

الوعي السياسي والإعلام الرقمي قراءة في المفاهيم والأدوار

أ.ة /قدوري ريم فتيحة
المركز الجامعي /غليزان

مقدمة:

برزت أهمية الإنترنت في المجال السياسي كمجال عام إفتراضي مكن الأشخاص من إبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالمي بسهولة ويسر، حيث تتوافر بالنسبة لهم الحماية من القوانين الصعبة التي تواجهها وسائل الإتصال التقليدية، ويتميز الاعلام الرقمي الجديد بالسرية والمشاركة الديمقراطية والحرية الدينية والسياسية والوصول العالمي وحرية التعبير¹. كما يعد الإعلام الرقمي مظهاً جديداً من مظاهر التطور التكنولوجي، وقد لعبت وسائل الإعلام الرقمي دوراً كبيراً وهلمنا في نقل وبث المعلومات والأخبار حول الأحداث وتحليلها والتعليق عليها، الى جانب إشراك الجمهور المتلقي في ذلك كناقل للحدث وإبراز وجهات النظر المختلفة للأفراد.

ولوسائل الإعلام دور فاعل في تشكيل سياق الإصلاح السياسي في المجتمعات المختلفة؛ حيث تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجماهير ويتوقف إسهام ودور وسائل الإعلام في عملية الإصلاح السياسي والديمقراطي على شكل ووظيفة تلك الوسائل في المجتمع وحجم الحريات، وتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه المؤسسات، بجانب طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع، فطبيعة ودور وسائل الإعلام في تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي².

إن التطور الهائل في وسائل الإعلام ساهم بشكل أو بآخر في تحديد اتجاهات الجمهور وفاعليتهم تجاه القضايا السياسية في بلدانهم، حيث يفترض يورغان

هامبرماس "Jurgen Habermas أن من شروط قيام الإعلام بوظيفة الديمقراطية هو الاسهام في تحقيق المشاركة السياسية: من خلال إتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة واتخاذ قراراتها بالانتماء للأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية، أو التصويت بما يدعم النشاط السياسي العام.³ وبالتالي صنع او المشاركة في صنع وتشكيل وعي سياسي للأفراد والجماعات.

أولاً: عن الوعي السياسي:

تعتبر مسألة الوعي السياسي على درجة كبيرة من الأهمية، خاصة في تلك المجتمعات التي تبغي ترسيخ قيم الديمقراطية، ومشاركة مواطنيها في الأمور السياسية لمجتمعهم، حيث انه لن تكون هناك مشاركة فعالة بدون أن يعي أفراد المجتمع قيمة هذه العملية بالنسبة لهم، وبالنسبة لوضعهم في البناء الاجتماعي والسياسي، فغالبا ما تقاس درجة المشاركة السياسية، بمدى نضج الوعي السياسي لدى الأفراد.⁴

لقد أبدى "ماركس" إهتمامه بمسألة الوعي، وأكد أن الوعي: هو مجموعة الآراء والتصورات التي تتشكل لدى أفراد المجتمع عن وضعهم الاجتماعي، وأن الصراع بين الجماعات من أجل المصالح يساعد على تكوين ذلك الوعي، كذلك فقد أكد أن حرص الطبقة المسيطرة على إستمرار الوضع القائم، يدفعها إلى بلورة أفكار وتصورات ومعتقدات تزكي مصالحها الطبقيّة والأيدولوجية المسيطرة.⁵

ويتضح لنا تأكيد "ماركس" على أن الوعي الاجتماعي يتكون من خلال وضع الأفراد في المجتمع، وأنه يتشكل من خلال سياق اجتماعي تاريخي، وأنه عبارة عن مجموعة من الآراء والأفكار والمعتقدات التي تتشكل لدى أفراد المجتمع، وأشار الى ان الطبقة الحاكمة تلجأ الى تزييف ذلك الوعي حفاظا على مصالحها، وهذا بالفعل ما تمارسه السلطة في المجتمع الحديث من خلال الوسائل المختلفة كوسائل الإعلام والتعليم وغيرها من أجل إستمرارها في وضعها.

الوعي إذا هو حالة من اليقظة يدرك فيها الإنسان نفسه وعلاقاته وما حوله من زمان ومكان وأشخاص وأفكار، كما يستجيب للمؤثرات البيئية استجابة صحيحة،

وهو إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا، وهو أساس كل معرفة، ويمكن إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام⁶:-

11- الإدراك والمعرفة 2- الوجدان 3- النزوع والإرادة

هنا ووفقاً لمفهوم الوعي السياسي بشكل عام يشير الوعي إلى العوامل المرتبطة بالبيئة الإنسانية ومعرفة الإنسان بتلك البيئة من جميع النواحي معرفة واعية بحيث يستطيع تحليلها ومعرفة نتائجها. ويعرف علماء النفس الوعي بأنه (شعور الكائن الحي بنفسه أو ما يحيط به)⁷.

ومع تقدم العلم أخذ مدلول (الوعي) ينمو نحو العمق والتفرع والتوسع، ليدخل العديد من المجالات النفسية والاجتماعية والفكرية، فقد كثرت المجالات التي يضاف إليها الوعي، فهناك الوعي الاجتماعي والوعي الطبقي والوعي السياسي. وهو محور حديثنا هنا.

حيث يعد الوعي السياسي من أكثر أنواع الوعي الاجتماعي أهمية وتأثيراً في الفرد والجماعة؛ فالوعي السياسي هو خبرة يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شئون المجتمع المحلي المحيط بهم، ولكي يتم ذلك الوعي يجب أن تتوافر الدراية والعلم عن ذواتنا وذوات الآخرين، وقد تكونت جذور الوعي السياسي منذ أن وجدت الدراية بذات الفرد وذات الجماعة في القبيلة والمجتمع والدولة.⁸

اختلفت التعاريف التي تقدم مفهوم الوعي السياسي، وذلك للاختلاف الأيديولوجي والبيئي للمجتمعات البشرية، حيث يعطي كل مجتمع تعريفاً خاصاً للوعي السياسي حسب نوعية ذلك المجتمع.

هناك تباين في مفهوم الوعي السياسي من النظام الاشتراكي الذي يركز على العامل الاقتصادي ودور الطبقات⁹ وهو على عكس ما يراه الاتجاه الرأسمالي فالدور الأكبر والأنشط للفرد في حياته وفهم المفاهيم والمصطلحات السياسية حيث ساعد كل من السوق الحر والصحافة الحرة وحرية الرأي والتعبير على خلق نوع من الوعي السياسي المنتج والمؤثر على كافة الأصعدة. أما الفكرة الإسلامية فقد أشارت إلى مسألة الوعي في إطار السياسة الشرعية وقد ارتبطت كلمة (الوعي) في الفكر الإسلامي بالجمع والحفظ على النحو الذي نجده في القرآن الكريم (وجمع

فأوعى¹⁰، وقد كونت و عباسياسيالدى المسلمين منذ قيام الدولة الإسلامية في المدينة المنوره وذلك لارتباط الجانب الديني والدينيوي ببعض، وبدأ العمل على نشر الدعوة الإسلامية ونشر المفاهيم السياسية التي جاءت بها الإسلام.

عرفت الموسوعة البريطانية الوعي السياسي بأنه " ما لدى الأفراد من معارف سياسية على المستوى المحلي أو العالمي نتيجة الثقافة السياسية التي حصل عليها الافراد داخل المجتمع، التي تعد مؤشرا جيدا على التقدم السياسي من حيث إدراك الأفراد لدورهم في صنع القرار ومدى ظهور فكرة المواطنة¹¹ .

ويعرف الوعي السياسي بأنه: مجموعة من الآراء تجسد نظريا السياسة التي تنتهجها طبقة معينة، أو جماعة إجتماعية، والسياسة نمط خاص من العلاقات بين الطبقات والأمم والأحزاب، وهي تحدد أيضا مضمون شكل الحكومات، وتشابكها مع الطبقات والجماعات الاجتماعية¹² .

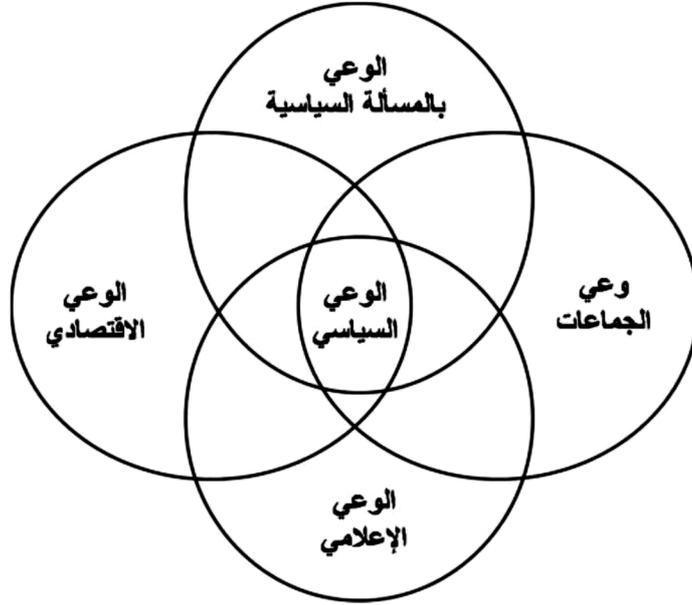
والوعي السياسي معرض للتغيير والتبديل وفقا للواقع السياسي الديناميكي كونه يجري في حركة دائمة ومستديمة ففي كل فترة زمنية نجد أفكارا ومشاريع تطرح على شعوب العالم وتؤثر في وعيهم السياسي وهذا ما نجده في الفترة الراهنة حيث مفاهيم (الحرية □ الحقوق الإنسان □ الديمقراطية الإصلاح السياسي) التي تطرح في العديد من الدول العربية.

كما يعرف الوعي السياسي بأنه "الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها"¹³ .

في حين أن الوعي السياسي يتكون من القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية للأفراد والمجتمع. بالتالي فوعي الفرد يتأثر بالثقافة العامة للمجتمع رغم انها قد تكون مستقلة. وللوعي السياسي أنواع ومستويات، وعند الحديث عن أنواع الوعي السياسي يكون الغرض منه عادة هو تحديد ما إذا كان هذا الوعي ايجابيا أو سلبيا أو محدودا. ويقسم الوعي السياسي الى ثلاث مستويات، كالتالي:¹⁴

1. **وعي مشارك:** وهو الذي يساعد في تشكيل الاتجاهات تجاه الموضوعات أو المسألة السياسية، وبالتالي فالوعي حين يكون مساهمًا ومشاركًا يعتبر إيجابيًا.
 2. **وعي تابع:** وهو إما أن يكون تابع لرأي أو جماعة بشكل متعصب ومستسلم، دون الرجوع إلى طرح تساؤل أو مساهمة. وهذا الوعي سلبي ويدفع إلى اتجاهات سلبية.
 3. **وعي محدود:** وهو الذي لا يشكل أي تغيير أو مشاركة وهو محدود بنطاق الفرد وشخصيته فقط.
- يجب علينا الإشارة إلى دوائر الوعي السياسي: وهي عبارة عن دوائر من الوعي بأمور أخرى، تشكل الوعي السياسي وتدخل كعوامل مؤثرة فيه وهي¹⁵ :
1. **الوعي بالمسألة السياسية:** يمكننا أن نعرف المسألة السياسية على أنها الممارسة السياسية والعمل السياسي الذي يقوم به الأشخاص، وتتعلق المسألة السياسية (دول - منظمات) أحداث السياسة من حيث بدايتها وكيف تسير، وتأثيرها بالأحداث السياسية السابقة أو ما يعرف بالتاريخ السياسي أو الدبلوماسي.
 2. **الوعي الإقتصادي:** وهو معرفة حركة الاقتصاد والمال من حيث الطلب على السلع أو عرضها، وإدراك تأثير الاقتصاد على المسألة السياسية، إضافة إلى معرفة القروض الدولية والمؤسسات المالية الدولية وأثرها على أشخاص المسألة السياسية.
 3. **الوعي بالجماعات:** ويقصد بها معرفة الأحزاب وجماعات المصالح والضغط أو النقابات. ويتطلب الوعي بها معرفة أهدافها وأساليب عملها ومعرفة الأشخاص الذين يعملون في هذه الجماعة من حيث أيديولوجياتهم وانتمائهم الفكري، لأنهم هم من يحرك الجماعة.
 4. **الوعي الإعلامي:** وهذا يتطلب معرفة بالمراحل الثلاث للعملية الإعلامية وهي:
 - أولاً: الجهة الإعلامية (المرسل) التي تقف خلف المضمون الاعلامي.
 - ثانياً: المضمون الإعلامي: (الرسالة) وهو يعتبر الشكل الخارجي لتلك الجهة بما يحمل من أفكار وأهداف يراد إيصالها للمستقبل والتأثير عليه.
 - ثالثاً: المستقبل للمضمون الإعلامي أو الشريحة المستهدفة من قبل الجهة الإعلامية.

ويوضح الشكل التالي الدوائر أو العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي



ثانياً في مفهوم الاعلام الرقمي/الجديد وخصائصه:

فرضت شبكة الإنترنت، وما توفره من خدمات ووسائل، نفسها على الإعلام وعملياته الإنتاجية من خلال طريقتين: الأولى تتجسد في استخدام غرف التحرير والأخبار للحاسوب والإنترنت وما توفره من مصادر ومعلومات وتتأكد من صحتها ودقتها وتوظيفها ثم تخزينها في الأرشيف.

أما الطريقة الثانية، فقد مكنت شبكة الإنترنت من ظهور صحافة إلكترونية وإعلام جديد استفاد من تقنيات الإنترنت في الإنتاج والتخزين وتوصيل خدماته إلى جمهور واسع ومتعدد، إضافة إلى خصائصه المتمثلة في التفاعلية والوسائط المتعددة والنص الفائق¹⁶ ولا زالت المفاهيم والتعريفات التي تقدم الاتصال الرقمي Digital Communication محددة بحدود ما قدمته إسهامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعريف بالوسائل القائمة على النظم الرقمية، مثل مواقع الويب Wibsit الفيديو، والصوت، والنص وباقي الوسائل المتعددة المتحركة والثابتة.

إن اشكاليات المصطلحات واختلاف تعريفاتها وتطور مفاهيمها لحين تستقر عند مجموعة مفاهيم متقاربة، هو امر يطال كثير من المصطلحات بما في المصطلحات

المرتبطة بالإعلام والمعلومات. ومن تلك المصطلحات مفهوم " الاعلام الرقمي أو الإعلام الجديد" وإن بدرجة غموض أقل من غيره من كثير من المصطلحات، فالإعلام الجديد تركز مفهومه في مرحلة من شيوعه على الأدوات ووسائل الاتصال الحديثة خصوصا المرتبطة بالإنترنت.¹⁷

أحدث الإعلام الجديد New Media نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الالكترونية والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الانترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لم يتم الإتفاق على تعريف موحد لهذا الإعلام الجديد.

تعدد تسميات الإعلام الرقمي/ الجديد: لنقر بداية على أن هناك اتفاقا عاما بأن الإعلام الجديد تولد من تزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديد والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تنوعت وتعددت اسماؤه والى الآن لم تتبلور خصائصه النهائية.

فيعرف البعض الإعلام الرقمي بأنه " تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب (الفيديو وتويتر ويوتيوب) يمكن ان تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزواج بين المهنية وصرام التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضا وهكذا هو جوهر الموضوع.¹⁸

ونعتقد أن هذا التعريف قاصر على مفهوم الشبكات الإجتماعية التي وفرتها شبكة الإنترنت، حيث تعرف الشبكات الإجتماعية بأنها صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الوب وتتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم (Public profile) أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد. كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والإطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الاصدقاء)، في حين ان مصطلح الإعلام الجديد قد يحمل معه هذه المواقع ولكن لا يقتصر عليها.

يقدم عباس صادق الإعلام الرقمي/ الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي ((Media Digital) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة الى أي نظام أو

وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي **Interactive Media** طالما توفرت حالت العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الاعلامية التفاعلية الجديدة"¹⁹.

هو ايضا الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات. كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيبرونية Cyber Media من تعبير الفضاء السيبروني Cyber Space الذي اطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون **William Gibson** في روايته التي اصدرها عام 1984م باسم **Neuromancer** والتعبير مأخوذ من علم السيبرنطيقا Cybernetics المعروف عربيا بعلم التحكم الآلي، ويعني تعبير السايبرميديا العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ- ليس فيزيائيا- شكل المادة، ويصف التعبير وسائل التحكم الالكتروني التي حلت محل الاداء البشري، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت.

ويطلق على الإعلام الجديد أيضا صفة إعلام المعلومات Info Media للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام اعلامي جديد سيستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها. كما يطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية. كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الاعلام المستحدث، اعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو²⁰.

الملاحظ هنا ارتباط بعض هذه الأسماء بتطبيقات الكمبيوتر، فبعضها خرج من طبيعة الوسيط الاتصالي وأخرى من خبرات ثقافية يصعب إيجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي ولدت فيها، كما ان بعض الأسماء يشير إلى تطبيق جزئي من تطبيقات الإعلام الجديد أو احدى ميزاته، كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من شبكة الإنترنت، وبعضها يلم بأطراف اخرى من الوسائط، مما يوسع من قاعدة التعريف ومن قاعدة الوسائط والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام بشكل عام.

عن ماهية الإعلام الجديد وابعاده واتجاهات الباحثين: فقد وردت العديد من التعريفات للإعلام الجديد في العديد من القواميس وكذلك لبعض الباحثين منها: - تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة: **High-Tech Dictionary** الذي قدم الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"²¹. في حين يعرفه ليستر **Leste** بالقول: "الإعلام الجديد باختصار" هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"²².

موسوعة الويب ويوبيديا **Webopedia** تقدم الإعلام الجديد بأنه " مصطلح عام للعديد من الأشكال المختلفة للاتصالات الالكترونية التي اصبحت ممكنة من خلال استخدام تكنولوجيا الكمبيوتر". وتضيف الموسوعة في تعريفها للإعلام الجديد " أنه بينما يقوم مبدا وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد الى واحد ((Point-To-Point، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد الى الكثيرين (Point-To-Man، ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الاعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالانترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الانترنت من الوصول الى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال"²³.

وبحسب الموسوعة الحرة ويكيبيديا: **Wikipedia** الإعلام الجديد" هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كونا لإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته، وللإعلام الجديد العديد من المرادفات منها: الاعلام البديل، الاعلام الاجتماعي، صحافة المواطن، مواقع التواصل الاجتماعي او ما يعرف بالشبكات الاجتماعية"²⁴.

قاموس الكمبيوتر **Dictionary: Computing** يعرف الإعلام الجديد عبر شقين: الشق الأول: " أن الاعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا

عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهتافي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر. أما الشق الثاني: " يشير المفهوم أيضا الى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعتا الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات باسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم اجمع "25.

لكن قاموس الإنترنت الموجز **Condensed Net Glossary**، يشير في تعريفه إلى أن: " أجهزة الإعلام الرقمية عمومًا أو صناعة الصحافة على الإنترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو والسينما"26.

يقر جونز Jones في تعريفه بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبيّن إجابته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء. " الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو- الى حد ما- وغيرها من الوسائل الساكنة. "27 Static

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه"28.

وتضيف كلية شريدان التكنولوجية Sheridan29 تعريفًا عمليًا للإعلام الجديد بأنه: " كل أنواعا لإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية

رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه.

على ذلك، يمكن تقسيم الإعلام الجديد الى الأقسام الأربعة الآتية:

✓ الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت **Online** وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات، وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.

✓ الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو ايضا ينمو بسرعة وتنشأ منه انواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

✓ نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت لها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

✓ الاعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر **Off line**، ويتم تداول لهذا النوع، اما شبكيا او بوسائل الحفظ المختلفة مثلا الأسطوانات الضوئية، وما لها ويشمل العروض البصرية والعبا لفديو والكتب الالكترونية وغيرها."

من خلال قراءتنا حول الإعلام الجديد ومحاولة البحث عن مفهوم محدد نجد انه لم يتفق الباحثين على وضع تعريفا محدد وواضح لمفهوم الإعلام الجديد. ولعل ذلك راجع الى عدة اسباب منها: إن صورة الاعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد، كما أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية، ذلك أن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات وما توصل إليه الإعلام والاتصال من تطور وتقدم، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحادثة عما هو عليه الإعلام الان. لذلك تمحورت جميع أو جل التعريفات للإعلام الجديد حول الآليات المتبعة والمستخدمة في الإعلام عموما فمنها من استند على الإعلام القديم المطور والجديد المحدث، وهناك من زاوج ما بين هذين الشكلين.

في حين انه هناك شبه توافق لدى الكثير من الباحثين على أن الإعلام الجديد يحمل في طياته الكثير من التنوع والخصائص وأشكال التقنيات الجديد، التي لها ارتباط بالوسائل الاعلامية الحديثة، والتي لم توفرها تلك الوسائل القديمة مثل:

الجهد الفردي والتخصيص، الذي استهل به القرن الجديد هذا التطور الكبير في الإعلام، كما كان الإعلام القديم صفة القرن الماضي، وتأتي هاتين الخاصيتان نتيجة ميزة رئيسية هي التفاعلية.

وهو ما يؤكدّه عباس صادق بقوله " انه إذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو هذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو إعلام القرن الجديد، فالإنترنت، وهي واحدة من أدواته، جعلت في مقدور أي إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد"³⁰.

لكن من المهم جدا أن نتفق بأن الإعلام الجديد ليس إنترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كليا عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الإنترنت. فالإعلام الجديد يستبطن عددا من التكنولوجيات الإتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبكرة، الى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الانترنت.

ومن المهم بمكان تسليط الضوء على أهمية فهم وسائل الإعلام الجديد، ذلك أن مميزات الإعلام الجديد تختلف عن الإعلام القديم وذلك في استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات (Bits Not Atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا عن توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة.

ويضيف حسنين شفيق على أن ميزة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة ((Addressability Digital، بأنها عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى اخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة بعضها البعض، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفردية ومن ناحية اخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليتها بالإعلام القديم. والميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة الى

أيدي الناس جميعا وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة (غوتنبرغ) وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف واخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.³¹

يقول ليف مانوفيتش " " Lyfmanwfitsh أنه لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد: أننا نحتاج إلى تجاوز الفهم السائد الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات. وضرورة النظر الى الدور التكاملي للكمبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي احدث تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضا، فكل الأشكال الجرافيكية وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات، والأصوات، والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق وهي استخدام الكمبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الاتصالات"³².

وفي مقاربة عربية لفهم الإعلام الجديد: يبسط سعود الكاتب مداخلته عن الإعلام الجديد من عدة مداخل يرصدها في التغيير في انماط السلوك وفي الاندماج بين وسائل الاتصال، ويبدأ أولا بمقارنة الإعلام القديم، ويجد في التفاعلية أول مظاهر التميز عند الإعلام الجديد على القديم، ويصل إلى أن تكنولوجيا الإعلام الجديد جعلت من حرية الإعلام حقيقة قائمة، وذلك من خلال³³:-

- التفاعلية أهم مظاهر التميز: "فخاصية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي خاصية مشتركة بين الاعلامين القديم والجديد. الفرق هو ان الاعلام الجديد قادر على اضافة خاصية جديدة لا يوفرها الاعلام القديم وهي التفاعل، أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مهما لأنماط وسائل الاعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد، يتم ارسالها من مصدر مركزي، مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع امكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى ارادها وبالشكل الذي يريده،

ومثال ذلك التقليدي هو قنوات التسوق المتزلي Home shopping على أنظمة الكيبيل وعلى الإنترنت".

- التغيير في أنماط السلوك "لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضا بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل « active يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه. وكثير من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباها كبيرا لوسائل الاعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها وفي واقع الامر، فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدو التلفزيون مثلا قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون، ولكنها غالباً تكون متابعة سلبية Passive بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فالقليل منهم سيتذكر ذلك. الاعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة»³⁴.

- اندماج الوسائل: يشير كاتب الى حالة التماهي بين وسائل الاعلام الجديد كإحدى أهم الصفات التي تتصف بها: " فتكنولوجيا الإعلام الجديد أدت الى اندماج وسائل الاعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. فنجد ان جميع وسائل الاعلام الجماهيري الحالية اصبحت وسائل الكترونية بشكل أو بآخر" ³⁵.

وحول حرية الإعلام الجديد: يرى كاتب نتيجة اخرى مهمة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي: " أنها جعلت حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فشبكة الوب مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالانترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك ايضا على الانترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار، التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم" ³⁶.

أصبح الإعلام الجديد مؤسسة كبيرة وواسعة. يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله غير مختصر على كتاب وقراء وصحفيين بعينهم، بل فتحت كل الأبواب والأفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية الأخرى، عبر تواصل اجتماعي حي ومشوق. ومن المؤشرات الدالة لمستقبل الإعلام هو ما يطلق عليه (المستقبل التفاعلي الشبكي).

ويحصر البعض فهم الإعلام الجديد في أنه عملية اصلاحية للنظام التقليدي للإعلام، أي أنه تطور تاريخي- بالمعنى الإيجابي- للإعلام التقليدي، يتفاعل معه، فيصلح كل منهما الآخر.

بحسب عباس صادق فالإعلام الرقمي/ الجديد إذا هو: إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط ليؤدي أدوارا جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها، فهو على سبيل المثال لا الحصر وسيلة تعليم ومنافس تلقائي للمدارس. وهو يعمل في سياق مؤسسات جديدة تختلف عما عهدناه في وسائل الإعلام التقليدية، فهو ليس إعلام صحفيين وكتاب وقراء، ولكنه مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية ويمارسون أعمالهم اليومية³⁷.

ثالثاً: حول العلاقة بين الإعلام والسياسة:

هناك اعتقاد أن العلاقة بين الإعلام والسياسة علاقة واهنة، فالإعلام يعني الإخبار وتقديم المعلومات وترجمة عاداتنا في خطب تثير أكبر قدر من الضوضاء، وعملية تتصف بطابع التضخيم والعلانية دون حياء، يسيطر عليها الصوت المرتفع وتملق الجماهير. أما السياسة فتثير في الذهن التحركات السرية المعقدة التي تبدأ وتنتهي في الخفاء بين الكواليس بعيداً عن أعين الجماهير لا يدري بها أحد يغلفها التكتم ويحيط بها الصمت، هي قضية الطبقة الحاكمة وليست أموراً تعني الشعب³⁸. ويعتبر الإعلام أحد أهم مؤسسات التنشئة السياسية إلى جانب العائلة والمدرسة والأحزاب وجماعات الضغط.

فقد غيرت الابتكارات في مجال تكنولوجيا الاتصالات بالإضافة إلى العولمة الزاحفة، طبيعة وسائل الإعلام العالمية وأدت إلى انتشار المعلومات، وترتب على ذلك نتائج مهمة بالنسبة لكل من إدارة شؤون المجتمعات الوطنية والمجتمع

العالمي، وقد بدأ هذا مع البث الاذاعي في الأربعينات، ومنذ ذلك الحين من خلال التلفاز والبث بالاقمار الصناعية لإتاحة الفرصة حتى لمن يعيشون في مناطق نائية للوصول المباشر الى الصوت والصورة من العالم الأكثر اتساعا وفي بعض البلدان تأتي الاتصالات الجديدة الى السكان حتى بأبناء الأحداث الداخلية التي لا تتوفر لهم محلها كما أدت خدمات الاتصال الدولي الرقمي المباشر بالهاتف والفاكس الى حدوث زيادة هائلة في تدفق الأنباء وسائر الرسائل عبر الحدود، وثمة تطور آخر مهم هو التشارك في المعلومات من خلال الروابط بين الحواسيب (خدمة الانترنت والبريد الالكتروني) في كافة أرجاء العالم³⁹.

يعتبر اتساع فرص الحصول على المعلومات أمرا صحيا بالنسبة للديمقراطية التي تفيد من وجود مواطنين أفضل اطلاعا كما أفاد هذا التنمية أيضا والتعاون العالمي والمهني والعديد من الأنشطة الأخرى، ويمكن للروابط الواسعة التي أصبحت ميسرة الآن أن تساعد أيضا على التقرب من شعوب العالم، فقد حفزت صور وسائل الإعلام عن المعاناة الانسانية للشعوب من خلال الإسهام في جهود الاغاثة مثلا ومطالبة الرأي العام الحكومات على تقديم التفسيرات واتخاذ الإجراءات اللازمة، والواقع أن للإعلام ووسائله تأثيرا كبيرا في تشكيل السياسة الخارجية في عدد من البلدان⁴⁰.

تمكن ستيفن ومجموعة باحثين من تحديد الطرق المختلفة التي تترك وسائل الاعلام آثارها على الرأي العام وهذه الطرق هي: تمكين الناس من الاحاطة بما يجري في العالم (أسلوب التعلم)، وتحديد القضايا والأحداث السياسية الهامة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الأحداث)، أو لعب دور تأثيري في تحديد من من السياسيين ينبغي لومه أو مكافأته بشأن المواضيع والأحداث التي توردها الأخبار (تحديد المسؤولية)، واخيرا هناك أسلوب التأثير على الخيارات والميول السياسية للناس (الاقناع)⁴¹

تعمل هذه الفئات الأربع من التأثيرات ضمن غطاء أشبه ما يكون بالسلسلة، إذ تمثل عملية بث المعلومات التأثير الأول لوسائل الاتصال، وبدورها تؤدي عملية زيادة الاحاطة الى حدوث تغيرات في بروز حدث أو قضية معينة، فمثلا لو كانت البلاد تعاني من حالة الركود، سيدرك الناس عبر متابعتهم للصحف أو التلفاز بأن

آلاف من المواطنين قد أضحوا عاطلين عن العمل، وهو ما من شأنه أن يزيد اهتمام المواطنين بالوضع الاقتصادي.

وإذا تحول إهتمام الناس الى قضية أو حدث ما، فإنهم سيبادرون إلى محاولة تكوين فهم خاص بهم حول هذه القضايا عبر (تحديد المسؤولية) فهم سيطالبون بإيضاحات عديدة: ما الذي دفع الاقتصاد الى هذا الوضع السيئ؟ ومن هي الجهة أو ما هي الوسيلة القادرة على تصحيح الأوضاع؟ أما الأسلوب الذي تتبعه وسائل الاعلام من التلفاز والنشرات الاخبارية في وضع المواضيع السياسية في اطار معين يمكن أن تقود المشاهدين الى النظر الى المسؤولية عما يجري بطرق مختلفة، ويمكن أخيرا للأخبار أن تقنع الأفراد بتغيير ميولهم السياسية أو خياراتهم الانتخابية مثلا فلو قام الإعلام بتعريض المواطنين الى أخبار اقتصادية ولمدة طويلة، ستبرز البطالة كأهم قضية في نظرهم، وستقع مسؤولية ما آل إليه الوضع الاقتصادي على عاتق أولئك المتقلدين المناصب، والذين سيفقدون شعبيتهم وسيتحول الناخبون لمصلحة منافسيهم⁴².

ومن هنا فالإعلام السياسي هو أحد أنواع أو فروع الإعلام الذي يهدف بشكل خاص إلى توصيل رسالة إعلامية من الدولة أو مؤسساتها بهدف تحقيق التأثير في الجماهير لتحقيق أغراض تخدم السياسة العامة للدولة أو توجهاتها في المجال السياسي كالأحزاب أو الانتخابات أو الاستفتاء على دستور أو معاهدات أو قوانين سيادية هامة. أو تحريك مشاعر الجماهير في حالة السلم لخدمة الوطن أو التعاون مع الأمن أو الجيش أو لخدمة الوطن في حالة الحرب للدفاع عن الوطن ومقدراته ومكتسباته أو توعية الجمهور نحو أهداف الوطن السياسية بخصوص الولاء والانتماء للنظام الحاكم أو الحزب الحاكم أو موقف الدولة من دولة اخرى، أو الإعدام لحرب، ويمكن هنا بروز موضوع الإشاعات والحرب النفسية كوسائل من وسائل الإعلام السياسي أو الإعلام السياسي المضاد⁴³.

وقد حاول بعض الباحثين أن يبرهن على أنه يمكن فهم الحياة السياسية وتفسير ظواهرها من خلال (العملية الإعلامية) كوظيفة اتصالية تمثل عصب الحياة السياسية. فالإعلام السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي وسياسته الخارجية، والقرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة ومناسبة، وهي

تكون كذلك إذا حصلنا عليها بواسطة (أداة إعلام) جديدة تعبر عن: الواقع الذي نريده وتمدنا بالحقائق التي نحتاجها، دون تشويه أو تحريف، أي إذا ما استخدم الحكام قنوات بالحقائق التي نحتاجها، دون تشويه أو تحريف، أي إذا ما استخدم الحكام قنوات اتصال جديدة وفعالة تنقل إليهم نبض الجماهير وتطلعاتها وآراءها ومواقفها واتجاهاتها الحقيقية، وتنقل للمواطنين تعليمات وأوامر الحكام بدقة، كانت عملية التواصل بين الحكام والمحكوم جيدة وتواصل من خلالها النظام السياسي⁴⁴.

إذن فالإعلام السياسي هو حملة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة (المرسل) إلى الجمهور (المستقبل) لتنفيذ التأثير في نفوسهم لتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف محدد أو معين.

في الوظائف السياسية لوسائل الإعلام:

غالباً ما نشهد حدة الإعلام السياسي في الحالات الطارئة كعداء دولة أو الاستعداد للحرب أو الدخول في مفاوضات أو لمبايعة حاكم أو تأييده أو لتوقيع اتفاقيات سياسية حول سلام أو تعاون أو حرب أو غيره أو لنشر فكرة جديدة تتعلق بهدف سياسي أو إيديولوجي⁴⁵. ويستخدم النظام السياسي وسائل الاعلام لتحقيق الأهداف التالية⁴⁶:

1. التثقيف السياسي: إذ تحرص أنظمة الحكم وعلى الخصوص الشمولية منها التي تخضع لسلطة مركزية (حكم فردي أو حكومات الحزب الواحد) على الإستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية لهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضية معينة قد تكون أيديولوجية اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة.

2. التأثير في اتجاهات الرأي العام، حيث تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام وتحديد مواقفه المساندة لسياساتها وبرامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات، وحتى تعمل أي حكومة بكفاءة يتوجب أن توفر درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين القاعدة، بحيث يتم طرح قرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام من خلال رصده في وسائل الاعلام، وجمع المعلومات من

خلالها وأن يتم ذلك من خلال خبرات فنية متخصصة في تحليل المعلومات الواردة والتغذية الراجعة بصورة خالية من التحريف والتشويش.

3. التسويق السياسي: وهو محاولة عرض الأفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الاعلام بهدف تسويقها والتسليم بها، وهنا فإن السياسيين في عملهم هذا إنما يشبهون فر عرض أفكارهم أصحاب المتاجر حيث يعرضون سلعهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها وبيعها، ولا بد من التأكيد على أن مقدرة السياسيين في عرض أفكارهم ومواقفهم هي التي تحكم مدى النجاح أو الاخفاق في قبول الجمهور بما يطرح عليه، ويستخدم التسويق السياسي عادة في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس النيابية أو البلدية، وتلجأ الأحزاب السياسية والمرشحون لهذه المواقع القيادية الى الاستعانة بمكاتب متخصصة في مجال الاعلام والدعاية السياسية لتصميم برنامجها الانتخابي بصورة تكفل نجاح العملية الاتصالية والنفوذ الى نفوس المتلقين. وهم جمهور الناخبين، وضمان تأييدهم السياسي.

لقد أثبتت الدراسات العلمية الحديثة في مجال الإعلام السياسي أن لوسائل الاعلام قوة مستقلة في المجتمع وأنها تلعب أدواراً سياسية من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية، كما أنها تلعب دوراً مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي، ويرجع أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في الحياة السياسية المعاصرة الى عدة أسباب أهمها⁴⁷:

1. الحجم الكبير من المتلقين، سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخب يتعرضون لما تقدمه مواد ورسائل إعلامية.

2. ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الاعلام من معلومات.

3. سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال أشكال متنوعة للفنون الاعلامية، التي قد يبدو بعضها بدون مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.

4. الكم الهائل من الرسائل الإعلامية الذي تبثه وسائل يومياً يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له وسائل الإعلام.

ويمكننا أن نخلص إلى أن أهم الوظائف السياسية لوسائل الإعلام تكمن في:

1- الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة الخارجية: قديما عهدت القبائل البدائية لبعض الأفراد مراقبة الظروف المحيطة بهم، وتحيطهم علما بالأخطار المحدقة، سمي هؤلاء بحراس البوابة، وهذه الوظيفة تقوم بها في المجتمع المعاصر وسائل الإعلام.⁴⁸ وحراس البوابة في المجتمعات المعاصرة هم جامعو الأخبار والقائمون عليها، والعاملون في المؤسسات الإعلامية المختلفة.⁴⁹ ويمكن دراسة وظيفة المراقبة على مستويين:

أولاً: وظيفة المراقبة الاعلامية على المستوى العام.

ثانياً: وظيفة المراقبة الاعلامية على المستوى الخاص.

وتعني الوظيفة الاولى: أن وسائل الإعلام لا تمدنا فقط بالمواد الإعلامية، ولكنها تلعب دورا سياسيا في المجتمع، إنها تصنع الكثير في برنامج العمل السياسي، كما أنها تساعد على تحديد المطالب السياسية التي تثار، وأي هذه المطالب لها فرصة الإرضاء وأبها سوف يهمل.

ولأن وسائل الإعلام تقوم بإبراز المسائل التي تكون محل الإهتمام فإن وظيفة المراقبة العامة للبيئة تكون سياسية، فهي تحدد أي الأحداث سيتم تغطيتها إخباريا وأي الأحداث سيتم تجاهلها، ومن هنا فإن وسائل الإعلام تؤثر في مجال تحديد ما الذي ستتاح له فرصة جيدة ليصير موضوعا للمناقشات السياسية والعقل السياسي، وبدون التغطية الإعلامية للأحداث فإن تأثيرها السياسي يقل أو لا يكون هناك أصلا تأثير سياسي.

أما المراقبة على المستوى الخاص: فإن لوسائل الإعلام تأثيرا واضحا على المواطن العادي بمنزلة عينه وأذنه على العالم المحيط به، فوسائل الإعلام تخبر المواطن بالظروف الاقتصادية وأخبار الرياضة والطقس والاعمال والاحداث الثقافية والاجتماعية والثروة والصحة والحياة العامة والخاصة للمشهورين، كما تقوم وسائل الاعلام بنقل الأخبار التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل لمواجهة الأزمات المتجددة والأخطار المفترضة، إن تأكيد هذا المعنى أمر هام جداس للاحتفاظ بالتماسك الاجتماعي للشعب، وهو ما يعني توفير الظروف المواتية للاستقرار السياسي للنظام القائم طالما أن الحكومة قادرة على القيام بوظائفها.⁵⁰

2- الوظيفة التفسيرية للأحداث:

تقوم وسائل الإعلام بتفسير وقائع الأحداث، ووضعها في سياقها العام، وتوقع نتائجها، إذ أن التفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التالية، ومن ثم فالاصطلاحات التي تستخدمها الصحافة لايضاح نقطة ما أو تشخيصها أو وصف الفاعل السياسي هامة في تشكيل الآراء وتطوراتها.⁵¹

3- التنشئة السياسية:

هذه الوظيفة أشار إليها (لاسويل) في نظرياته إذ يقول: أن التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها تشكيل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها أو تغييرها، والسمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان.⁵²

أما الثقافة السياسية فيمكن أن نعرفها (مجموعة من القيم والأفكار والمعتقدات التي تتبلور في مجتمع يتميز في ضوءها على المجتمعات الأخرى، وهي العامل الذي يؤثر في الأفراد من خلال القيم، لبناء سلوك سياسي تجاه السلطة السياسية مع التأثير في اتجاهات السلطة نحو الأفراد، وترتبط الثقافة السياسية بأداة مهمة أخرى من أدوات التنمية السياسية هي التنشئة السياسية التي تعني اكتساب الإنسان للأفكار والقيم بفعل تكوينه وتربيته لتحمل موقف اجتماعي معين، فالتنشئة والثقافة أدوات متفاعلة لبناء السلوك السياسي في إطار التنمية السياسية).⁵³

إن وسائل الإعلام تعد إحدى الوكالات الدولية للتنشئة السياسية، لأن الكم الكبير من المعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن طبيعة عالم السياسة يأتي من خلال تلك الوسائل، وهي تصلهم مباشرة من خلال تعرضهم الاختياري للوسائل الإعلامية التي تبثها، وبهذا الصدد تشير دراسة هيربرت وهايمن إلى أن تأثيرات الإعلام تستطيع أن تتسع وتكون مقياساً كافياً لخلق الروابط القومية للثقافات الفرعية خاصة في المجتمعات القبلية. وقد وجد (إنكز وسميث) أن التعرض لوسائل الإعلام يعد مصدراً للمواقف السياسية، ويؤكد أالموند على أن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دوراً هلماً في التنشئة السياسية من خلال

التدعيم للعقائد المكتسبة، أو من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم الإنسانية.⁵⁴

4- التلاعب أو التأثير المدروس في العملية السياسية

تعمل وسائل الاعلام على التلاعب المباشر بالعملية السياسية، فقد يكون غرض بعض الأخبار السياسية إثارة ردود الأفعال العامة وخلق مطالب سياسية جديدة، أو قد يكون الهدف هو إثارة النخبة السياسية الحاكمة من أجل القيام ببعض الإصلاحات، وقد يكون الهدف هو التعاون بين موظفي الحكومة الإداريين والصحفيين لإثارة موضوع من الموضوعات العامة.⁵⁵

ونشير إلى أن أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام تتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في اي بلد، فالعملية الإعلامية ايا كان مستواها التقني أو وجهتها السياسية هي نتاج لبناء اقتصادي- اجتماعي في مرحلة من مراحل تطور المجتمع الانساني. ويأتي الاعلام تعبيراً واضحاً عن الاقتصاد والسياسية بوصفها وجهي عملة واحدة.⁵⁶

رابعاً حول دور الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية تحديداً في تعزيز الديمقراطية والمشاركة السياسية:

تعتبر الصحافة الالكترونية بكل اشكالها من بين الوسائل الحديثة التي أتاحت لكل أطراف المجتمع الفرصة للتعبير الحر، والكتابة دون خوف من القيود المختلفة، ودون التعرض للمضايقات من أي جهة، فما لم يكن يسمح بنشره أو بثه في وسائل الإعلام التقليدية، أصبح ممكناً مع الصحافة الالكترونية، ولاسيما المدونات الالكترونية ومواقع بث تسجيلات الفيديو، ومن دون شك أن حرية التعبير والصحافة من بين المبادئ الأساسية للديمقراطية.

فقد " أفرزت التقنيات الجديدة للاتصال تأثيراتها على الممارسة السياسية من خلال الإنترنت، وكيفية استخدام المواطنين الانترنت في مناقشة السياسة وكيف يتفاعل الناس مع بعضهم البعض في وقت المناقشة السياسية مثل وقت ارسال النشرات، أو المناقشة من خلال البريد الالكتروني"⁵⁷، أو من خلال الأشكال المختلفة للصحافة الالكترونية.

ويشير إبراهيم بعزير إلى التسهيلات التي تقدمها تطبيقات الإنترنت "حيث تسهل الإنترنت للمواطن إيصال انشغالاته واهتماماته للمسيرين والسياسين، وتتيح له المشاركة السياسية من خلال إبداء آرائه حول مختلف قضايا الشأن العام، واقتراح حلول وسبل جديدة لصانع القرار، ولعل هذا ما جعل العديد من السياسيين الفرنسيين يصممون مدونات إلكترونية خاصة بهم لتسهيل عليهم التواصل مع مواطنيهم ومعرفة انشغالاتهم"⁵⁸ ولهذا يعتبر الكثير من المتابعين أن ثورة المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من أشكال إعلامية جديدة عززت بشكل كبير مشاركة المواطن في العملية السياسية. من خلال إبداء رأيه وإيصاله إلى صانع القرار.

هناك خمس نقاط أساسية قدمها الباحثون كدليل على أن الإعلام الرقمي بشكل عام والإنترنت بشكل خاص شكلوا مساحة جديدة من الإعلام أكثر ديمقراطية، وهي⁵⁹:

- إتاحة المعلومات لكل الناس بسهولة، فلم تعد المعرفة حكرا على النخبة والطبقة العليا.
 - جعل تكنولوجيا الإعلام رخيصة وسهلة الاستخدام أوسع الإعلام الرقمي من رقعة مصادر المواد الإعلامية، فأى شخص يمكن أن يصبح منتجا إعلاميا مما جعل رصد الرأي العام في منتهى السهولة.
 - الإعلام الرقمي مكن العامة من التواصل عن طريق شبكات مثل شبكات التواصل الاجتماعي، مما يسهل التواصل عن بعد، بل عبر القارات.
 - أصبح الآن من السهل إرسال رسائل من أكثر من مصدر إلى متلق أو أكثر في نفس الوقت وتلقي أكثر من رد لمصدر أو أكثر، وهذه الخدمة توفرها الهواتف الحديثة والإيميل وشبكات التواصل الاجتماعي.
 - يفتح الإعلام الجديد الباب أمام مشاركة وجهات نظر العامة المختلفة وتجاربهم، ومشاعرهم. هناك مجال لعرض وجهات النظر، ومناقشتها، بل تصحيحها، ومزجها مع ما يتوافق معها، وليس فقط التباهي بها وعرضها دون تفاعل.
- يمكننا عرض مجموعة من النقاط التي تتجسد فيها الديمقراطية عبر أشكال الصحافة الإلكترونية على النحو التالي:⁶⁰

- إمكانية التواصل المباشر بين القارئ والكاتب وغمكانية قبول التعليق والنقد والتعديل بين الطرفين، يعطي مساحة أكبر للقارئ في صنع القرار.
 - إعطاء المساحة الأكبر للشباب والشابات بإبداء آرائهم سواء بالتعليق أو النقد أو الكتابة مهما كان عددهم دون التقيد بالنوع والكم من الكتابة، وعدم اقتصار هذه الفئة على نوع معين من القراء.
 - خلق المجتمعات المتجانسة عملت على خلق ديمقراطية متجانسة محلية وعربية ودولية بأقل التكاليف وأسرع وقت.
- وفي محاضرة حول التدوين تم تنظيمها من طرف جامعة هارفارد في 2005م، أكد John Palfre مدير مركز بيركمان للدراسات حول الإنترنت، "أن الحديث عن التدوين والصحافة هو عبارة عن تدعيم لمبادئ الديمقراطية، وقيمتها التي تمارس عبر الإنترنت، كالتعبير الحر والنقاش المتاح لكل الناس، والفرص الكثيرة المتاحة لمزيد من الأصوات من كل أنحاء العالم وبأقل التكاليف"⁶¹، فالיום بإمكان أي شخص أن يكتب في مدونة أو موقع شخصي أو يعلق على خبر ما، ويمارس حقه في الاتصال.

يذهب عباس صادق في هذا الإطار إلى عدد من الأبعاد السياسية التي حققتها هذه الصحافة الجديدة، خاصة تلك المتعلقة بصحافة المواطن والتي تعتمد على وسائل الديمقراطية المحمولة المختلفة⁶²، تحقق حلم المجتمع المدني في الحصول على وسيلة اتصال جماهيرية تتصف بالصفات التالية⁶³:

- ✓ ثلاثية الاستخدام السياسي: حيث يستطيع الفرد صناعة المحتوى السياسي وإستقباله وإرساله.
- ✓ القدرة على المشاركة السياسية: من أي مكان وفي أي زمان، وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبمرونة فائقة.
- ✓ المشاركة الشخصية: تعتبر "الديمقراطية المتحركة عملا فرديا تطوعيا حرا غير خاضع لتوجيهات منظمات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافا لوسائل الاتصال التقليدية".

كما توصلت حنان جنيد، في دراستها عن مدى اعتماد طلاب الجامعة على الانصال التفاعلي من خلال شبكة الانترنت كمصادر للمعلومات عن القضايا السياسية والعالمية والمحلية وأثره على مدى وعمق السياسى ومشاركتهم الساسية، إلى ارتفاع تأثير هذا الإستخدام قياسا بالوسائل الأخرى وخصوصا في أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعة في المتابعه المستمرة والمناقشة مع الآخرين والمشاركة في الاستطلاعات الرأى العام الإليكترونية، كما إحتلت القضايا السياسية الرتبة الأولى كأهم القضايا التى يفضل الشباب الجامعى مناقشتها تليها القضايا الثقافية فالقضايا الدينية وأخيرا الاقتصادية⁶⁴.

للإعلام الرقمي/ الجديد دور هام في بلورة الرأى العام، ففي دراسة حول دور وسائل الإعلام الإليكترونية في بلورة الرأى العام، وتشكيل آراء الأفراد حول السياسيين والقضايا السياسية العامة، اجريت في 2008، تبين أن الصحافة الإليكترونية تلعب دورا كبيرا في تشكيل آراء الناس ونظرتهم للقضايا السياسية، ومدى ولائهم للشخصيات السياسية، وقد أكدت الدراسة ان الصحافة الالكترونية لها طابع خاص وتأثير خاص على الجمهور، لأنها مقروءة بالخصوص من طرف الشباب والطبقة المتعلمة المثقفة بدرجة اكبر، وهي الطبقة التي تقوم فيما بعد بنشر تلك المعلومات وزرع تلك الأفكار باعتبارهم قادة رأى في مجتمعاتهم، وهذا ما يسمى بالاتصال على مرحلتين، أي أن الرسالة الاعلامية تتوجه في مرحلة أولى الى قادة الرأى، ثم بعد ذلك وكمرحلة ثانية تتوجه الرسالة وتنتقل الى الجمهور العام. وقد خلصت هذه الدراسة الى أن الصحافة الالكترونية والمطبوعة تؤثر بشكل كبير على تشكيل الرأى العام وإدراك الجماهير للقضايا⁶⁵.

شير إلى أن الإنترنت خلقت نوعا جديدا من الرأى العام وهو ما بات يعرف بـ(الرأى العام الإليكتروني)، ذلك أن انتشار استخدام شبكة الإنترنت وقيام الكثيرون بعمل صفحات خاصة لهم يبثون من خلالها أفكارهم ورؤاهم بشأن كافة الأحداث والقضايا، قد دفع البعض إلى الحديث عن أن ثمة رأى عام إلكتروني أخذ في التشكل بقوة.

ويمكن تعريف الرأى العام الالكتروني على أنه كل (فكرة - اقتراح- رأى- مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجية

بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل الى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال شبكة الإنترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون، وبذلك يتكون "الرأي الإلكتروني"⁶⁶.

وبالتالي فإن شبكة الانترنت وخدماتها المختلفة وتطبيقاتها العديدة الخاصة بمختلف أنواع الإعلام الرقمي /الجديد وخاصة الصحافة الإلكترونية، قد ساهمت بشكل فعال في تعزيز كثير من الحريات العامة والفردية، ولاسيما حرية التعبير، وحرية الصحافة، والحق في الاتصال بجانبه، أي المشاركة في العملية الاتصالية كمرسل وكمصدر وتقديم معلومات ورسائل، أو المشاركة في العملية الاتصالية كمستقبل للرسائل والمعلومات⁶⁷.

الخاتمة:

من خلال ما تقدم نعتقد ان العلاقة بين الوعي السياسي ووسائل الاعلام علاقة مثينة عكس ما يعتقده البعض فأينما وجدت السياسة كانت وسائل الاعلام حاضرة واينما ذهبت وسائل الإعلام لحقتها السياسة ذلك ان الوسائل الاعلامية تعمل على نقل او توطيد صورة او فكرة او نشر رأي عام يؤثر في صانع القرار السياسي والانظمة السياسية كما ان له انعكاسات على الفرد المتلقى للرسالة التي تحمل مضامين سياسية مختلفة. ورغم اعتقادنا الشديد انه لا يوجد مقياس لمعرفة مدى وعي الفرد سياسيا إلا أنه يستعان بدرسات في هذا الجانب للبحث في مدى الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور. وهو ما يفتح المجال واسعا للعديد من الدراسات التي تتناول الجوانب السياسية لوسائل الإعلام.

خلاصة القول أن للإعلام الرقمي /الجديد دور هام في تشكيل الوعي السياسي، آيا كان نوع هذا الوعي ومستوياته (وعي مشارك، أو وعي تابع، أو وعي محدد)، وذلك من خلال الوظائف السياسية التي يقوم بها، كما ساهم ظهور الإعلام الرقمي بظهور نوع جديد من الرأي العام وهو الرأي العام الإلكتروني، والذي يعد حقل جديد لدراسات الرأي العام خاصة بعد ما شهدته الساحة السياسية الدولية من

تغيرات على الخارطة السياسية إنطلاقاً من الانتخابات الأمريكية ودول أوروبا التي استغلت الإنترنت والإعلام الرقمي لترويج للمرشحين للانتخابات الرئاسية، وصولاً إلى ما شهده العالم العربي من تغيرات سياسية انطلقت باعتراف الكثير من الخبراء من داخل الفضاء الإلكتروني.

فمن المهم جداً دراسة دور الإعلام بمختلف أشكاله وخاصة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور، ذلك أن التطورات السريعة لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات، ودخول عالم العولمة الإعلامية خاصة من خلال الشبكات الاجتماعية تفرض علينا في وسط تغيرات المشهد السياسي الدولي والعالمي لدراسة هذا الدور ومعرفة اتجاهاته وتأثيراته على الجمهور المتلقي.

الهوامش:

1. Center For Democracy, Technology. (2000). The Internet and Human Rights. An Over View Washington. Retrieved January 3rd, 2013 From www.cdt.org/international/000105humanrights.shtm/
2. Shelton Gunaratne. "Democracy, Journalism and Systems Perspectives From East and West " , inx , Hao and S.K , Data Ray (eds) , issues and challenges in Asian Journalism , (Singapora: Marshall Cauendish , 20006) pp 1-24.
3. Jennings Bryant , Susan Thompson " Fundamentals of Media Effects " (New York: McGraw Hill , (2002) pp. 307- 309 -6.
4. السيد شحاته السيد، عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005، ص 372.
5. جون بالاميناتز، الأيديولوجية، مفاهيمها وتطورها في الواقع التاريخي والسياسي، ترجمة اسماعيل على سعد، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 24، 25.
6. أحمد خورشيد النورة جي - مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية - دار الشؤون الثقافية - بغداد - ط 1 - 1990 ص 253.
7. عبد الكريم بكار - تجديد الوعي - دار القلم - دمشق - ط 1 - 2000 - ص 9.
8. نجم طه عبد العاطي، علم اجتماع المعرفة دراسة في مقولة الوعي والأيديولوجيا، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط 2، 2004، ص 159.
9. المصدر نفسه، ص 74.
10. سورة المعراج - الآية (18).
11. Encyclopedia , Britannica, 2001. Deluxe Edition, CD-Rom, N,20.
12. السيد شحاته السيد، عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005، ص 373.
13. موقع المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية:
14. <http://www.airssforum.com/f397/t16320.htm>

15. موقع المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية:
16. <http://www.airssforum.com/f397/t16320.htm>
17. كتاب مقومات الوعي البصرية، عبر الرابط التالي:
18. http://www.balagh.com/pages/book.php?bcc=89&itg=23&bi=238&s=ct#_ftn3
19. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 138.
20. حسنين شفيق، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014، ص 21.
21. المرجع سابق، ص 93.
22. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر، 2008، ط1، ص 53.
23. نفس المرجع، ص 30.
24. Definition For New Media,High-TechDictionary , انظر.
25. <http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html>;
Accessed: Oct. 2006
26. Dr. Paul Martin Lester ,California State University.
<<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>>;
Accessed: July. 2006.
- a. تم الاطلاع عليه بتاريخ 2014/11/22 :
- b. <http://www.webopedia.com/sgsearch/results?cx=partner-pub-8768004398756183%3A6766915980&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=new+media>
27. تم الاطلاع عليه بتاريخ 2014/11/22.
28. <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF>
29. ذكره عباس صادق، مرجع سابق، ص 31،32.
30. حسنين شفيق، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 95.
31. البروفيسور ستيف جونز Steve Jones هو رئيس قسم الاتصال بجامعة ايلنوي في شيكاغو، ومؤلف موسوعة الاعلام الجديد، ذكره عباس صادق، ص 32.
32. نفس المرجع، ص 33.
- 33./ A WorkingDefinition of New Media 1998
<<http://www.sheridanc.on.ca>> Accessed frequently.
34. عباس صادق، مرجع سابق، ص 34،35.
35. حسنين شفيق، نظريات الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 99،98.
36. نفس المرجع.
37. سعيد صالح كاتب، الاعلام القديم والاعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟ المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة، 2002.

38. المرجع السابق.
39. نفس المرجع.
40. سعيد صالح كاتب، مرجع سابق.
41. عباس صادق، مرجع سبق ذكره، ص 51.
42. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، دار واسط للنشر والتوزيع، بغداد، 1989، ص 110.
43. لجنة إدارة شؤون المجتمع العالمي، جيران في عالم واحد، ترجمة مجموعة من المترجمين، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 1995، ص 52، 53.
44. المرجع السابق.
45. ستيفن ايتزلايبر وآخرون، لعبة وسائط الإعلام، ترجمة شحدة فارغ، دار البشير، عمان 1999، ص 133، 134.
46. ستيفن ايتزلايبر وآخرون، مرجع سابق، ص 134.
47. محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2012، ص 19، 20.
48. زكي الجابر، الإعلام والتنمية في الوطن العربي، ورقة مقدمة الى الندوة العلمية التي نظمتها الجمعية العربية والأمم المتحدة، وزارة الإعلام التونسية، 1982.
49. محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، مرجع سابق، ص 20.
50. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2009، ص 71، 72.
51. محمد سعد السيد أبو عامود، الوظائف السياسية لوسائل الاعلام، مجلة الدراسات الاعلامية المركز العربي للدراسات الاعلامية، القاهرة 1988، ص 15.
52. جيهان أحمد رشقي، الأسس النظرية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 356.
53. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص 22، 23.
54. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق، ص 73، 74.
55. مجد الهاشمي، سبق ذكره، ص 75.
56. Gabriel A. Almond and Bringham. Epowell. Comparative Politics, System, process and policy 2 and Ed Boslon 1978. P83.
57. غازي فيصل، التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة، بغداد، 1993، ص 156، 157.
58. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق، ص 76.
59. المرجع السابق.
60. ثروت مكي، الاعلام والسياسة، وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، عالم الكتاب، القاهرة، ط1، 2005، ص 120.
61. محمد نصر مهناء، في النظرية العامة للمعرفة الاعلامية: الفضاءات العربية، العولمة الاعلامية والمعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2009، ص 128.
62. ابراهيم بعزيز، مرجع سبق ذكره، ص 150.
63. ستيفن كولمان، الاعلام والجمهور، ترجمة صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص 159، 158.
64. زيد منير سليمان، الصحافة الالكترونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 20، 21.
65. ذكره ابراهيم بعزيز، مرجع سابق، ص 151.
66. يقصد الكاتب هنا تكنولوجيا اتصال الحديثة المتعلقة بالهاتف الجوال والاجهزة اللوحية.
67. عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 188، 189.

68. حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية.مجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر يناير - مارس 2003.
69. http://www.researchgate.net/publication/228951985_New_Media_and_Democracy_The_Changing_Political_Landscape_in_Malaysia
70. مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، الرأي العام، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، العدد 23، سنة 2006، متوفر عبر الرابط التالي:
<http://boulemkahel.yolasite.com/resources/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85.pdf>
- 67- ابراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص 151.
- المصادر والمراجع:**
1. أحمد خورشيد النورة جي- مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية - دار الشؤون الثقافية - بغداد - الطبعة الأولى، 1990.
 2. إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، 2012.
 3. السيد شحاته السيد، عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005.
 4. ثروت مكي، الإعلام والسياسة، وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، عالم الكتاب، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005.
 5. جيهان أحمد رشقي، الأسس النظرية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
 6. جون بالاميناتز، الايديولوجية، مفاهيمها وتطورها في الواقع التاريخي والسياسي، ترجمة اسماعيل على سعد، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1990.
 7. حسنين شفيق، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014.
 8. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، دار واسط للنشر والتوزيع، بغداد، 1989.
 9. حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الانترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر يناير - مارس 2003.
 10. زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.
 11. زكي الجابر، الإعلام والتنمية في الوطن العربي، ورقة مقدمة الى الندوة العلمية التي نظمتها الجمعية العربية والأمم المتحدة، وزارة الإعلام التونسية، 1982.
 12. سعيد صالح كاتب، الاعلام القديم والاعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟ المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة، 2002.
 13. ستيفن ايتزلاير وآخرون، لعبة وسائط الإعلام، ترجمة شحدة فارح، دار البشير، عمان الأردن 1999.
 14. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
 15. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر، الطبعة الأولى، 2008.
 16. عامر إبراهيم قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
 17. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2006.

18. غازي فيصل، التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة، بغداد، 1993.
19. لجنة إدارة شؤون المجتمع العالمي، جيراننا في العالم الواحد، ترجمة مجموعة من المترجمين، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 1995.
20. محمد نصر مهننا، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية: الفضائيات العربية، العولمة الإعلامية والمعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
21. ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، دار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2008.
22. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى 2007.
23. محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
24. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، 2009.
25. محمد سعد السيد أبو عامود، الوظائف السياسية لوسائل الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة 1988.
26. كتاب مقومات الوعي البصرية، عبر الرابط التالي
http://www.balagh.com/pages/book.php?bcc=89&itg=23&bi=238&s=c#_ftn3
27. موقع المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية
<http://www.airssforum.com/f397/t16320.htm>
28. Definition For New Media, High-Tech Dictionary, Accessed: Oct. 2006
<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html>;
29. Dr. Paul Martin Lester, California State University.
 <<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>>;
 Accessed: July. 2006.
- 30.: تم الاطلاع عليه بتاريخ 2014/11/22
31. <http://www.webopedia.com/sgsearch/results?cx=partner-pub-8768004398756183%3A6766915980&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=new+media>
32. تم الاطلاع عليه بتاريخ 2014/11/22
33. <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF>
34. A Working Definition of New Media 1998
 <<http://www.sheridanc.on.ca>> Accessed frequently.
35. Gabriel A. Almond and Bringham. Epowell. Comparative Politics, System, process and policy 2 and Ed Boslon 1978. P83.
36. http://www.researchgate.net/publication/228951985_New_Media_and_Democracy_The_Changing_Political_Landscape_in_Malaysia
37. مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، الرأي العام، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، العدد 23، 2006، متوفر عبر الرابط التالي

38. <http://boulemkahel.yolasite.com/resources/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85.pdf>

39. Center For Democracy, Technology. (2000). The Internet and Human Rights. An Over View Washington. Retrieved January 3rd, 2013 From www.cdt.org/international/000105humanrights.shtm/

40. Shelton Gunaratne. " Democracy , Journalism and Systems Perspectives From East and West " , inx , Hao and S.K , Data Ray (eds) , issues and challenges in Asian Journalism , (Singapora: Marshall Cauendish , 20006) pp 1-24.

41. Jennings Bryant , Susan Thompson " Fundamentals of Media Effects " (New York: McGraw Hill , (2002) pp. 307- 309 -6.