل وما قد ينجم عنه من مشكلات مثل الإدمان الرقمي أو التوحد وغيرها من التأثيرات السلبية. في المقابل، لم تتطرق العديد من الدراسات إلى نقاط مهمة مثل الإعلام التفاعلي البصري بوصفه أداة لبناء الوعي داخل الأسرة، وتعزيز المشاركة والحوار، وليس فقط كوسيلة استهلاك رقمي.

تسعى هذه الدراسة لإبراز تأثير الإعلام التفاعلي والبصري على الأسرة التي تعد الركيزة الأساسية للمجتمع. للأسرة دور عميق في احتواء الأفراد وتربيتهم على القيم الاجتماعية والأخلاقية وتعزيز مشاركتهم في الحياة الاجتماعية بطريقة فعالة. ومع انتشار الوسائط التفاعلية، أصبح من الممكن استخدام الأدوات الرقمية لمساعدة العائلة على فهم المحتوى المرئي الذي يساهم في إثراء كل المجالات منها التربية والسياحة والتنمية. كما يتيح لهم أيضًا المشاركة في المبادرات المجتمعية واتخاذ القرارات السليمة.

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استكشاف دور الإعلام التفاعلي البصري في تنمية وعي الأسرة وتعزيز دورها داخل المجتمع.

وعليه، يطرح هذا البحث التساؤل التالي: كيف يمكن للإعلام التفاعلي البصري أن يساهم في تعزيز وعي الأسرة وتقوية دورها المجتمعي؟

2. الإعلام التفاعلي والبصري

1.1. الإعلام التفاعلي : المفهوم والخصائص

انتشرت الوسائط التفاعلية مع ظهور الإنترنت خاصة مع التقدم التكنولوجي. واكتسبت تدريجياً أهمية كبرى في العديد من المجالات مثل التعليم والمجالات المهنية وحتى الاستخدام الشخصي. كما أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة الأسرية، مما أثر على طرق تواصلها وتلقيها للمعلومات.

يشير مصطلح التفاعلية إلى مفهوم التبادلية ونقصد بذلك التبادل بين الأطراف. يكون الحدث تفاعلياً عندما يتضمن ردًا. ونلاحظ أن التزامن هنا ليس سمة أساسية لعملية التفاعل. كما أن التجربة التي يمر بها الفرد تكون خاصة به وترتبط بجملة من القرارات يتم اتخاذها خلال عملية التفاعل. ويقصد بالوسائط التفاعلية الأنواع المختلفة من الوسائط الرقمية التي تتيح للمستخدم التأثير في تجربته.

من جهة أخرى تتجلى التفاعلية في قدرة الأنظمة التقنية على الحفاظ على علاقة إنسانية رقمية تقوم على المشاركة والتفاعل. حيث تستمر هذه العلاقة بين الفرد والهاتف مثلاً بطريقة منطقية ومتسلسلة لمدة غير محددة زمنياً يكون فيها المستعمل صانع التجربة وتكون فيها التقنيات الرقمية تستجيب للأوامر.

ويُقصد بالتفاعل هنا تلك العملية التي يتم من خلالها تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي بصورة مستمرة. ففي عملية التدريس مثلاً يُفهم التفاعل على أنه عملية تبادل واتصال بين المربي والطالب أو المجموعة. ويمكن إسقاط هذا المفهوم على الأسرة حيث يتحول أفراد الأسرة من متلقين سلبيين إلى أطراف فاعلة في حوار مبني على المشاركة.

إن الوسائط التفاعلية هي شكل من أشكال وسائط الإعلام الرقمي فهي تمنحنا القدرة على المشاركة بفعالية في إنشاء المحتوى ونشره والتفاعل معه. كما تشجعنا أيضاً على الحوار والمبادرة من خلال أدواتها الديناميكية مما يجعلها وسيلة اتصال ذات طابع تشاركي ومجتمعي.

وتوفر الوسائط التفاعلية العديد من الطرق للتفاعل مع المحتوى. تشمل مجموعة متنوعة من المنصات مثل ألعاب الفيديو، تطبيقات الجوال، شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الويب التفاعلية. تقدم كل منصة من هذه المنصات تجربة مختلفة حسب طبيعة التفاعل المسموح به.

أصبح استعمال هذه الوسائل بين الأطفال متفاقماً جداً حيث أظهرت دراسة أمريكية حديثة (Cheung et al., 2017) أن الأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة يستخدمون الهواتف الذكية في عمر لا يتجاوز الستة أشهر فقط مما يؤكد مدى تغلغل الوسائط التفاعلية في الحياة الأسرية منذ المراحل المبكرة من الطفولة.

حسب Eichen et al (2021) فإن الأسر، وخاصة الآباء، تواجه مصاعب وتحديات كبيرة في السيطرة على التكنولوجيا داخل البيت. وتشير الدراسة أن السبب الرئيسي الذي يدفع الآباء إلى السماح لأطفالهم باستخدام الوسائط الرقمية هو الانشغال بالعمل مما يمنح الأطفال حرية أكبر في التعامل مع هذه الوسائط دون رقابة مباشرة. كما أكدت الدراسة أن العمر لا يمثل عاملاً حاسماً في تنظيم استعمال هذه الوسائط التفاعلية من قبل الإباء، إذ يكفي معظمهم بتوجيه أبنائهم نحو المحتويات التعليمية أساساً دون وضع قيود أخرى.

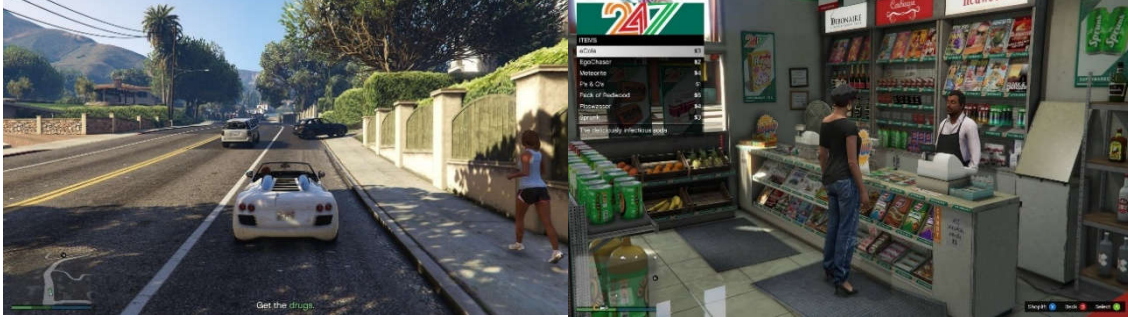
خصائص الوسائط التفاعلية وأنماطها التقنية

تقوم الوسائط التفاعلية على مبدأ المشاركة والتأثير المتبادل بين المستخدم والمحتوى. يمكن للمستخدمين مثلاً استكشاف عالم افتراضي، والتفاعل مع الأشياء، وحتى تغيير مسار السرد. بينما يعمل الواقع المعزز على دمج العناصر الرقمية مع الواقع الحقيقي ليمنح المستخدم تجربة مزدوجة تجمع بين الإدراك الواقعي والتفاعل الرقمي فيغادر عالمه ليغوص في عالمها. على عكس الوسائط التقليدية مثل التلفزيون والراديو والصحف والأفلام ومقاطع الفيديو غير التفاعلية التي تفرض مسافة بينها وبين المستخدم تمنعه من السفر نحوها ودخول عالمها. في هذه الحالة يكون الجمهور مستهلكاً سلبياً للمحتوى، دون أي سيطرة على السرد أو البيئة.

على غرار السينما، تسعى الوسائط التفاعلية إلى إشراك الحواس مثل البصر والصوت وأحياناً اللمس من خلال تقنيات الاستشعار وردود الفعل الملمسية وذلك بهدف خلق تجربة أكثر واقعية وجعل المستخدم يشعر وكأنه جزء من التجربة معتمدة على تقنيات محددة مثل سماعات الواقع الافتراضي، ونظارات الواقع المعزز، أو أنظمة الحاسوب المتقدمة لإنشاء المحتوى وعرضه.

وعادة ما تكون هذه التجربة غير خطية، وتتيح للمستخدمين اختيار مساراتهم أو أفعالهم بأنفسهم، مما قد يؤدي إلى نتائج متعددة. قد يتغير السرد بناءً على تفاعل المستخدم واختياراته. تعد ألعاب الفيديو من أهم الأمثلة التي تجسد الوسائط التفاعلية، حيث تعتمد على إنشاء عوالم افتراضية ثلاثية الأبعاد تحاكي عالمنا الحقيقي بشكل دقيق. في هذا العالم، لا يكون المستخدم مشاهداً أو متلقياً، إنما عنصر فعال يتحكم في مسار التجربة من خلال قراراته واختياراته أثناء اللعب. كما يمكنه أن يستكشف هذا العالم بكل تفاصيله والتفاعل مع بقية اللاعبين صوتياً.

الشكل 1: محاكاة لبيئة حضرية افتراضية ثلاثية الأبعاد (لعبة GTA) توضح مستوى الواقعية في تصميم العوالم التفاعلية



المصدر: <https://store.epicgames.com/ar/news/gta-online-beginners-guide-12-tips-to-get-you-started>

لا تُستخدم الوسائط التفاعلية للترفيه فقط، بل تمتد على نطاق أوسع لتغطي التعليم والتدريب مثل التدريب الطبي عبر المحاكاة أو التدريب العسكري وأيضاً العلاج مثل العلاج بالتعرض للواقع الافتراضي في علم النفس وهو يعتبر نقلة نوعية في المجال العلاجي حيث تساعد الوسائط التفاعلية كما ذكرنا سابقاً في نقل المستخدم من أمام الشاشة إلى عالم افتراضي موازٍ يتفاعل معه بكامل حواسه مما يعزز فعالية العلاج. فمثلاً من يعاني من فوبيا الطيران يمكنه أن يعيش تجربة افتراضية لكن على مستوى الإحساس حقيقية تساعده على التحكم في مخاوفه والسيطرة على استجاباته الانفعالية.

يعود نجاح الوسائط التفاعلية في بناء هذا العالم وإقناع المستخدم بالتفاعل معه إلى توظيف العناصر السمعية البصرية المتطورة منها الصورة ثلاثية الأبعاد، الصوت ثلاثي الأبعاد، الألوان، التفاصيل الدقيقة وغيرها من المؤثرات. ومن بين أهم عناصر الوسائل التفاعلية نذكر الصورة، التي لم تعد مجرد زينة تتكون من ألوان وخطوط فقط، بل أصبحت رسالة للتواصل مع الآخرين، ومع التقنيات الحديثة وكثرة تداولها وانتشارها أصبحت أداة تدعم العلاقات الاجتماعية .

2.2 . الإعلام البصري

إذا كانت التفاعلية هي مركز قوة الوسائط الرقمية، فإن الجانب البصري هو اللغة التي تترجم هذه القوة للوصول إلى المستخدم بطريقة مفهومة ومؤثرة. إن الإعلام البصري شكلٌ من أشكال التواصل البشري، لكنه يتعدى كونه مجرد نقل للمعلومات بين طرفين أو أكثر؛ فهو يُنتج وينقل رسائل على شكل صور، من خلال العلامات البصرية والبيانية. معتمداً على استخدام حاسة البصر كأساس للتواصل .

وحتى نفهم أكثر جوهر هذا النوع من الإعلام لا بد لنا أولاً من استيعاب ماهية التواصل وطبيعته، حيث إنه يمثل الجانب الديناميكي والتفاعلي لهذه العملية.

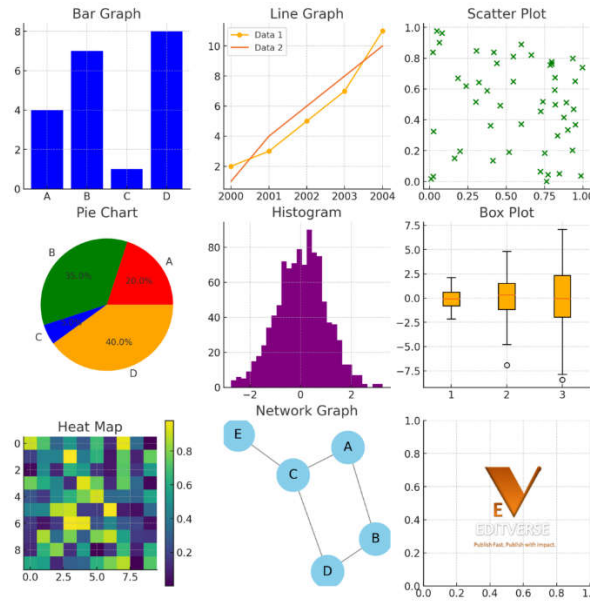
ما هو التواصل؟

شهد مفهوم التواصل تغيراً ملحوظاً مع تطور المجتمعات. فقد ظهر معناه الأول في القرن الثاني عشر حيث عُرِف في البداية على أنه المشاركة مع الآخرين فقط وهي الفكرة المبسطة لهذا المفهوم. ثم تطور لاحقاً ليتحول إلى مفهوم النقل، حيث يتم نقل المعلومات مع التشارك. ثم تطور بعد ذلك مع ظهور تقنيات جديدة كالطباعة، والاتصالات الهاتفية، والإذاعية، والتلفزيونية وهو ما يثبت ارتباط مفهوم التواصل بالتطورات التقنية والاجتماعية

ومع ظهور الرقمنة تم إعادة تشكيل مشهد التواصل. فقد أحدث الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة الفورية ثورةً في كيفية تواصل الأفراد والتفاعل في الحوار وتبادل المعلومات (Boyd & Ellison, 2007; Hampton & Wellman, 2003; Miller et al., 2016).

أما التواصل البصري فهو التواصل الذي يتم باستخدام وسيلة بصرية. ويشمل جميع أنواع التمثيلات البصرية، كاللوحات والرسومات والصور الفوتوغرافية والمخططات والأشكال والرسوم البيانية والرموز الموضوعية في وسائط مختلفة. (Thelander, 2018)

الشكل 2: تصنيف أشكال التواصل البصري في الوسائط الرقمية



المصدر: Editverse, 2025

يُظهر الرسم أعلاه (2) التنوع الكبير لأشكال التواصل البصري، حيث يشمل المخططات العمودية، الخطية، الدائرية، النقطية، والخرائط الحرارية، وغيرها من التمثيلات البصرية التي تُستخدم في الإعلام الرقمي لنقل المعلومات بطريقة مباشرة ومؤثرة.

ويمكن أن يتخذ التواصل البصري أشكالاً متعددة نذكر منها: المخططات البيانية، والرسوم البيانية، والطباعة والخرائط والرسوم التوضيحية والتصميمات الجرافيكية. تُستخدم هذه الأنواع من العناصر المرئية بشكل شائع على وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات وفي تسويق المحتوى وذلك لأن الرسالة التي تعتمد على النص فقط ليس لها نفس التأثير.

يرى Dale (1946) في كتابه "Audio-Visual Methods in Teaching" أن التعلم يكون أكثر فاعلية حين يعتمد على المباشرة عوض التجريد. كما أكد في كتابه أنه كلما زادت مشاركة الحواس (الصورة، الصوت، والتجربة)، كلما زاد الفهم وترسخ التعلم.

كما أكدت بعض الدراسات أن 65% من الناس يتعلمون بصريًا، ويستطيعون حفظ المعلومات بسهولة أكبر عند التواصل البصري. وهذا ما يجعل الإعلام البصري مهمًا وذو تأثير عميق. حيث يساعد في تلقي الرسالة وفهمها في وقت وجيز كما يثير مشاعر المتلقي مثل الاندهاش والفرح ويساعده في حفظ المعلومة وتولّد تفاعلًا كبيرًا.

وقد شكلت هذه الدراسات أرضية ملائمة لظهور أبحاث تطبيقية بالأساس حاولت توظيف مبادئ التعلم البصري داخل العملية التعليمية، من بينها مقال ل Bradford (2004) الذي اقترح استخدام الفنون البصرية لتدريس القانون المدني (ملكية العقارات). وركز على تحويل المفاهيم القانونية المعقدة مثل "الملكية" إلى رسوم توضيحية وأعمال فنية، مما يحسن الفهم والذاكرة لدى الطلاب.

وإذا كانت الدراسات السابقة أثبتت دور الوسائط البصرية وفعاليتها، فإن الصورة تبرز كأحد أهم عناصرها لما تحمله من خصائص كالجذب والإقناع والسرعة في الفهم.

الصورة ودورها في الوسائط التفاعلية

تتعدد تعريفات الصورة، ولا يمكن اختزالها في تعريف واحد، نظرًا لتنوع أشكالها واستخداماتها. فهناك الصورة السينمائية، والصورة الفوتوغرافية، والصور المولدة بواسطة برمجيات ثلاثية الأبعاد، بالإضافة إلى الرسومات وغيرها من الأشكال البصرية. ويعكس هذا التنوع اختلافًا في الخصائص والوظائف، حيث ترتبط كل فئة من هذه الصور بسياق استعمال معين يحدد طبيعتها ودورها.

ومن هذا المنطلق، تختلف تعريفات الصورة باختلاف الزاوية التي يتم تناولها منها. فمن منظور رقمي أو رياضي، تُعرّف الصورة على أنها مجموعة من الوحدات الصغيرة (Pixels) المرتبة ضمن شبكة، حيث يحمل كل عنصر لونًا محددًا يساهم في تكوين الشكل العام. في المقابل، تُفهم الصورة الفوتوغرافية بوصفها تمثيلًا بصريًا يعتمد على التقاط الواقع من خلال تقنيات معينة، ثم تثبيته في شكل مرئي سواء على ورق أو في صيغة رقمية.

من الناحية السيميائية يعتبرها Barthes, R. (1964) رسالة تحمل مستويات متعددة من الدلالة. إما أن تكون رسالة لغوية أو رسالة أيقونية مشفرة تحتاج إلى تفسير محتواها، أو رسالة أيقونية غير مشفرة قادرة على إيصال المعاني بوضوح، وهذا ما يعكس طبيعتها التأويلية وقدرتها على إنتاج معاني مختلفة بحسب السياق والمتلقي.

تعد الصورة تمثيلًا ملموسًا أو تجريديًا لشيء. وتكمن قوتها في قدرتها على الحفاظ على تفاصيل المعلومات أو الفكرة. وفي نفس الوقت يمكنها أن تمثل العناصر أو الأشياء بطريقة مجازية. ولا يقتصر معنى الصورة على ما تُمثله، بل يتجاوز ذلك. إنها تسعى إلى الإظهار والإخبار، لذا تُنشئ وتستخدم علامات تُخبرنا بشيء ما بطريقة الخاصة. تؤثر فينا بشكل غير مباشر. فتحرك مشاعرنا وتسعى إلى إقناعنا وتوجه آراءنا. كما أنها تنقل الأوامر والنواهي. فتتأثر نظرتنا إلى العالم بقوة الصور. وفي سياق الوسائط التفاعلية، لا تعتبر الصورة أداة للتمثيل أو الإيصال فقط، بل تصبح عنصرا ديناميكيا يرفع في جودة التجربة التفاعلية، إذ يتفاعل المستخدم معها ويحدد اختياراته ومسار تفاعله.

3.2. مميزات الإعلام التفاعلي البصري

بناءً على ما تم التطرق إليه من أهمية الصورة ودورها في الإعلام التفاعلي، يعد الإعلام التفاعلي البصري شكلا من أشكال الإعلام الذي يتيح للجمهور التفاعل المباشر مع المحتوى المرئي عبر التقنيات الرقمية، مثل الفيديوها التفاعلية، الواقع الافتراضي، التطبيقات، ومنصات التواصل الاجتماعي. لم يعد قطاع الإعلام السمعي البصري اليوم يقتصر على وسائل

الإعلام الجماهيرية والاحتوى المتقدم، بل يتجه نحو التوسع ليشمل مجالات أخرى تؤثر على الممارسات المهنية، سواءً في مجالات الاتصالات، أو شبكات المعلومات، أو استقبال الوسائط المتعددة، أو قواعد البيانات. نشهد اليوم تكاملاً بين مختلف المحتويات الإعلامية المرتبطة ببعضها البعض لخدمة المتلقي بطريقة تفاعلية .

يتميز الاعلام التفاعلي البصري بعدة خصائص نذكر منها:

جذب الانتباه وتحسين الاستيعاب

حسب دراسة (Mayer 2009) فإن التعلم اللفظي غير كافٍ لإيصال المعلومة بسهولة وترسيخها في عقل المتلقي وأكدت أن التصميم البصري التفاعلي فعال أكثر في جذب الانتباه وتحسين استيعاب المعلومات .

إضافة إلى مقال Bradford (2004) الذي اقترح استعمال الفنون البصرية لتدريس القانون المدني ولتسهيل عملية الحفظ والفهم لطلبة الحقوق. أظهرت أن الطلبة يستطيعون حفظ المعلومات بسهولة أكبر عند التواصل البصري. لأن العناصر البصرية مثل الألوان والصور والفيديوهات تجعل فهم المعلومة أسرع وأدق حيث إن الدماغ البشري يعالج المعلومات البصرية أسرع بكثير من المعلومات النصية، لذلك الصورة تختصر الوقت اللازم للفهم.

تعزيز التفاعل والمشاركة

يُمكن الإعلام البصري التفاعلي الجمهور من المشاركة الفعلية التي تعزز من تركيزه وتمنع تشتته. هذا ما تطرق له كتاب

Clark & Mayer (2016) تحت عنوان « E-Learning and the Science of Instruction: Proven Guidelines for Consumers and Designers of Multimedia Learning »

حيث أكد أن التصميم البصري الجيد في التعليم الإلكتروني يزيد من تفاعل المتعلم ومشاركته، وهي نفس الفكرة التي يعتمدها الإعلام التفاعلي البصري في جذب الجمهور وجعله يشارك بفاعلية في المحتوى.

توصيل الرسالة بسرعة أكبر

كثير من النظريات والدراسات تناولت دور الوسائل البصرية في إيصال الرسالة بطريقة مختلفة عن الطرق التقليدية. فمثلاً أثبتت نظرية الترميز المزدوج لـ Allan Paivio أن معالجة المعلومات البصرية تكون أسرع من اللفظية. تعتبر نظرية الترميز عبارة عن "العملية التي بمقتضاها يتم ترجمة المعلومات وتشفيرها ذهنياً من خلال مراحل المعالجات المختلفة لتجهيزها". Paivio (1986).

مفاد هذه النظرية أن المعلومات تخزن في ذاكرتنا عبر نظامين: اللفظي على شكل كلمات والبصري على شكل صور يعملان معاً بشكل متكامل. فكلما كانت المعلومة على شكلين معاً سهل فهمها واستيعابها .

“ حملة مالك حق ” لمجلس شؤون الأسرة

في عصر انتشرت فيه الصورة بجميع أشكالها، تظهر الحملات الإعلانية التي تعتمد بالأساس على دمج كل ما هو بصري وتفاعلي لتضمن تأثيراً قوياً ومُتكاملاً على الأسرة وكل أفراد المجتمع. من بين هذه الحملات نذكر الحملة التوعوية السعودية "مالك حق" (2024) التي نعتبرها مثلاً للحملة الناجحة حيث أصبحت نموذجاً متميزاً في دمج الإعلام التفاعلي البصري قصد التأثير على وعي الأفراد.

الشكل 3: شعار "حملة مالك حق"



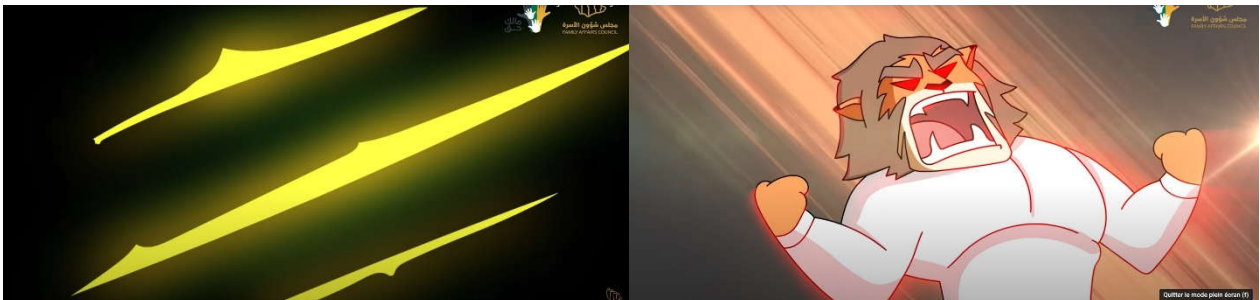
المصدر: سدايا، منصة توكلنا الرسمية، 2026.

حسب الموقع الرسمي لمجلس شؤون الأسرة، فإن هذه الحملة انطلقت في نسختها الأولى عام 2021، وتميزت نسختها الثانية سنة 2022 بعقد مؤتمر تحت عنوان 'معا ضد التنمر'. وفي فبراير 2024 بدأت نسختها الثالثة واستمرت 14 يوماً. استهدفت هذه الحملة الأسر والمجتمع والأفراد. كان هدفها الأول هو التوعية بأهمية مواجهة التنمر والتعرف على آثاره النفسية على الأفراد. وانتشرت الحملة عبر مواد تثقيفية وأفلام توعوية نشرت أساساً على مواقع التواصل الاجتماعي لكنها ظهرت أيضاً على القنوات المرئية والإذاعية. (مجلس شؤون الأسرة، 2024)

من بين أهم أسباب انتشار هذه الحملة ونجاحها الواسع في المجتمع السعودي هي اعتمادها على نظريتين: النظرية الأولى هي نظرية التعلم البصري حيث اعتمدت على الوسائط المتعددة التي تدمج الصورة والفيديو والنصوص بهدف تبسيط المفاهيم المعقدة وتسهيل نقل الرسائل التوعوية بسرعة وفعالية، خاصة لدى الأطفال والفئات الناشئة الذين يتعلمون بشكل أفضل من خلال الوسائط المرئية. كما اعتمدت على عنصر التفاعل مثل التعليقات والمشاركات والهاشتاغات لضمان الانتشار والوصول.

من بين المواد البصرية المستعملة للحملة نذكر فيديو توعوي ثنائي الأبعاد تم نشره على جميع وسائل التواصل الاجتماعي ولاقي رواجاً كبيراً. مدة الفيديو قصيرة (لا يتجاوز 60 ثانية) وتعتمد على النصوص والصور والصوت لنقل الرسالة. يبدأ الفيديو بمشهد طفل يجلس بمفرده في الصف بينما يبدأ زملاءه بالتنمر عليه فيتحول وجهه المتنمر إلى حيوان شرس مع ظهور آثار المخالب على خلفية سوداء التي تعبر عن جرح أحاسيس هذا الطفل.

الشكل 4: لقطة من فيديو "حملة مالك حق"



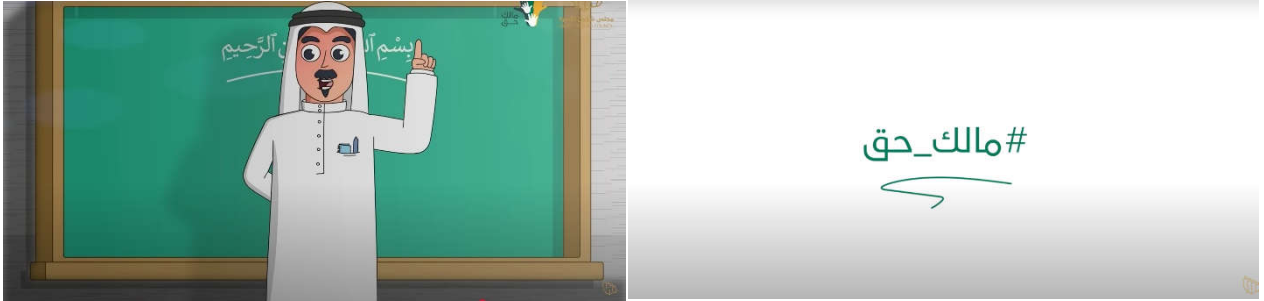
يقارن الفيديو بين وجه الطفل الضحية ووجوه الأطفال المتنمرين وهم يضحكون ويستهزئون، ما يعزز فهم المشاهد لتأثير التنمر على الضحية ويخلق صدمة بصرية تجعل الرسالة أكثر تأثيراً.

الشكل 5: لقطة من فيديو "حملة مالك حق"



استعمل الفيديو بناءً بصرياً يحتوي على الصدمة البصرية، مما ولد ترميزاً عاطفياً سريعاً وقوياً. ساهم في استيعاب الرسالة بشكل فوري وهذا تطبيق عملي مباشر لنظرية الترميز المزدوج. **Paivio** في نهاية الفيديو، يتغير سلوك الأطفال بعد تدخل الأب والمعلم، فيبدؤون بالدفاع عن صديقهم، وينتهي الفيديو بتقديم نصائح من المسؤول حول أهمية عدم التنمر وضرورة الإبلاغ عند وقوعه.

الشكل 6: لقطة من فيديو "حملة مالك حق"



مما يعكس قيمة التوجيه الأسري والمدرسي في مواجهة التنمر ويؤكد على الدور الفاعل للوسائط البصرية التفاعلية في نقل رسالة الحملة بشكل مؤثر وملاموس.

كما اعتمدت على النظرية الثانية وهي نظرية المشاركة التفاعلية التي تنظر للمتلقي على أنه عنصر فعال ومساهم وليس عنصراً سلبياً مستهلكاً فقط. فقد أتاحت له القدرة على التفاعل في منصات التواصل الاجتماعي من خلال التعليقات ومشاركة تجاربهم وإعادة نشر المواد التوعوية. فقد استعانت بورشات عمل حضورية لضمان فاعلية الحملة.

وبالتالي، يمكن القول إن انتشار هذه الحملة واستمرارها لمدة ثلاث سنوات، وفق ما ورد في تقارير مجلس شؤون الأسرة، يعود إلى حسن اختيار الوسائط الاتصالية التي حملت رسائل مؤثرة ومباشرة، صُممت بعناية لتناسب الفئة المستهدفة وتضمن تفاعلها الإيجابي مع محتوى الحملة ورسائلها التوعوية. خاطبت الأفراد بجميع الوسائل البصرية السمعية وحتى حضورياً لتعزيز الاستيعاب .

دامت هذه الحملة ثلاث سنوات في ثلاث نسخ متتالية، وعقدت شراكات مع أكثر من خمسين جهة حكومية وخاصة، وتنوعت وسائلها بين الوسائط الرقمية والتلفزيون والإذاعة، كما تم تنظيم ورشات حضورية لأفراد المجتمع المدني. وشهدت أيضاً عقد مؤتمر "معاً ضد التنمر". كل هذه المؤشرات تؤكد انتشار الحملة ووصولها لجمهور واسع. لكن يبقى السؤال مطروحاً: هل الوسائط وحدها كافية لضمان الاستيعاب وبالتالي تغيير سلوك مجتمعي؟

3: الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي الأسري

منذ ظهور الشاشات الرقمية ونحن نتساءل عن مدى تأثيرها على حياتنا اليومية. أصبحت هذه النقطة محور اهتمام الباحثين والمربين وحتى الآباء والأمهات. فهل تشكل الشاشات خطراً على الأفراد والأسر والأطفال؟ لقد أصبح وجودها يحد من تواصلنا، ويتحكم في حياتنا الخاصة، ويغير ممارساتنا اليومية، ويؤثر على أطفالنا وتعلمهم وانتباههم، مما يمثل تحدياً كبيراً للآباء والأمهات في ضبط استخدام الشاشات وضمان التوازن الأسري. غير أن الإعلام التفاعلي له دور كبير في الحد من هذه المخاطر حيث يساهم في توجيه الاستخدام الرقمي ويعزز الوعي داخل الأسرة. من بين الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع نذكر دراسة بعنوان "تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الاتصال الأسري شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً" للكاتب جاب الله حكيمة (2024) التي سلطت الضوء على الأثر السلبي لهذه التكنولوجيا على التواصل داخل الأسرة وتراجع دورها في عملية التربية.

من جهة أخرى، تظهر الدراسات أن الشاشات تسبب العديد من التحولات داخل الأسرة. حيث تحول العشاء العائلي الصاخب إلى صمت رقمي رهيب. مما يسبب عزلة الأفراد وهم داخل المجموعات. في المقابل، لا يجب أن نتغاضى عن أهمية ودور الإعلام التفاعلي في دعم وعي الأسرة. فرغم ما له من سلبيات محتملة، إلا أنه يعد أداة لتشجيع الحوار الأسري وتعزيز التواصل والتفاعل. وهو أيضاً وسيلة للنقاش والمشاركة لدعم القضايا الاجتماعية وترسيخ القيم الإيجابية.

فقد تطرقت دراسة لهاشم محمد الشريف (2025) تحت عنوان "تعزيز الأمن الفكري للأسرة في ظل تحديات الإعلام الرقمي" إلى كيفية تعامل الأسرة مع معلومات منصات التواصل الاجتماعي حيث تسعى الأسرة إلى حماية أفرادها من المعلومات المغلوطة. وهذا ما يثبت أهمية وعي الأسرة بالتحول الذي يشهده العالم.

وعليه فإن الأسرة لها دور في الحفاظ على الهوية وغرس القيم وضبط سلوكيات الأفراد رغم التحديات التي تعترضها. إن ما نشهده من تغيير كبير في طريقة استهلاك المحتويات الرقمية، ومحاولة بعض منصات الإعلام التفاعلي تغيير سلوك وعادات وآراء الأفراد، إلا أن الأسرة استطاعت الحفاظ إلى حد الآن على دورها في التعامل مع الإعلام بشكل متوازن وواعي الحفاظ على سلامة أفرادها. فهل ستستطيع الأسرة أن تحافظ على دورها أم ستبقى في وضعية مقاومة؟ وهل يمكن أن تتجاوز هذه التحديات يوماً ما قدرة الأسرة؟

حملة " الأسرة أولاً" - وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية (السعودية)

وفقاً لمجلس شؤون الأسرة، فإن برنامج 'الأسرة أولاً' هو برنامج وطني متخصص في الإرشاد الوالدي. يهدف إلى حث الأسرة على تعزيز الروابط بينها وتحقيق التوازن بين العمل والأسرة. يسعى إلى تقوية العلاقة الأسرية وتشجيع التعاون بين

الأفراد داخل الأسرة وتفعيل المشاركة وتيسير متطلبات الحياة الأسرية. ويحرص أيضا على حث جميع أفراد الأسرة على المشاركة في الحياة الأسرية مما قد يساهم في تعزيز تماسكها واستقرارها. (مجلس شؤون الأسرة، 2020)

الشكل 7 : شعار الحملة الرسمي.



استخدم البرنامج موادًا سمعية بصرية لإيصال رسالته وتقديم التوجيهات والنصائح لكافة أفراد الأسرة. فتنوعت هذه المواد بين محتويات تتمثل في صور متحركة ثنائية الأبعاد، وتطبيقات رقمية وفيديوهات. صممت كلها بلغة يفهمها كل أفراد الأسرة وركزت على أهمية الحوار داخل نطاق العائلة بما يعود بالفائدة على الأسرة والمجتمع ككل.

الشكل 8 : لقطة من حملة رقمية لتشجيع الحوار بين أفراد الأسرة



كما استخدمت الحملة صورًا لأشخاص حقيقيين تمثل عائلات تضم آباءً وأمهات وأطفالًا مما قد يخلق تماثل (Bandura, 1961) (identification) بين المشاهد والمحتوى. حيث إن الأطفال يميلون إلى تقليد القدوة عندما يشعرون بالتماهي معها. خاصة إذا كانت هذه القدوة ودودة ولطيفة .

التماثل هو أن يرى المتلقي نفسه داخل المشهد. يشعر بالدفء العائلي داخل الشاشة. هذه العملية تدفع المشاهد لتبني أفكار المحتوى وهذا ما يعزز نجاح الوسيط.

تركزت هذه الحملة على التفاعل البصري ودمجه مع الوسائط الرقمية. وقد ساهم هذا الدمج في تحفيز الأسرة على التفاعل مع المشاهد الرقمية المعروضة. وتجلى هذا التفاعل على شكل نقاش، وتغيير سلوك، وحوار، وتبادل أفكار ومشاعر.

4. الدور الاجتماعي للأسرة في بناء المجتمع

تؤكد اليونيسيف (صندوق الأمم المتحدة للطفولة) أن مشاركة الأسرة والمجتمع عاملٌ أساسيٌّ يُسهم في التحصيل الدراسي للأطفال. فالأسر التي تُشارك في تعلّم أبنائها لديها القدرة على تشجيعهم على قضاء المزيد من الوقت في التعلّم وزيادة دافعيتهم لذلك. كما أن تدخل الآباء والأمهات في العملية التعليمية يعزز تفاعلهم مع أطفالهم فيصبحون أكثر استجابةً واهتمامًا باحتياجاتهم. ويمنحهم ثقة أكبر بأنفسهم، ويطور مهاراتهم التربوية والاجتماعية والمعرفية. كما تؤكد اليونيسيف أن دور العائلة لا يقتصر على التعليم فقط، بل يشمل أدوارًا أوسع نطاقًا. إذ يساهم في احتواء الطفل وحمايته وتوجيهه. ما يؤكد أن الأسرة عنصر حاسم في النجاح التعليمي وليس فقط المدرسة (UNICEF, 2024).

نعتبر أن الأسرة مكانًا للحوار وتنمية الفضول الفكري، مما يؤدي إلى فهم أعمق لما تم تناوله ومناقشته في المدرسة، أو إلى إيجاد إجابات للأسئلة التي قد تطرأ. حيث أظهرت بعض الدراسات أن هناك علاقة طردية متوسطة بين الممارسات الوالدية والنتائج المدرسية. وبالتالي يجب أن يكون لها دورٌ في تنظيم أوقات استخدام الموارد الإعلامية والرقمية واستغلالها بشكل متوازن لتحقيق الاستفادة الكاملة.

من جهة أخرى، تطرقت دراسة لـ Owens, Ravi & Hunter (2023) إلى دور الآباء في تعليم أبنائهم باستعمال التكنولوجيا والأدوات الإلكترونية خصوصًا خلال فترة جائحة كورونا. وأظهرت النتائج أن توفر الإنترنت في المنزل والأدوات الرقمية غير كافٍ لضمان مشاركة فعّالة في التعلم الرقمي. إذ يحتاج الآباء أيضًا إلى دعم في من خلال أدوات رقمية سهلة، وتدريب على محو الأمية الرقمية، للوصول إلى نتائج فعّالة لتحقيق فرص تعليمية شاملة. ويؤكد ذلك أهمية وعي الأسرة بدورها في تحسين الأداء التعليمي للأطفال، وتعزيز مشاركة الأهل في العملية التعليمية بشكل فعّال. ما يدل على أن توفر التكنولوجيا وحده غير كافٍ بدون تأطير أسري. وبينما تركز هذه الدراسة على الأسر الغربية وبالتالي تدريب فردي للآباء فرما تحتاج الأسر العربية الممتدة طرق دعم مختلفة تعتمد مثلاً على تدريب جماعي بمساعدة الأجداد والأعمام. من بين الدراسات المهمة التي سلطت الضوء على هذه النقطة نذكر دراسة (2017) Chip Donohue التي تناولت دور المعلمين في العصر الرقمي. وضمت الدراسة 25 مشاركًا. أظهرت الدراسة دور مشاركة الأسرة في التعليم الرقمي ودور المعلمين كمرشدين إعلاميين في توجيه الأطفال الصغار بطريقة صحيحة. واعتبرت هذه الدراسة أن مشاركة الأسرة تحدث في كل سياق سواء بوجود التكنولوجيا أو بدونها. إن دور الأسرة مسؤولية مشتركة بين الآباء والمعلمين والمجتمعات، وتصبح هذه المسؤولية أكثر فاعلية وتبني علاقة تقوم على الاحترام. ويشير ذلك إلى أن التعليم مسؤولية مشتركة بين الأسرة والمدرسة.

يُعد تطبيق "توكلنا" مثالًا واضحًا على الإعلام التفاعلي، لأنه لا يكفي بتقديم المعلومات، بل يتيح للمستخدم التفاعل مع الخدمات الرقمية بصورة مباشرة. كما يساهم في تعزيز مشاركة الأسرة في الحياة المجتمعية من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات الصحية والإدارية.

"توكلنا" و"كلنا آمن"

يُعد توكلنا تطبيق وطني حكومي سعودي يجمع العديد من الخدمات والمعلومات التي تستهدف الأسر السعودية مثل مواقيت الصلاة، وخدمات الاستغاثة والتطوع. يهدف إلى تعزيز جودة الحياة للمستخدمين تماشياً مع مستهدفات رؤية المملكة 2030.

الشكل 9 : شعار حملة توكلنا



يحول التطبيق المستخدم من عنصر متلقي سلبي إلى فاعل ومشارك. إذ يساعد المواطنين والأسر وأفراد المجتمع المدني في تقديم البيانات الصحية والإبلاغ عن نتائج الفحوصات، بل ويتعدى ذلك إلى حجز المواعيد في المراكز الصحية والاستفادة من الاستشارات الطبية عن بُعد مما يعزز الجانب التفاعلي المسؤول عن طريق رفع الوعي الصحي والاجتماعي لدى الأسرة وغرس قيم المسؤولية المجتمعية.

الشكل 10 : تطبيق حملة توكلنا



يستخدم التطبيق واجهة تعتمد على ألوان مريحة للعين وجذابة ويقدم تجربة مستخدم بسيطة. يتضمن سبع لغات ويقدم 225 خدمة مثل تراخيص الحج والعمرة. بالإضافة إلى ذلك، تُمكن لوحة التحكم المستخدمين من الاطلاع على معلوماتهم الشخصية ورخص القيادة ومعلومات المركبات. وهو مناسب لجميع أفراد الأسرة بما في ذلك الأطفال وكبار السن على فهم المعلومات ومشاركتها.

يسعى تطبيق "توكلنا" لتقديم خدمات مهمة تثري تجربة المواطنين والمقيمين والزوار. فبدلاً من أن يكون الفرد متلقياً سلبياً للخدمات والحماية، أصبح عنصراً فاعلاً وشريكاً أساسياً في تعزيز الأمن والسلامة المجتمعية. نعتبر تطبيق "توكلنا" من الأمثلة الناجحة في مجال الإعلام التفاعلي .

رغم ما يحظى به الإعلام التفاعلي من اهتمام ومتابعة، خاصة لما يقدمه للأفراد داخل الأسرة والمجتمع، إلا أن كثيراً من العوامل تجعل تأثيره متفاوتاً وغير مضمون. من بين هذه العوامل نذكر مستوى الوعي الرقمي داخل الأسر التي تواجه بعض الصعوبات في التعامل مع الأدوات الرقمية. إضافة إلى ذلك طبيعة تركيبة الأسر والمجتمع وتفاوت وصول التكنولوجيا بين المناطق. كل هذه العوامل ستحدد مدى نجاح الإعلام التفاعلي في تعزيز دور الأسرة.

5. الخاتمة

هذه الدراسة تسلط الضوء على الدور المهم للإعلام التفاعلي والبصري كوسيلة فعالة في تعزيز الوعي الأسري وإبراز الدور المحوري للأسرة في بناء المجتمع والاحاطة المناسبة بأفراده. كما تؤكد أيضاً على أن هذه الوسائط لم تعد مجرد وسيلة ترفيه أو وسيلة تواصل، إنما أصبحت وسيلة للتعليم ونشر القيم وتطوير الذات ولبناء مجتمع متكامل ومتماسك.

أظهر التحليل أن بعض وسائل الإعلام التفاعلية التي اعتمدت بشكل كبير على الجانب البصري والتفاعلي لإيصال رسالة موجهة للأسر والآباء والأمهات. لاحظنا أن هذه الحملات استطاعت جذب الانتباه ببساطة رسائلها وتأثيرها القوي في أفراد الأسرة. مما أدى إلى تفاعل واسع ورواج كبير بين الجمهور المستهدف.

تبين لنا من خلال النماذج التطبيقية التي قمنا بتحليلها، مثل الحملة التوعوية «مالك حق» أو التطبيقات والحملات الوطنية مثل «توكلنا»، أن بفضل الدمج المدروس والواعي بين العنصر البصري والتفاعل المشجع على المشاركة يسهم بشكل فعال في تحقيق الأثر المطلوب من التوعية أو التغيير في السلوك.

ورغم كل الإيجابيات التي تم ذكرها في هذه الدراسة إلا أنه لا يمكننا أن نتغاضى عن بعض السلبيات أو التحديات مثل ضرورة تنظيم استعمال هذه الوسائل وسد الفجوة الرقمية بين الأجيال والطبقات الاجتماعية ومساعدة الأسر على فهم واختيار الوسائل والمحتويات الإعلامية المناسبة

في ضوء ذلك، تبرز الحاجة إلى تبني رؤية مشتركة بين الأسرة والمؤسسات التربوية والإعلامية لتعظيم الاستفادة من إمكانات الإعلام التفاعلي البصري. ندعو إلى تشجيع الاستخدام الواعي والمبدع داخل المحيط الأسري، وإنتاج محتوى هادف يعزز القيم، والعمل معاً لبناء مجتمع أكثر وعياً وتماسكاً، حيث تكون الأسرة شريكاً فاعلاً في صناعة التغيير الإيجابي.

قائمة المراجع:

- Bradford, W. C. (2004). Reaching the visual learner: Teaching property through art. *The Law Teacher*, 11, 1–15.
- Barthes, R. (1964). *Rhétorique de l'image*. *Communications*, 4, 40–51.
- Cheung, C. H. M., Bedford, R., Saez de Urabain, I. R., Karmiloff-Smith, A., & Smith, T. J. (2017). Daily touchscreen use in infants and toddlers is associated with reduced sleep and delayed sleep onset. *Scientific Reports*, 7, 46104. <https://doi.org/10.1038/srep46104>
- Clark, R. C., & Mayer, R. E. (2016). *E-learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning* (3rd ed.). Wiley.
- Dale, E. (1946). *Audio-visual methods in teaching*. Dryden Press.
- Donohue, C. (2017). Digital age family engagement: The role of media mentors. In C. Donohue (Ed.), *Family engagement in the digital age: Early childhood educators as media mentors* (pp. 1–11). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315657707>
- Eichen, L., et al. (2021). Families' digital media use: Intentions, rules and activities. *British Journal of Educational Technology*, 52(6), 2318–2337. <https://doi.org/10.1111/bjet.13161>
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Owens, M., Ravi, V., & Hunter, E. (2023). Digital inclusion as a lens for equitable parent engagement. *TechTrends*, 67(5), 1–11.
- Thelander, Å. (2018). *Visual communication*. Wiley Online Library.
- UNICEF. (2024). Engaging families and communities to support student reading skills development. <https://www.unicef.org/flnhub/resources/engaging-families-and-communities-to-support-student-reading-skills-development>

الزيات، فتحي مصطفى. (2007). صعوبات التعلم: الاستراتيجيات التدريسية والمداخل العلاجية. دار النشر للجامعات.

جاب الله، حكيمة. (2024). تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الاتصال الأسري: شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً. مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 8(1)، 157–171.

القرني، س. ح.، العمري، أ. س.، الغامدي، ف. س.، & حجازي، م. س. (2019). دور الأسرة في تقليص الفجوة بين نتائج الثانوية العامة ونتائج اختبارات القدرات والتحصيلي من وجهة نظر أولياء الأمور في مدينة جدة. مشروع بحثي.

الشريف، هاشم محمد، والسلمي، عبد الوهاب بن مستور. (2025). تعزيز الأمن الفكري للأسرة في ظل تحديات الإعلام الرقمي. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية والثقافية.

تأثير الشاشات على الأسرة: تراجع التواصل وغياب اللحظات المشتركة. (2025). <https://satrmedia.com/article/2920>