



بحوث علم الاجتماع



التطور المفاهيمي للإعلام الرقمي

Conceptual development of digital media

الباحثة / ليدي عبد الله محمود

ملخص

الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال الرقمي التي تولدت من (والوسائل التقنية للإعلام مثل الطباعة Mobile التزاوج بين تقنيات الحاسب والأجهزة الذكية) والتصوير الفوتوغرافي والصوت والصورة والفيديو .

وقد شهد الإعلام الرقمي تحديات مهمة استوعبتها الحضارة الإنسانية، ووظفت وسائله لمواكبة تطوّر التكنولوجيا الحديثة في إحداث تحولات نوعية جديدة من المضامين، تجذب انتباه المتلقي .

ويعتبر الإعلام الرقمي في الزمن مُحرَكًا أساسيًا للحضارة، كما يعتبر النسق السريع الذي يميّز التطوّرات والتحوّلات التكنولوجية، وما شهده هذا القطاع مثل عنصرًا فَعَالًا في تنشيط المبادلات الإنسانية والحضارية على اختلاف مستوياتها، الاقتصادية والاجتماعية والعلمية، تؤسّس وتمهّد لمستقبل جديد ومغاير لحركة الحضارة الإنسانية في إطار ما أصبح يصطلح على تسميته (وعصر الرقمنة. Global Village) بالقرية الكونية

Abstract

Satellite news channels are one of the most important and prominent media of digital experience in the era of indirect digitization with international issues and crises, which occur in changing environments and are accessible to the public as simple or complex and indirect abstract experiences, and the Gulf political crises are among the most prominent Arab crises that they deal with.

The industrial sector is the greatest success achieved by scientific and technological thinking in the field of mass

communication development, which has become a reality. The digital space media and the technological developments that have occurred, especially in the field of space media, play a pivotal role in international politics. This stems from the fact that it is an important part of the political process, represents soft power within the framework of international power relations, and reflects the interests and strategy of the state in its relations with other countries. In recent times, the relations between some Arab countries, especially between the Gulf States, have witnessed disputes that have reached the point of disputes. Various tools and which methods used in their management, the most important of which was the media tool. News channels and news treatment of the event or political dispute became the basis for providing mixed political analysis. The foreign policy of the country, and then the countries competed in confirming their political orientations and influencing regional and global public opinion.

مقدمة

شهد الإعلام الرقمي تحديات مهمّة استوعبتها الحضارة الإنسانية، ووظفت وسائله لمواكبة تطوّر التكنولوجيا الحديثة في إحداث تحولات نوعية جديدة من المضامين، تجذب انتباه المتلقي. ويعتبر الإعلام الرقمي في الزمن الراهن محركًا أساسيًا للحضارة، كما يعتبر النسق السريع الذي يميّز التطوّرات والتحوّلات التكنولوجية، وما شهده هذا القطاع مثل عنصرًا فاعلاً في تنشيط المبادلات الإنسانية والحضارية على اختلاف مستوياتها الاقتصادية والاجتماعية والعلمية تؤسس وتمهد لمستقبل جديد ومغاير لحركة الحضارة الإنسانية في إطار ما أصبح يصطلح على تسميته بالقرية (Global Village الكونية).

إن الإعلام الرقمي ووسائل الاتصالات أصبحت أداة لنشر الثقافة المعلوماتية، واتّسع مجالات تطبيقاتها، وظهور ملامح النشاطات الحديثة وانعكاس آثارها على حركة الواقع الإنساني انعكاسًا

مهمًا وبارزًا أسهم في نشر الثقافة الرقمية بسرعة، مما جعل البعض يعتقدون أنه قام بتحويل الحضارات الإنسانية من قارات كبيرة متباعدة، إلى بلدة صغيرة يتعرف مواطنيها إلى بعضهم. بمختلف الوسائل الحديثة بفترة زمنية قصيرة.

أما البعض الآخر فيعتقد أن التغيير حدث في سهولة تلقى المعلومة والتعرف إلى الآخرين، أما فاعلية التغيير، ما زالت قيد البحث، حيث يرى هذا الفريق أن العالم ما زال يعتمد بصورة أساسية على ثقافته المحلية، وأن كثيرًا من المجتمعات رغم حداثةها الظاهرية ما زالت مجتمعات تقليدية تتبع مناهج أسلافها.

إن ارتفاع مستوى الوعي بالإعلام الرقمي، ووفرة الكوادر البشرية العاملة والمؤهلة في مجاله، وتطويره للتطبيقات المعلوماتية عبر استخدامات الحواسيب وشبكات المعلومات والاتصالات ونشرها، يعتبر من أهم المؤشرات على تحوّل أشكال الإعلام الرقمي.

أما الحضارات وما لها من تواصل وتفاعل وحوار وصراع وصدام، فهو موضوع شغل الكثير من المهتمين والباحثين في مختلف المجالات، وهو موضوع قديم مستحدث، لا يلبث أن يسيطر الاهتمام عليه، عند كل تغييرات تحدث في العالم، أو في المستويات الإقليمية، فالإنسان هو نتاج حوار أو صراع، وأحوال العالم هي التي تحدث نتيجة لهذه الحوارات أو الصراع.

وبما أن أهم التغييرات التي حدثت على المستوى العالمي في مجال الإعلام، هو سيطرة الإعلام الرقمي وهيمنته من بين وسائل الإعلام، فمنذ بداية العام ٢٠١٦م أصبح الإعلام الرقمي هو الوسيلة الأكثر استخدامًا بين شعوب العالم.

موضوع البحث

قد عرف المجتمع المعاصر نقلة تكنولوجية حضارية نتج عنها بروز ظاهرة إعلامية جديدة تميزت عن سابقتها بالعديد من المزايا، بدءًا بالمفهوم ووصولاً إلى الوسائل والسمات والخصائص، حيث أخذت تلك الظاهرة عدة تسميات، والتي من بينها الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي أو عصر العولمة الإعلامية أو عصر الرقمنة الإعلامية، هذا الأخير الذي تعددت استخداماته وتباينت من وسيلة إلى أخرى، بالنظر لشساعة البيئة الإعلامية التي يحتويها، والتي لا تعرف حدودًا لا زمانية ولا مكانية، خاصة ما تعلق بعناصر العملية الاتصالية، حيث صعبت التفرقة بين من هو المرسل ومن هو المستقبل في وسائل الإعلام الجديد، مع تنوع في المحتوى المتداول بحرية مفرطة، ما جعله يتميز بعدة خصائص مقارنة بالإعلام التقليدي، ما يمكنه من منافسة كبريات الوسائل

الإعلامية التقليدية في العديد من القضايا والأحداث، مما استوجب على تلك الوسائل الاستعانة به وفقاً لما يجعله مكملاً إعلامياً لمضامينها الإعلامية لا منافساً لها.

هدف البحث

وفي ظل تلك الظاهرة وتطورها من حين إلى آخر، فإننا نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن الإطار المفاهيمي للإعلام الجديد، من حيث المفهوم الخصائص والملامح والسمات، مقارنة بالإعلام التقليدي، مع تبيان طبيعة العلاقة بينهما.

المشكلة البحثية

تحدد المشكلة البحثية في تساؤل رئيس هو: ما هي أهم التغيرات التي حدثت على المستوى العالمي في مجال الإعلام، مع سيطرة الإعلام الرقمي وهيمنته من بين وسائل الإعلام، فمنذ بداية العام ٢٠١٦م أصبح الإعلام الرقمي هو الوسيلة الأكثر استخداماً بين شعوب العالم.

منهج البحث

تعد مناهج البحث الإعلامي من المناهج العلمية حديثة العهد التي بدأ استخدامها بعد تطور وسائل الإعلام المختلفة في بداية القرن العشرين الماضي، حيث ارتبطت بحوث الإعلام بالتطورات العلمية والتكنولوجية التي أثرت في بناء المجتمعات وتقدمها ونجاحها بسبب تنوع وتقدم وسائل الاتصال والإعلام التي أصبحت تحتل مكانة هامة في تنمية المجتمعات، حيث مرت بحوث الإعلام بعدد من المراحل متأثرة بعدد من العوامل الأساسية.

ويعتمد الباحث على منهج بحثي واحد على الأقل هو المنهج العلمي التحليلي، القادر على التحليل العلمي والإعلامي للوصول إلى التحقق من الأسئلة البحثية المطروحة، وذلك بناءً على نوع المشكلة التي يتناولها الباحث العلمي في بحثه، والتي يختارها الباحث العلمي من أجل الحصول على المعلومات الدقيقة من العديد من المصادر والمراجع التي لها صلة بموضوع البحث العلمي الذي يتناوله الباحث؛ بالإضافة إلى ذلك فإن المنهج العلمي يساعد الباحث على التنبؤ حول ما سيحدث في المستقبل بما يتعلق بمشكلة البحث العلمي وذلك بناءً على المعلومات التي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة ونتيجة خبرته في مشكلة البحث.

علاوة على ذلك، يساهم منهج البحث العلمي المتبع في تمهيد الطريق للباحث العلمي بإجراء الفحص اللازم للفرضيات التي تم طرحها في خطة البحث.

المحتوى البحثي

يتكون البحث من ثلاث مطالب وخاتمة:

- **المطلب الأول:** الإنترنت والمفاهيم المرتبطة به.
- **المطلب الثاني:** العولمة وأثرها على العلاقة بين الإعلام الرقمي والسياسة.
- **المطلب الثالث:** الاتجاهات النظرية حول الإعلام الجديد.

المطلب الأول

الإنترنت والمفاهيم المرتبطة به

The Internet and its related concepts

ويعنى بين inter كلمة إنجليزية الأصل تتكون من جزأين الأول Internet الإنترنت ويعنى شبكة ليفيد المعنى الحرفي الشبكة البينية، والاسم دلالة على بينة الإنترنت net والثاني باعتبارها شبكة ما بين الشبكات أو شبكة من الشبكات، لتفيد لغويًا الترابط المنطقي بين الشبكات التي تتضمن عددا كبيرا من الشبكات المتصلة ببعضها البعض في أنحاء كثيرة من العالم. (فاطمة محمد: ٢٠٠٨)

world، والشبكة العالمية the net ويطلق عليها مسميات عدة من بينها الشبكة Electronic، والطريق الإلكتروني السريع للمعلومات the web، وشبكة العنكبوت net، (عبد الملك الدنانى: ٢٠٠٣) والشبكة الدولية للمعلومات Super High Way، الإنترنت work، والشبكة المتداخلة International Net Information، ويشاع استعمال هذا المصطلح في وسائل الإعلام العربية ظنا من أن الشق الأول من المفهوم أعمي. (R.J. Ureigho, Gu. Oroke & G. O. Ekruyota: ٢٠٠٦)

ويمثل مصطلح الشبكة الدولية للمعلومات مثار جدل لدى الكثيرين نظراً لما يعتره من الغموض والحيرة وما يثيره من تساؤلات عدة تبرز في: هل الإنترنت مجموعة من الآلات؟ هل الإنترنت شيء يستعمل الناس آلات له؟ هل الإنترنت أيديولوجية معينة؟ أم هل يجتمع بين (وليد رشاد زكي: ٢٠٠٧) الثلاث؟

وقد عرفت المنظمة الدولية للتوحيد والقياس الإنترنت بكونه: سلسلة من النقاط أو المحاور التي تصل فيما بينها قنوات اتصال تتيح للأفراد اكتساب العديد من المعارف والمعلومات من خلال إرسالها واستقبالها عبر نظم الاتصال الحديثة. (منتصر عثمان: ٢٠٠٥)

بأنها: طريق سريع لتبادل المعلومات بين الأفراد عبر الدول GAGNON وعرفها والبلدان المختلفة بسرعة فائقة، تتيح للأفراد اكتساب العديد من المعارف والمعلومات من خلال Eric Gagnon: ١٩٩٦ (إرسالها واستقبالها عبر نظم الاتصال الحديثة.)

ومن التعريفات السابقة نجد الاتفاق على أن الإنترنت عبارة عن شبكة من الحاسبات المترابطة وبجيمها برتوكول موحد لتبادل المصادر والمعلومات والتي تستخدم في أغراض متعددة. (محمد سعيد: ٢٠٠٦)

The Internet as a means of الاتصال كوسيلة :communication

تعتبر شبكة الإنترنت وسيلة اتصال متعددة الأوجه فهي تحتوي على صور وأشكال مختلفة للاتصال توضح العلاقة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، وتلقي الضوء على تلك الوسيلة التكنولوجية في نقطة تلاقي مع بقية الوسائل الاتصالية وتنطلق منها لتشمل العديد من الخدمات التي تميزها عن غيرها من الوسائل المختلفة.

حيث إن شبكة الإنترنت قد أتاحت الكثير من قنوات الاتصال ونمت هذه القنوات يوماً بعد يوم وتمثل في البريد الإلكتروني ومواقع الويب والرسائل الفورية والدرشة وقوائم المناقشة ولوحات الإعلانات والتلفزيون التفاعلي ونظم المعلومات والتصفح الموجودة في السيارة ومازالت هذه القائمة تتزايد ويمكن فيها التعرض لأي موضوع.

وهنا يبرز لنا كيف أن استخدام الإنترنت كوسيلة اتصالية يعتمد أولاً وأخيراً على الفرد المستخدم وليس فقط من ناحية عدد الأفراد المشاركين وإنما من ناحية الهدف والموضوع والمجال المستغل والذي غالباً ما يختلف باختلاف التخصص أو باختلاف اهتمامات الفرد.

ومع تزايد أهمية الإنترنت في الآونة الأخيرة فقد زادت مجالات استخدامه وانطلقت متجاوزة كافة الحدود والسدود التي تعوق الوسائل الاتصالية الأخرى بحيث تقدم نوعاً في أنماط استخدام الإنترنت، حيث أصبحت شبكة الإنترنت نموذجاً يحتذى به كشبكات عسكرية ومدنية وكشبكات حجز الأماكن في شركات الطيران خاصة في ظل الحاجات الاقتصادية والاجتماعية المتزايدة والتي

حتمت ظهور نزعة اتصالية تكسر مركزية المعلومات وتجعلها أكثر جماهيرية وشيوعاً. (دينا محمد: ٢٠٠٥)

السمات الإعلامية لشبكة الانترنت

تختلف شبكة الانترنت كوسيلة اتصال عن غيرها من الوسائل بالسمات التالية:

تعدد الوسائط أو الوسائط المتعددة Multimedia

ونقصد بها تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت، من نص وصوت وصورة ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد، وليس بالضرورة أن تجمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد، بل تختلف المواقع طبقاً لاختلاف مستوى تطوره. (رضا عبد الواحد: ٢٠٠٧)

المواقع طبقاً لاختلاف مستوى تطورها

وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الانترنت مميزات كل أنواع الاتصال، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت، وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها. (مرجع سابق)

النص الفائق (HYPER TEXT TRANSPORT PROTOCOL)

HTML

هي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق ونصوص مترابطة، يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر، وأصبحت صورة قياسية لهيكلة المعلومات ووضعها في وثائق، ويعود الفضل للشبكة العنكبوتية الدولية التي مكنت المتصفح من الوصول إلى المواقع المشاهدة على الشبكة، وسهلت له وهي Web Links إمكانية التنقل من موقع إلى آخر من خلال ما يعرف بروابط الويب. الإرجاعات التي تظهر على موقع الويب، وتقاس كفاءة المواقع بما تتضمنه من روابط بمواقع أخرى. (حسني محمد: ٢٠٠٣)

التدفق الشحني

يعني التدفق الشحني أن المعلومات على الشبكة تنقل في شحنات وليس في تدفق خطي، وذلك عبر طرق الإنترنت، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع نمطاً خطياً في تقديم مادتها (مساحياً في الوسائل المطبوعة، وزمانياً في الوسائل الإلكترونية) فإن التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها، واستعراضها، والخروج منها إلى شحنات أخرى.

ويتم التدفق الشحني على شبكة الإنترنت من خلال مجموعة من البرامج والبروتوكولات، التي تنظم عملية الاتصال بين أجهزة الكمبيوتر المختلفة في أنظمة التشغيل، وتعمل برامج النقل معا وفقا للخطوات التالية :

- شحن البيانات في شكل متفق عليه.
- توجيه الشحنة إلى عنوان محدد حتى تعرف كل البرامج وبروتوكولات النقل وجهة الشحنة.
- التأكد أن ما تم إرساله هو نفسه ما تم استقباله.

التزامنية واللاتزامنية:

فشبكة الانترنت كوسيلة إعلامية تجمع بين صفتي التزامنية واللاتزامنية، طبقاً لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها، التزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد، والحدائة، والحالية، بدرجة تفوق حدائة الوسائل الاتصالية الأخرى، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات، ففي البريد الالكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية، كما يمكنه Inbox استقبال رسائل في غير وقت إرسالها، ويتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به لحين دخوله إليه، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد. (حسني محمد نصر: مرجع سابق)

فشبكة الانترنت تجعل المعلومات تصل إلى المستعملين، وتنشر مباشرة بعد صدورها، وهذا ما أدى إلى توافر العديد من المصادر والمواقع الإعلامية التي تبث الأخبار بشكل فوري، مما يتيح New للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، إضافة إلى توافر مصادر خدمة التي توفر المعلومات عن الأخبار المفاجئة، بما يفتح أفقاً رحبة لأداء العمل Breaking الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم. (أشرف فهمي: ٢٠٠٨)

التفاعلية:

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تتميز بها شبكة الإنترنت وتتجلى هذه السمة في كثير وخدمة البريد الإلكتروني، فهي تعد chat من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت كالتخاطب الفوري أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل، وتمكنه من إدارة عملية الاتصال، فمن خلال شبكة الإنترنت تم التحول، والانتقال بين طرفي عملية الاتصال من مستقبل للرسالة إلى مرسل لها خاصة من خلال منتديات التفاعل والحوار، حيث تمكن المتصفح لموقع ما من التحوار

مع كاتبه، الأمر الذي يعطي رجع الصدى سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى، وقد أدت التفاعلية إلى جعل السيادة في يد المتصفح، الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة، والاستفادة منها في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة.

سهولة الاستعمال:

تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت لها، وزيادة إقبال الجمهور عليها، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبيرين لفهمها واستيعابها، فالمرء لا يحتاج لأن يكون خبيراً معلوماً أو مبرمجاً أو مهندساً حتى يتمكن من استخدام الإنترنت، فبإمكان أيّاً كان استخدامها بكل سهولة ويسر. (سالم محمد: ٢٠٠٢)

فالتكنولوجيا المتاحة على شبكة الإنترنت من برمجيات وتطبيقات حديثة تساهم في تقديم خدمات، تؤدي إلى تسهيل الاستخدام والاستفادة الفعالة منها، كما تجعل عملية البحث والوصول والانتقال للمعلومات أمر في غاية السهولة، ولجميع المستخدمين.

مستويات استفادة وسائل الإعلام من شبكة الإنترنت:

يمكن القول إن الإنترنت أتاحت لوسائل الإعلام مجموعة من الخدمات الجديدة، التي أحدثت ثورة في مجال العمل الإعلامي على أكثر من مستوى، وذلك من خلال:

المستوى الأول: الإنترنت كمصدر للمعلومات **The Internet as a source of information**

الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية، أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية، وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواء للجرائد والمجلات العربية العالمية وغير العربية، إلى جانب مواقع وكالات الأنباء العربية وغير العربية، وبنوك المعلومات، ومحطات شركات التلفزة العالمية، والتي تقدم خدمات معلوماتية على الشبكة، إضافة إلى مواقع المؤسسات والإدارات والشركات بالصور الثابتة والمتحركة الاستفادة منها كمصدر استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة، ومصدر للتزود وأماكن بيعها التعارف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات، ونوافذ عرض الكتب الإلكترونية والمطبوعة.

المستوى الثاني: الإنترنت كوسيلة اتصال **The Internet as a means of communication**

وذلك من خلال:

- الاستفادة من الشبكة كوسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين، وتلقي رسائلهم عن طريق البريد الإلكتروني.
- عرض الاجتماعات التحريرية مع المراسلين والمندوبين، كما يمكن للمحررين الاستفادة منها في إجراء المقابلات عن بعد مع مختلف الشخصيات على نطاق العالم.
- وسيلة الاتصال بالصادر. (عبد الأمير الفيصل: ٢٠٠٦)

The Internet as an interactive communication

توسيع فرص مشاركة الجمهور عن طريق البريد الإلكتروني إلى الموقع الخاص بالوسيلة الإعلامية على الشبكة.

The Internet as an advertising medium

من خلال نشر إعلان على موقع المؤسسة، والتي تضيف دخلا جديدا إلى المؤسسة من على موقع المؤسسة، والتي تضيف دخلا جديدا إلى المؤسسة الإعلامية. خلال نشر إعلان (أشرف فهمي: مرجع سابق) ومن هنا نجد ان أوجه الاختلاف والاتفاق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي تتمحور في: أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة. وقد تم تحدد أبرز هذه الخصائص على النحو التالي:

- الخاصية الأولى: هي التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.
- الخاصية الثانية: فهي تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
- الخاصية الثالثة: فهي أنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
- الخاصية الرابعة: فهي اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.

- وأما الخاصية الأخيرة فهي سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.

أولاً: العلاقة التبادلية بين تطور تقنيات الإعلام الرقمي ورفع القدرة الاستيعابية للجمهور:

إن تطور تطبيقات الانترنت مع ظهور الجيل الثاني والثالث والرابع منه أدى الى تعدد تطبيقات الشبكات الاجتماعية التي تتيح للمستخدم من خلال البيانات التي توفرها إمكانية عرض الصور والاتصال بالأصدقاء الذين تعرف اليهم من خلال الشبكة ومشاهدة البيانات الشخصية لهم فقد المرتبة السابعة من حيث الجماهيرية والتفضيل لمستخدمي شبكات Facebook احتل الانترنت، إذ تعمل الشبكات الاجتماعية للبيئات الافتراضية من خلال دعم التفاعل على تعزيز الشخصية الاجتماعية لهذه البيئات فقد تبين من خلال الكثير من البحوث الاجتماعية والإعلامية أن الأفراد يرسلون إشارات لتخلق نوع من الثقة والهوية في الاتصال على مواقع الشبكات. (شريف درويش اللبان: ٢٠١١)

كما ساهمت التطورات الكبيرة للتقنيات الرقمية في مجال الإعلام على تمكين دول في تجاوز حاجز الزمن والولوج الى عالم الصناعة البرمجية مثل سنغافورة التي جعلت من تكنولوجيا الاتصالات الرقمية والمعلوماتية أحد أهم المصادر الأساسية لدخلها القومي وساهمت في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأمنت لها موقعاً على خارطة تكنولوجيا المعلومات المتقدمة، وكذلك تمكنت الهند خلال فترة لا تزيد عن عشر سنوات أن تصبح في المرتبة الثالثة بين دول العالم في صناعة البرمجيات، بل يساهم علماءها اليوم في تصميم تكنولوجيا متطورة يطلق عليها البيوسليكون والتي يتوقع لها أن تحدث ثورة في مجال صناعة الحواسيب الالكترونية وميدان الإعلام الرقمي. (نبيل علي: ٢٠٠١)

إن تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي ومن الهرمي إلى الشبكي، أحدثت بيئة جديدة في تبادل المعلومات والآراء يمكن أن تصطلح على تسميتها الإيكوميديا أو البيئة الجديدة للإعلام والاتصال، والتي وفرت فرصاً لظهور مفهوم المواطن الرقمي وصحافة المواطن. (جمال الزرن: ٢٠١٢)

فقد تغلبت الشبكات الرقمية على غيرها من الشبكات ونجح نظام GSM وهو نظام اتصالي رقمي خلوي نجح في جميع أنحاء العالم كونه يوفر اتصالاً دون انقطاع عبر الحدود ومن أبرز مميزات هذه الخدمة هي:

- أنها توفر من ناحية الكلفة المتبعة في حفر الأرض وتمديد الخطوط.
 - تسمح ببناء شبكات متزايدة للتعامل سريعاً مع الطلب المتنامي عليها.
 - دخلت المنافسة في الأسواق التي كانت حكراً لشركات محددة، كذلك البعد العالمي للإنترنت قد عمقته ودعمته سمة انفردت بها الشبكة هي أن المسافة لم تعد عاملاً يتحكم بالكلفة.
 - ومن الخصائص التي يتميز بها الإعلام الرقمي سواءً كانت تلك الخصائص إيجابية أم سلبية - هناك كثير من الآراء المتناقضة في هذا الخصوص منها: (تقرير مركز هردو: ٢٠١٦)
 - تنوع وتعدد المحتوى وسهولة الوصول إليه.
 - إعلام مفتوح يقلص من السيطرة الرسمية على الإعلام ويتخطى الحدود الجغرافية بين الدول ويفعل من دور القطاع الخاص.
 - تكاليفه غير مرتفعة بسبب اعتماده على التقنية الحديثة.
 - تنوع الثقافات واختلاف التوجهات بين طريقي العملية الإعلامية.
 - عدم وجود احتكار مما يوسع دائرة التنافس الإعلامي.
 - أكثر الخدمات الإعلامية الالكترونية خدمات تفاعليه مما يحول الجمهور من متلقي إلى شريك أساسي في صنع وصياغة المحتوى .
 - ظهور نوع جديد من الإعلام يسمى بإعلام الفرد ويقوم على شخص واحد.
- وتزداد أهمية الإعلام الرقمي وتعدد وظائفه، ويتنوع محتواه بصورة تختلف عن الإعلام التقليدي، فالإعلام أصبح يلعب دوراً هاماً في توصيل الآراء والأفكار والمعلومات المختلفة من مختلف الشعوب، ليستطيع بالأغلبية تقرير ما يريد من سياسات. (حازم عبد الحميد: ١٩٨٧)
- ومع ازدياد أهمية الإعلام الرقمي في مجال النشاط السياسي، يمكن ملاحظة أن احتمال استخدامه كأداة لتغيير حقائق الموقف من جانب هذا الطرف أو ذاك، وفي نطاق العملية السياسية، هو احتمال قائم، وقد تكون المسألة غير أخلاقية، ولكنها ممكنة الحدوث، كما تؤكد الخبرة السياسية المعاصرة. (عبد القادر السعدني: ١٩٨٧)

ويمكن التساؤل حو الضمانات التي يجب الالتزام بها في المجال من أجل عدم استخدام الإعلام الرقمي كأداة للتدليس والتزييف، غير أن هذه الضمانات وإن كان يمكن تحقيق قدر منها على مستوى التعامل الداخلي، فإنه لا يمكن توفير القدر الكافي منها على مستوى التعامل الاتصالي الخارجي، لعوامل عديدة، منها الاختلاف الكبير في القدرات التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات بين دول العالم وهيمنة دول الغرب المتقدمة في هذا المجال، بالإضافة إلى دخول بعض الاعتبارات السياسية كالأمن القومي للدولة في نطاق العمل السياسي الخارجي. (عواطف عبد الرحمن: ١٩٨٤)

هذا بالإضافة إلى عامل آخر يتعلق بصناعة المعلومات ذاتها، حيث يري كارل دويتش "إن المعلومات المنقولة ليست هي الأحداث كما هي، ولكنها علاقة مكيفة وفقاً لنموذج معين يربط (Karl. W, Deutsch بين عناصر الحدث".)

وقد ترتب تفر الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي إلى حدوث تحول هام في تشكيل التصورات عن العالم وفي تطور القدرات على التعامل مع العالم. (محمد تيمور: ١٩٨٩)

المطلب الثاني

العولمة وأثرها على العلاقة بين الإعلام الرقمي والسياسة

Globalization and its impact on the relationship

between digital media and politics

يعتبر مصطلح العولمة في الواقع على تطورين هامين، هما: التحديث والاعتماد المتبادل، كما يرتكز مفهوم العولمة على كافة الأصعدة على الساحة الدولية المعاصرة.

لقد ظهرت العولمة أولاً كمصطلح في مجال التجارة والمال والاقتصاد، ثم أخذ يجري الحديث عنها بوصفها ذلك المبادلات، والاتصال، والسياسة، والفكر، والتربية والاجتماع، والايديولوجيا. (يوسف باسيل: ١٩٩٧)

وبالتالي يمكن القول إن العولمة، هي مجموعة الظواهر والمتغيرات والتطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتقنية التي تمتد نفاعاتها وأبعادها وتأثيرها لتشمل مختلف دول العالم بدرجات متفاوتة وأشكال مختلفة؛ ومن أبرز مظاهر العولمة التي انعكست آثارها على الإعلام

تتمثل في زيادة التدفق الإعلامي عبد الحدود الوطنية من خلال وسائل الإعلام الرقمي والتي ربطت أنحاء العالم من خلال الثورة الاتصالية والمعلوماتية متمثلة بالأقمار الصناعية.

سمات العولمة الإعلامية ومظاهرها media globalization: (مجد الهاشمي: ٢٠٠١)

- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهّل للتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع بها إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المتخلفة تشكل جزء من البنية السياسية الدولية الجديدة التي تطرح مفاهيم جديدة لسيادة الدولة على أرضها وشواطئها وفضاءها الخارجي بما يعرف بالنظام السياسي العالمي الجديد.
- يشكل جزء من البنية الاقتصادية والعالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات وسعى متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال بما في ذلك صناعة وتجارة السلاح.
- يشكل جزء من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجها وتوجهها وتتواجه بها ولهذا فأنها يسعى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية تعرف عند مصادرها بالانفتاح الثقافي وعند ملتقيها للغزو الثقافي.
- يشكل جزءاً من البنية الاتصالية الدولية التي مكّنتها من تحقيق عولمتها وعولمة رسائلها ووسائلها فهو ينتمي إلى أحد حقول التكنولوجيا الأكثر تطوراً في الوقت الراهن والمحتكر بشكل مباشر للشركات المعينة تصنيع وسائلها والتي تشكل نسبة ٢٣٪ من قائمة الشركات المائة الأكبر في العالم.
- لا يشكل نظاماً دولياً متوازناً، لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيها تأتي من شمال الكرة الأرضية وهذا مما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليها في مقابل تبعية الدول النامية لها.

- لا يستند إلى فراغ، فتم اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تتحدد استخدام شبكاتها توزيع طيفه وموجاته السمعية وأليافه البصرية وبثه المباشر وتعريفها الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة والأسطوانات المدبلجة وأخيراً وليس آخر وسائله المتعددة.

العلاقة التفاعلية بين الإعلام الرقمي والسياسة الخارجية للدولة:

منذ أقدم العصور، استخدمت الأدوات الإعلامية في نطاق التحرك السياسي الخارجي للدول، وقد اختلف أسلوب استخدام هذه الأدوات تبعاً لدرجة تطور لدرجة تطور الدول ودرجة تطور وسائل الإعلام ذاتها، إلا أن السمة الأساسية في الإعلام الخارجي تمثلت في كونه إعلاماً موجهاً إلى العدو، ومن هنا كانت السيادة في هذا المجال لأشكال معينة من الإعلام، كالشائعات والحرب النفسية.

الإعلام الرقمي كأداة لخلق حالة من الصراع بين القوتين الأعظم للسيطرة على أكبر قدر من المعلومات:

لقد أدى التوسع في استخدام الإعلام الرقمي في مجال السياسة الخارجية إلى خلق حالة من الصراع بين القوتين الأعظم، للتحكم في أكبر قدر ممكن من المعلومات، وذلك من أجل السيطرة على الرأي العام العالمي.

كما أصبح الفضاء الخارجي مجالاً للصراع العنيف بين القوتين الأعظم، حتى أصبح يعج بمئات الأقمار الصناعية بكافة أنواعها، ولأغراض متعددة.

ويرى فتحي الإبياري أن فترة الحرب الباردة في نطاق استخدام الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية تدور في الدوائر التالية: (فتحي الإبياري: ١٩٨٥)

١. استخدام الإعلام من جانب القوتين الأعظم (الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية) في إدارة الصراع السياسي فيما بينهما كأداة من أدوات الضغط والتأثير لتحقيق مصالح كلا منهما.

٢. تم استخدام الإعلام كأداة من أدوات التغيير الثقافي والفكري لدى بعض الدول والشعوب، ففي فترة الحرب الباردة أجريت العديد من الدراسات التي تهدف إلى معرفة كيف يمكن التأثير على عقول البشر وكسب صداقات الأمم، واتجه الإعلام الأمريكي نحو اليابان من أجل إحداث تغيير في البنية الثقافية اليابانية، ونزع الأفكار الخاصة بالأمجاد

العسكرية اليابانية، لذلك تشكل وسائل الإعلام (بكل جوانبها المختلفة) مكوناً مهماً للبيئة التي يأخذها صناع القرار في السياسة الخارجية في الاعتبار عند قيامهم بتطوير سياساتهم، كما أنها جزء أساسي من السياسة الخارجية وبيئة صنع القرار.

٣. استخدام الإعلام في نطاق الصراعات الإقليمية التي شهدتها دول العالم الثالث حيث كانت الأداة الإعلامية من أهم الأدوات التي استخدمت في إدارة هذه الصراعات.

ومن خلال التطور الكبير والاستخدام الواسع لوسائل الإعلام، فقد استخدم الإعلام كأحد أهم أدوات الضغط والتأثير وتمير الرسائل بين الدول والمؤسسات السياسية الفاعلة على الصعيد الدولي كما استخدم في نقل الدول النامية من النمط التقليدي إلى التحديث.

الإعلام كأداة من أدوات إدارة الأزمات Media as a tool for crisis management:

إن استخدام الإعلام كأداة من أدوات إدارة الأزمات يقدم نموذجاً واضحاً لكيفية توظيف الإعلام لخدمة أهداف السياسة الخارجية، وتقدم أزمة الخليج الثانية والتي بدأت بالغزو العراقي للكويت نموذجاً جديداً في هذا المجال، خاصة وإنها أول أزمة دولية تواجه المجتمع الدولي بعد انتهاء الحرب الباردة.

ويمكن من خلال العرض التحليلي والمقارنة بين أداء الإعلام الأمريكي ودوره في هذه الأزمة وأداء الإعلام العراقي في حدود المعلومات المتاحة، تحديد جوانب القوة والضعف في استخدام الإعلام كأداة من أدوات الأزمات الدولية في الواقع المعاصر. (حسن طوالبه: ٢٠٠٦)

بدأ الدور الإعلامي في إدارة هذه الأزمة منذ اللحظات الأولى، إذ كثف الإعلام الأمريكي أدواته لتغطية الوقائع التي تحدث على مسرح الخليج، وذلك لتهيئة الرأي العام الغربي والأمريكي والرأي العام العالمي، لتقبل أية إجراءات قد تتخذها الولايات المتحدة وحلفاؤها لمواجهة الموقف الجديد الناتج عن الاحتلال العراقي للكويت.

وقد سعت الإدارة الأمريكية إلى خلق موقف دولي مؤيد لوجهة نظرها بصدد أحداث الخليج، واستطاعت بالفعل من خلال الأداة الدبلوماسية والإعلامية أن تحقق درجة عالية من درجات الإجماع الدولي التي لم يسبق لها مثيل لإدانة الغزو العراقي للكويت، والدعوة إلى إنهاء احتلال الكويت وعودة حكومتها الشرعية، وتم توظيف الإعلام بوصفه أحد أدوات السياسة الخارجية الأمريكية في المرحلة الأولى من الأزمة لإقناع الرأي العام الأمريكي بضرورة اتخاذ موقف قد يصل

إلى حد التدخل العسكري في الخليج لإنهاء هذه الأزمة، خاصة وأن الأمريكيين لهم حساسية خاصة تجاه التدخل العسكري منذ تجربة حرب فيتنام، وخلق موقف دولي يتسم بالإجماع على ضرورة إنهاء هذه الأزمة، وإجبار العراق على الانسحاب حتى لو تطلب ذلك التدخل العسكري المباشر، وإزالة أي تردد من جانب القوي الدولية الأخرى تجاه الأسلوب الأمريكي في إدارة الأزمة، بالإضافة إلى عدم الظهور بمظهر من يدير الأزمة بمفرده وخلق رأي عام عالمي مؤيد للسياسة الأمريكية تجاه الأزمة.

وفي مرحلة تالية، وهي المرحلة التي شهدت إصدار مجموعة من قرارات مجلس الأمن التي تدين العراق وتفرض عليه العقوبات، بالإضافة إلى نقل القوات الأمريكية والمتحالفة معها إلى المنطقة، بدأ توظيف الإعلام الأمريكي لخدمة مجموعة جديدة من أهداف السياسة الأمريكية مثل إظهار حجم الخسائر العراقية نتيجة لفرض العقوبات الاقتصادية عليه، والتأكيد على أن مهمة القوات الأمريكية في المنطقة ستكون مهمة مؤقتة تنتهي بانتهاء الاحتلال العراقي الكويتي، ومن ناحية أخرى ظهور أن وجود هذه القوات قد جاء بناء على طلب الحكومات العربية الصديقة للولايات المتحدة، وإبراز حجم هذه القوات وطبيعة أسلحتها وقدرتها التدميرية الهائلة لإرهاب العراق واقتناعه بأن تكلفة استمرار احتلاله للكويت ستكون مرتفعة للغاية، بالإضافة إلى دعوة الدول الحليفة بتحمل مسؤولياتها تجاه تمويل نفقات هذه القوات حتى لا يشعر دافع الضرائب الأمريكي بأن يتحمل وحده نفقات التدخل العسكري في الخليج.

ويلاحظ في هذه المرحلة، اتجاه الإعلام الأمريكي إلى مخاطبة الشعب العراقي، لخلق رأي عام مضاد لسياسة الرئيس العراقي الأسبق "صدام حسين" وذلك من خلال إبراز حجم الخسائر التي ستلحق بالعراق في حالة نشوب حرب بالمنطقة، وكان الهدف الأساسي من هذا التوجه، ضرب الروح المعنوية للعراق وخلق الإجماع الذم يحدث عادة بين الشعب وقيادته في فترة الحرب، مهما كانت درجات الاختلاف مع هذه القيادة.

وتمثلت المرحلة اللاحقة، فيما يعرف بالخداع الاستراتيجي إذ كانت تندفق القوات والأسلحة إلى المنطقة وكان الهدف إبعاد تفكير القيادة العراقية عن اتخاذ أي عمل يعرقل وصول هذه القوات إلى مسرح العمليات، وذلك من خلال التركيز على قضية بعيدة كل البعد مما يحدث على أرض الواقع، وهنا يبرز الإعلام الأمريكي أزمة الرهائن الأجانب، وإبراز وحشية النظام العراقي وانتهاكه لحقوق الإنسان وعدم احترام للقوانين والمواثيق الدولية بصدد معاملة الأجانب. (حسن طوالبه: مرجع سابق)

وخلاصة القول، فإن الخبرة المعاصرة أكدت ازدياد أهمية وسائل الإعلام الرقمية في السياسة الخارجية، إذ أنها لعبت دورًا كبيرًا في حقبة الحرب الباردة وبعد انتهائها وقد استخدمت كأحد أهم أدوات الصراع بين القوتين الأعظم بالإضافة إلى دورها في نقل تجارب الدول المتقدمة إلى الدول النامية.

الإعلام الرقمي ودوره في العلاقات الدولية **Digital media and its role in international relations**

لقد استخدم مصطلح "العلاقات الدولية" لأول مرة من قبل الفيلسوف البريطاني "جيرمي بنتام" في الثمانينات من القرن الثامن عشر، ثم استخدم هذا المصطلح من قبل دارسي العلاقات الدولية في الإطار القانوني فقط، إذ كان رجال القانون يسعون إلى تحديد مضمون القواعد الواجبة التطبيق بين الفاعلين في المسرح الدولي، والعمل على ترجمتها إلى الواقع والتحقيق من تطبيقها.

ثم استخدم بعد ذلك، بوصفه حاجة حقيقية لتعريف العلاقات الرسمية بين الملوك، وربما يعد مصطلح العلاقات الدولية أكثر دقة في هذا المجال.

وقد حددت موضوعات العلاقات الدولية عندما اجتمعت نخبة من علماء السياسة في دار اليونسكو في باريس، عام ١٩٤٨ بما يأتي: (مارسيل ميرل: ١٩٨٦)

١. السياسة الدولية.

٢. التنظيمات الدولية.

٣. القانون الدولي.

فالساسة الدولية تعني العلاقات السائدة في المجتمع الدولي، التي تتعلق بالتفاعل والتداخل بين دولتين أو أكثر، كما أنها تعبر عن الأفعال وردود هذه الأفعال كالتداخلات بين الوحدات المعروفة باسم الدول النامية.

أما التنظيمات الإدارية الدولية فهي الكيانات التي نشأت بعد الحربين العالميتين في القرف العشرين، وفي طليعتها (عصبة الأمم والأمم المتحدة)، وفي أساس نشأتها الحفاظ على الأمن والسلم الدولي.

أما القانون الدولي فهو مجمل القواعد القانونية التي تحكم العلاقات بين الدول، والناجحة عن الأعراف والمعاهدات الدولية، هذا ويبحث القانون الدولي في الروابط القانونية، بينما تبحث السياسة الدولية في الظواهر السياسية القائمة في المجتمع الدولي.

وقد ساعدت عوامل كثيرة على الاهتمام بالعلاقات السياسية الدولية وردود الفعل التي تتركها على أوضاع المجتمع الدولي، منها: (حسن صعب: ١٩٧٢)

أولاً: الزيادة الهائلة والمستمرة في حجم الاتصال بين الدول وعلى المستويات كافة نتيجة للثورة التكنولوجية في وسائل الإعلام والاتصال الدولي وأساليبه، وهي الثورة التي أزلت كل العوائق التي كانت تعترض طريقة الاتصال في الماضي، سواء بسبب التباعد الجغرافي، أو بسبب الموانع الطبيعية، أو الفواصل القومية؛ وهذا الاتصال بمختلف نماذجه وأشكاله الجديدة يطبع البيئة الدولية بصبغة ديناميكية خاصة، تنعكس في سرعة ردود الفعل التي تنتج عن أحداث السياسة الدولية في أي مكان من العالم.

ثانياً: نتيجة لهذا الاتصال، نتج التعقد والتشابك والتداخل بين المصالح القومية للدول، وزاد اعتمادها على بعضها في مجال حماية أمنها القومي، أو دعم كيانها الاقتصادي، أو الدفاع عن معتقداتها السياسية والإيديولوجية. هذا فضلاً عن التعاون في المجالات الفنية كالعلمية والثقافية، وهذا يبين كيف أن حجم التعامل الدولي قد أصبح أضخم بكثير مما كان عليه في الماضي.

ثالثاً: انطلاقاً من هذه الحقيقة الأساسية وترتيباً عليها لم تعد هناك دولة تستطيع أن تعزل نفسها عن الأحداث والتفاعلات السياسية الدولية التي تتجاوز حدودها القومية، لأن هذه الأحداث قد تمس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مصالحها القومية أو أمنها القومي أو مركزها أو نظامها الاقتصادي والاجتماعي أو أيديولوجيتها أو ثقافتها.

النظام الإعلامي الدولي international media system

يعدّ النظام الإعلامي الرقمي أحد أنواع النظام الإعلامي الدولي وأحد فروع النظام الدولي، وهو بالتالي يحمل سمات هذا النظام، ومن مكونات وأدوات التفاعل فيه، مثله في ذلك مثل النظام ويتداخل النظام الإعلامي. السياسي الدولي كالنظام الاقتصادي الدولي، والنظام القانوني الدولي الدولي ويتفاعل مع كل النظم الفرعية في النظام الدولي، باعتباره الناقل النظامي والمعالج للمعلومات التي تمثل مدخلات ومخرجات هذه النظم، كالنظام الدولي ذاته. وعلى هذا، فإن تطور الإعلام الدولي يعبر عن تطور النظام الدولي ذاته وعن طريق وأشكال التفاعل فيه. (إسماعيل صبري:

(١٩٩١)

ويضم النظام الإعلامي الدولي، كل الدول ذات السيادة، بغض النظر عن مشاركتها أو عدم مشاركتها في بناء النظام الدولي وتطويره وإدارته.

وتعد مشاركة الدولة وفعاليتها في الاندماج في النظام الإعلامي الدولي مؤشراً على اتجاهها الإيجابي للمشاركة في عملية الاندماج الدولي، علاوة على أنه يعطي مؤشراً على توظيفها له لخدمة مصالحها الوطنية، وفي عمليات تشكيل وتطوير أدوات الربط بين الدول، وتحديد خصائصها، والظروف التي تسهم بها هذه النظم في حل المشكلات وإقرار السلام، كما تدرس تدفق الرسائل الاتصالية وشبكات الاتصال التي تتم من خلالها.

ولكي تحتفظ القوى الكبرى بقوتها على المستوى الدولي فإنها تخصص جزءاً كبيراً من عوائدها المالية لدعم قدراتها الثقافية والإعلامية إلى جانب قدراتها العسكرية؛ فما تستثمره هذه الدول في دعم قدرتها الثقافية والإعلامية يعد مورداً لتنمية الصورة الإدراكية التي ترسم عنها عبر شبكات الاتصال، التي تضفي على هذه الصورة مكون سلوك واقعي وحقيقي؛ وعلى الرغم من أن مستوى المكون الثقافي والإعلامي يعد أساساً لمزيد من التطورات التكاملية والاندماجية في النظام الدولي، إلا أنه لا يعمل بحد ذاته كقوة لتحويل دولة ما عن الاتجاه العسكري، ولكن إذا كانت الدول الكبرى لا تحتاج إلى أن تختار بين تنمية مواردها الثقافية والإعلامية، وبين تطوير مواردها العسكرية، فإن الدول متوسطة الدخل والدول الفقيرة يتعين عليها أن تختار كم ستنفق على تنمية مواردها الثقافية والاتصالية، وكم ستنفق على تنمية مواردها العسكرية، وذلك في ضوء محدودية مواردها الاقتصادية.

ولم يعد يخفى على أحد أن شبكات التواصل الاجتماعي باتت تشكل مساحة مفتوحة إضافية للعاملين في السياسة في جوانبها كافة، مهما كان الحدث السياسي، وإذا كان السياسيون بشكل خاص يستغلون الإعلام لإيصال رسائلهم منذ أن وجد العمل السياسي، فقد بدأت هذه العملية اليوم تأخذ أبعاداً مختلفة من خلال شبكات التواصل، وخصوصاً منذ أن فاز باراك أوباما في العام ٢٠٠٨ بالانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، بعد حملة استغلَّت فيها وسائل التواصل جيداً، وكان لها دور أساسي فيها.

لقد أصبح اللجوء إلى مستشارين للتواصل (يهتمون بصورة المرشح، وخطاباته، وثيابه، ووقوفه أمام الجمهور...) خلال الحملات الانتخابية نظاماً عالمياً، يُضاف إليه حالياً التواصل من خلال اللجوء إلى خدمات رقمية، والذي صار من المسلّمات؛ في حملته الانتخابية، لجأ باراك أوباما، Brian Hughes) Chris Hughes، إلى كريس هوج Brian Stelter حسب برايان ستلتر (أحد مؤسسي موقع فيسبوك، والذي تمكّن من جمع نصف مليون ناشط ٢٠٢٠: Stelter أصبحوا فيما بعد "مبعوثين" على الويب، وشكّلوا جزءاً رئيساً فاعلاً في الحملة، وهو ما دفع

السياسيين في كل العالم إلى استثمار هذه المساحات الافتراضية التي تتشكّل منها مجموعات حقيقية من الناخبين لتعدو مساحات فعلية للتجيش وجمع التبرعات وإقناع المستخدمين ومحاولة تغيير وجهات نظرهم، إما شرعياً بشكل واضح وإما بصورة غير شرعية، كما حصل مع شركة "كامبريدج أناليتيكا"، التي استغلّت فيسبوك للتأثير في سلوك الأفراد، عندما قرصنت ٨٧ مليون (Issie Lapowsky: ٢٠١٨ حساب مستخدم في أميركا وبريطانيا).

وقد قامت بدراسة ملفاتهم الشخصية وعدد "الإعجابات" (اللايكات) وكل ما يقومون به للتعرف إلى توجهاتهم والتأثير في سلوكهم، من خلال توجيه رسائل تناسب مع شخصيتهم وتدفعهم إلى اتخاذ الخيارات التي تناسبهم؛ وبحسب الدراسات، فقد ساعد ذلك في الانتخابات الرئاسية الأميركية لعام ٢٠١٦، كما في تعديل نتائج الاستفتاء الذي حصل في بريطانيا من أجل البريكست". "خروجها من الاتحاد الأوروبي

ومما لا شك فيه أن العمل السياسي منذ القدم يتطلّب خطاباً ونصّاً لكي يوجه الأفراد، وفي زمن الفلاسفة السفسطائيين، كان الإقناع يتركز على البلاغة في الخطاب بغض النظر عما إذا كان هذا الخطاب يحمل في طياته الحقيقة، وهو ما دفع الفلاسفة السقراطيين إلى محاربتهم بقولهم: إن ما يُقال عليه أن يُقنع الآخرين، من خلال استخدام الخطاب الواقعي الذي يحمل الحقيقة المرتكزة على وقائع لا على مغالطات.

ومن خلال ما تقدم يمارس الإعلام دوراً مهماً وفاعلاً في تنفيذ السياسة الخارجية، وذلك من خلال تأثير وسائل الإعلام بمختلف وسائله في الرأي العام من خلال تحفيز الرأي العام بالمطالبة بمطامح ومطامع، وكذلك دعوة الرأي العام في تقرير وتنفيذ البرنامج الحكومي إذا كان إيجابياً ونقد الرأي العام ودفع الجماهير لإعاقه تنفيذ البرنامج الحكومي، وكذلك تأثير وسائل الإعلام في صناع القرار واستمالتهم لدعم أهداف السياسة الخارجية والمساهمة في تنفيذها. (وسام حسين: ٢٠١٤)

وعلى الرغم من أن هذا العصر أوجد فرصاً غير مسبوقة للتواصل بين الناس ولتبادل الأفكار ولتوحيد القوى من أجل المصلحة العامة إلا أن مخاطره ظهرت واضحة خلال السنوات القليلة الماضية من خلال استخدامها في الصراعات الدولية والعمليات الإرهابية، وهو ما يوضح الحاجة إلى ضرورة تنظيم الفضاء الرقمي، فالثورة الرقمية لا تمثل تحدياً فقط أمام الدبلوماسية التقليدية بل أيضاً أمام وسائل الإعلام التي تعتبر عادة عاملاً مهماً كقوة معلوماتية تساعد في تشكيل إدراك العامة للصراعات على المستويين المحلي والعالمي، وأحياناً قوة تستخدم كأداة من قبل أحد الأطراف

أو من قبل كل الأطراف؛ فمضمون الإعلام هو المفتاح الرئيسي للديمقراطية والتعددية، ولا يمكن أن يأتي في المركز الثاني، على الرغم من ضخامة الإمكانيات التكنولوجية وتفاعل قوى السوق.

وهناك مخاطر تفرضها التكنولوجيات الرقمية أمام حرية الرأي، من جهة احتكار البيانات والمعلومات التي تفرضها كبريات شركات الإنترنت، ومن جهة أخرى، العجز الذاتي الرقمي الذي ربما يتسبب في الكشف عن معلومات شخصية.

ومن هنا يمكن القول بأن الإعلام سلاح ذو حدين، فالإعلام من أهم الأدوات التي تلعب دوراً كبيراً داخل الدولة، فتؤثر على صانع السياسة وكذلك على الرأي العام، وتؤثر أيضاً وبشدة على السياسة الخارجية للدولة.

ومن هنا نتطرق إلى ما هي نظريات التحولات الإعلامية الراهنة أو ما يعرف بالإعلام الرقمي:

منذ تحولها إلى وسيلة اتصال جماهيرية في مطلع تسعينيات القرن الماضي، يحاول الباحثون في الاتصال ملاحظة ما يجري من تغيرات سريعة في ساحة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة المتولدة عنها؛ ويركز الباحثون على الجانب البشري من تطورات الوسيلة الجديدة تاركين الجوانب الهندسية والعلمية للباحثين في العلوم والهندسة.

ومن هذا المنطلق يركز الباحثون في الاتصال على البحث عن إجابات لأسئلة تتعلق بكيفية استخدام الناس لهذه الوسائل الجديدة التي تتميز بالتفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة؟ ووظائفها وآثارها على الأفراد والمجتمع ككل؟ وكذلك بالتأثيرات التي أحدثتها في وسائل الإعلام التقليدية؟ وللإجابة عن هذه الأسئلة، سلك الباحثون طريقتين، الأولى يتمثل في تطبيق نظريات الاتصال القائمة على الوسائل الجديدة، والثاني يتمثل في البحث عن نظريات جديدة تناسب بنية وسمات الوسائل الجديدة.

وفيما يتعلق بتطبيق نظريات الاتصال الجماهيري الراهنة على الإنترنت، فإننا يمكن أن نتبع في بحوث وسائل الإعلام الجديدة نماذج من هذه التطبيقات، تتعلق بنظريات: وضع حرس البوابة، والأجندة، والاستخدامات والإشباع، وانتشار المبتكرات وفجوة المعرفة، وذلك على النحو التالي:

نظرية حارس البوابة والإعلام الجديد Gatekeeper theory and new media

تري هذه النظرية أن المادة الإعلامية تمر بعدة نقاط في رحلتها تسمى بوابات تم فيها اتخاذ هذه نفوذ من يديرون قرارات بما يدخل ويخرج، وكلما طالت المراحل التي تمر بها الأخبار يصبح أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. (عبد الحافظ عواجي: ٢٠١١) ولكن مع ظهور له البوابات يقوم على نقل كافة أنواع الإشارات الإعلام الجديد والذي جعل من العالم قرية صغيرة، حيث إنه والأصوات والمرئيات والرموز من خلال وسائل الكترونية مبتكرة وبسرعة كبيرة دون قيود أو حواجز. (<https://oashikh.wordpress.com/>) كما تطورت وانتشرت الكتابة في الإنترنت بشكل كبير، فالكتابة في الإنترنت لا تخضع إلى مقص الرقيب ولا تمر بحارس بوابة، إضافة إلى أن الكتابة في الإنترنت من خلال المواقع لا تحتاج إلى ترخيص من جهات رسمية.

فتطور الكتابة في الإنترنت مرّ بمراحل كثيرة، كانت بدايتها بالمنتديات التفاعلية، ثم شهدت هائلة، ومن ثم انتقلت في الفترة الأخيرة إلى التدوين، فشهدت الصحافة الإلكترونية طفرة المدونات نموًا كبيرًا مما أحدث ثورة كبيرة في عالم النشر الإلكتروني.

ففي دراسة لـ "جان سينجر" حول استخدام الصحف التقليدية للإنترنت وتأثيره على حراسة البوابة الإعلامية، طرحت فيها أسئلة حول مدى تحلي المحررين في هذه الصحف عن دور حراسة البوابة الإعلامية من خلال توفير فرص للمستخدمين للمشاركة في بناء وتخصيص المحتوى، وتوصلت إلى أن المحررين فخورون جدًا بالأدوات التفاعلية على مواقعهم على شبكة الإنترنت التي لا يمكن ان تتوفر في الصحيفة، كما أن الصحفيين تراجعوا نوعًا من عن القيام بدور حارس البوابة. (Singer jane: ٢٠٠٦) التقليدي.

العوامل المؤثرة في قرارات حارس البوابة Factors affecting the decisions of the gatekeeper

حارس البوابة الإلكترونية كجزء من السلسلة الإعلامية يؤثر ويتأثر بجملة من العوامل من بينها:

١. معايير المجتمع، قيمه وتقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحّي القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده، وأحياناً أخرى تكون بمثابة تدعيم للقيم والتقاليد وحماية الأعراف الثقافية واحترام الشخصيات الاجتماعية.

٢. المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورًا هامًا مثل: النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، واحترام الذات، فالانتماء القرارات. (دليفير ملفين: ١٩٩٨) يؤثر في طريقة التفكير واتخاذ

٣. المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي تنتمي إليها وذلك على النحو التالي: (حسن عماد مكاي: ٢٠٠٣)

٤. سياسة المؤسسة الإعلامية:

تتعدد ضغوط المؤسسة وتمثل في عوامل خارجية (وجود محطات منافسة) وداخلية مثل (نمط الملكية والنظم الإدارية)، فلكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة، وتظهر هذه السياسة في إهمال أو تحريف قصص معينة، ويتعلم العاملون في الوسيلة الإعلامية السياسة التحريرية عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة، يتم ذلك من خلال: قراءة الجريدة، من أحاديث زملائه، وعن طريق العاملين القدامى.

وهناك العديد من الأسباب التي تجعل الصحفي يخضع لسياسة الوسيلة الإعلامية منها: توقع المالك طاعته لأنه يملك العقاب، شعور الصحفي بأن هذه وسيلة عمله، تطلعات الصحفيين لتحقيق أرباح أكبر بواسطة الوسيلة وعدم وجود تكتل لمعارضة سياسة الوسيلة.

٥. مصادر الأخبار:

أشارت أغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة استغنائه عن مصادره ويتمثل تأثير المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

١. تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة بطرق عديدة.
٢. تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها وتقييمهم.
٣. تصدر وكالات الأنباء سجلًا يوميًا بالأحداث المتوقع حدوثها.
٤. تقلد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

ويمكن الحديث أيضًا عن أشكال جديدة لحراسة البوابة الإعلامية في الإعلام الرقمي الجديد، فالميزات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي على سبيل المثال من قدرة على إبداء الإعجاب والتعليق أو حتى التبليغ عن المضامين المنشورة، يمكن اعتبارها حراسة البوابة الإعلامية، فبإمكان الجمهور حذف محتوى من خلال التبليغات عليه لإدارة الموقع، أو تصحيحه وإبداء آرائهم فيه من خلال التعليقات، وهذا ما يمكن اعتباره حراسة للبوابة الإعلامية من قبل المتلقين الذين أصبحت لهم القدرة على المشاركة في صناعة هذا المحتوى.

وهو ما أسماه "شوكيكر وفوس" حراسة البوابات الإعلامية للجمهور، والتي يعرفونها بأنها عملية يقوم من خلالها المستخدمين بنشر الأخبار الموجودة بالفعل والتعليق عليها وفقًا لمعاييرهم (Shoemaker and Vos: ٢٠٠٩ الخاصة حول أهمية الخبر وأحقيته في النشر).

وعليه، أصبح بإمكاننا الحديث عن معطيات جديدة تؤثر على حراسة البوابة الإعلامية في الإعلام الجديد، مكتملة لتلك التي طرحها كيرت لوين في نظريته حول ما تمر به الرسالة الإعلامية من المصدر إلى المتلقي النهائي وإلى العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية، فحارس البوابة يعنى السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح له سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر، حتى تصل إلى الجمهور المستهدف، حيث وضح لوين أن وظيفة حارس البوابة من خلال مجموع التغيرات والمؤثرات والعوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها القائم بالاتصال. (حسن عماد، عاطف عدلي: ٢٠٠٧)

فمن ناحية تراجع دور المعايير المهنية، خاصة مع زوال الطابع المؤسسي المركزي لوسائل الإعلام، ومقدرة رواد الإعلام الجديد على ممارسة المهنة الإعلامية والمشاركة فيها دون الحاجة للخضوع لسياسة مؤسسة معينة وطابعها التنظيمي أو توجهها الإيديولوجي، ومن ناحية أخرى تساعد دور معايير الجمهور وآرائه في التحكم بالرسالة الإعلامية، خاصة مع توفير إمكانية المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية، والقدرة على الضغط على القائم بالاتصال وأحياناً لتغيير المحتوى الإعلامي أو بمنافسته بما يعتقدون أنه الحقيقة، في مقابل القانونية وزوال القبلية على المضامين من قبل القوي الضاغطة.

نظرية مارشال ماكلوهان والإعلام الجديد Marshall McLuhan Theory and the New Media

صاحب نظرية التكنولوجيا الحتمية في الإعلام مفاهيم اتصالية جديدة تبين العلاقة الوثيقة بين هذه الوسائل التي قد يحدث ظهور إحداها إرباكًا شديدًا في نفوس المتلقين، لكن سرعان ما

يتلشى هذا الارتباك عندما يخرج المستخدم (المتلقي) من مرحلة الانبهار ويدخل في مرحلتي الثبوت والاستقرار؛ فمفاهيم مثل الوسائل الباردة والوسائل الساخنة هي التي توضح علاقة المتلقي بالوسائل التقليدية والوسائل الحديثة والمعاصرة، ويشير الإعلام الجديد منذ ظهوره إشكاليات عدة، كما يفرض مجموعة من التحديات على أكثر من صعيد، وتعتبر قضية التعارض أو التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد واحدة من القضايا الجدلية التي أثارها ولا تزال تثير اهتمام شتى علماء الاتصال والإعلام الجديد، ويرى في ذلك اتجاهين، الأول: الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذي لن يكون فيه مكان للوسائل التقليدية، والثاني يرى إمكانية التعايش جنباً إلى جنب بين جميع نماذج الاتصال والإعلام، قديمها وحديثها، وذلك على غرار ما حدث على امتداد تاريخ هذه الوسائل، لم يبلغ الجديد القديم كلياً وإن أثر فيه على نحو متفاوت طبقاً لنوعية الوسيلة التي تحدد درجة هذا التأثير. (فهد الشميمري: ٢٠١١)

وهذا ما ينطبق تماماً على الإعلام الجديد، فالجماهير تكيفت مع البيئة الجديدة التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة من منصات التواصل الاجتماعي وغيرها من خلال انتشارها واستخدامها. كما ترى حتمية ماكلوهان أن طريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات وطبيعة الجمهور الذي توجه له تؤثران على مضمون تلك الوسائل، وهو الأمر الذي ينطبق على وسائل الإعلام الجديد وطريقة عرضها للموضوعات، وكذا الجمهور الذي تستهدفه من خلالها، فهذان العنصران معاً يؤثران على نوع المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديد.

ومن جهة أخرى يري ماكلوهان أن وسائل الإعلام الإلكترونية قد حولت العالم إلى قرية عالمية تتصل جميع أجزائها ببعضها البعض (حسن عماد، ليلى السيد: ٢٠٠٣)، وهو الأمر الذي يحدث فعلياً مع وسائل الإعلام الجديد وما أحدثته ثورة الإنترنت، وخاصة بعد الانتشار السريع لوسائل الإعلام الجديد، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أصبح بإمكان الفرد مخاطبة أي فرد آخر من الضفة الأخرى للعالم دون أن يتحرك من مكانه حتى، كل هذا بكبسة زر فقط. وبهذا حافظت نظرية ماكلوهان على قوتها ومكانتها ضمن دراسات وبحوث الإعلام سواء الإعلام التقليدي أم الجديد، كما أنها لا تزال بنفس التأثير وأكثر بفضل الميزات التي أتاحتها الإعلام الجديد والتي لم تكن موجودة قبلاً في الإعلام التقليدي.

**نظرية دوامة الصمت والإعلام الجديد The Spiral of Silence Theory and
:the New Media**

تعد هذه النظرية واحدة من النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وترى إليزابيث نويل نيومان (١٩٧٤) وصفاً لدوامه الصمت بأنها عملية تشكيل الرأي العام، وتقوم الفكرة الأساسية للنظرية على أن الفرد يعيش في مجتمع ويتفاعل مع بيئة الرأي العام بمقوماته وعوامل تشكيله، لذلك فالفرد يميل إلى تشكيل رأيه طبقاً للرأي العام السائد في المجتمع الذي يعيش فيه. (حسن عماد، ليلي السيد، مرجع سابق)

فعندما تقوم القوي السياسية والاقتصادية بتوجيه وإدارة تدفق المعلومات في وسائل الإعلام واحتكارها، إضافة إلى الإشراف على طرح المواد ومعالجتها حسب السياسة التي تريدها، مستغلة التأثير التراكمي لوسائل الإعلام على عاملي "التكرار والانتشار" من أجل ترويج أيديولوجية فكرية معينة، وذلك بهدف فرض هيمنتها السياسية والاجتماعية، فإن كل ذلك يؤثر على مواقف ومعتقدات الجمهور المتلقي إعلامياً حيال القضايا المتداولة (غير الواضحة)، بهدف توجيه المتلقي نحو الانخراط في الفكر السائد الذي تعمل تلك القوي على زرعه. (ولاء البدراني: ٢٠٢٠)

كما أن معظم الناس تخشي من العزلة، هذا الخوف يدفعهم إلى اتباع الأغلبية في محاولة معهم، حتى ولو كان ذلك على حساب إخفاء وجهة نظرهم التي identification للتوحد قد تختلف مع الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها، ويزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل <http://www.m.alwafd.news> (الإعلام على تدعيم آراء الأغلبية.)

لذا فإن موقف الجمهور ومدى استعداده للتعبير المباشر والصريح عن مواقفه وآرائه المعارضة للرأي السائد مرتبطة بعاملين أولهما: طبيعة الثقافة السائدة في المجتمع ومدى قابليته لاحترام وتقبل الآخر وثانياً: طبيعة النظام السياسي السائد في البلد وهل هو شمولي أم ديمقراطي أو تسلطي أم شعبي؟ ففي ظل المجتمعات التي تحكمها الأنظمة الشمولية جاءت وسائل الإعلام الجديد كنصّة حرة لتبادل الآراء والأفكار والانفتاح على المعتقدات والأيدولوجيات المتنوعة، وهذا الانفتاح على الآخر لم يتعدّ حدود شبكات التواصل الاجتماعي، التي شعر الفرد فيها بعض الشيء بحرية التعبير وتبني الآراء ولكن في غالبية تحت غطاء (الاسم المستعار) فيما صاحب الاسم المستعار مازال صامتاً في واقعه الحقيقي، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد استطاع الإعلام الجديد أن يقدم آراء الأقلية الصامتة للعامة من خلال الدلالة على وجودية هذا الفكر المختلف وإجبار القراء على الاطلاع عليها، وبالتالي تساهم في "التعويد" على رؤية هذه الآراء والتعريف عليها وربما تقلبها www.walbaddrani.wordpress.com وتبنيها مستقبلاً.)

مما يعني أنه وفي ظل الانفتاح الإعلامي وظهور الإعلام الإلكتروني انتهى تأثير دوامة الصمت وما عادت الجماهير تخشى العزلة الاجتماعية كما كان سابقاً في ظل الإعلام التقليدي، فالإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي وما أتاحتها للجماهير من ميزات للتعبير عن الآراء وإن كانت متناقضة مع آراء الجماعة سواء بأسماء مستعارة أم حقيقة أدي إلى إبطال الفرضية العامة لنظرية دوامة الصمت والتي تقول: يخشي معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم إلى اتباع الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتي ولو كان ذلك علي حساب إخفاء وجهة نظرهم التي قد (http://www.elear.univ-ouargla.dz)تختلف مع الأغلبية).

وبذلك وضع الإعلام الجديد حدًا لهذه العزلة الاجتماعية ولتأثير دوامة الصمت من خلال ما أتاحه من ميزات جديدة لم تكن موجودة في الإعلام التقليدي، خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك والمدونات الشخصية وميزة التفاعلية، وما أتاحتها للجماهير من الحرية في التعبير عن آرائه المختلفة إزاء القضايا المطروحة دون الخوف من العزلة الاجتماعية.

المطلب الثالث

الاتجاهات النظرية حول الإعلام الجديد

Theoretical trends about new media

إلى جانب نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، فإن هناك ما يمكن إن نسميه اتجاهات نظرية حول الإعلام الجديد، وهي اتجاهات تغذيها البحوث العلمية التي أجريت حول بعض زوايا هذا الإعلام وإن لم تتحول بعد إلى نظريات قائمة بذاتها.

مصداقية وسائل الإعلام الجديدة The credibility of new media

تمثل المصداقية إحدى القضايا المهمة في بحوث الاتصال الجماهيري بوجه عام. وقد تزايد الاهتمام بها بعد ظهور وانتشار وسائل الإعلام الجديدة وتزايد اعتماد الناس عليها كوسيلة للإعلام والحصول على المعلومات؛ ففقر ظهور الإنترنت أثار الباحثون تساؤلات عن دقة وموثوقية وكفاية المعلومات التي تقدمها صفحات الويب، خاصة وأنها تتيح للأشخاص الظهور عليها بغير هوياتهم الحقيقية، كما أن السرعة الكبيرة في النشر قد تدفع حتى المؤسسات الإخبارية الكبيرة إلى نشر معلومات دون التحقق من صحتها.

ويتصل بما سبق أن مواقع ويب عديدة ينظر لها المستخدمون على أنها مصادر محايدة للمعلومات يتم إدارتها من جانب مؤسسات تجارية تسعى إلى الترويج لمنتجاتها، وعلى سبيل المثال

إلى أن موقعًا شهيرًا يحمل اسم مركز لعلاج القلق تم (Sellers, L. (١٩٩٩) يشير سيللر) اكتشاف أنه كانت تديره شركة أدوية.

وتزيد أزمة المصادقية على الإنترنت بسبب تلاشي الفوارق بين المحتوى التحريري والمحتوي الإعلامي، وهي فوارق ما زالت تحافظ عليها وسائل الإعلام التقليدي باعتبارها تقليدًا راسخًا في أخلاقيات العمل الصحفي.

وتركز بحوث المصادقية في الإنترنت على رؤية الجمهور لمصادقية مواقع الويب بشكل أساسي، وتشير البحوث إلى أن غالبية مستخدمي هذه المواقع لا يفكرون في المعلومات التي تقدمها لهم بطريقة نقدية، وبالتالي فإنهم بحاجة إلى التدريب على استخدام الإنترنت وتقييم المعلومات.

(مسحًا (٢٠٠٩) Kim, D. and T. J. Johnson (وقد أجري كيم وجونسون) على مستخدمي الإنترنت الذين لديهم اهتمامات سياسية لدراسة درجة ثقتهم في المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام التقليدية ومواقعها على الإنترنت ومن الصحف الإلكترونية الكاملة على الويب، بالإضافة إلى تحديد العوامل المؤثرة في مصادقية المصادر الإلكترونية خلال الانتخابات العامة في كوريا الجنوبية في عام ٢٠٠٤؛ وخلصت الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية المستقلة التي ليس لها نظير وقي حازت على المستوى الأول في درجة المصادقية لدى عينة البحث، وكشفت الدراسة أن الثقة في المصادر التقليدية والإلكترونية كانت مؤشرًا قويًا على مصادقية المصادر الإلكترونية، كما أن العوامل المؤثرة في درجة المصادقية التي يمنحها الجمهور للمصادر الإلكترونية تعتمد على متغيرات سياسية مثل الاهتمام بالحملة الانتخابية والمشاركة في الانتخابات وتضيف البحوث في هذا المجال إلى الأطر النظرية في مجال المصادقية، خاصة أنها تغطي

Fogg, B.J., J. (٢٠٠٠) Sundar, S. and C. Nass (٢٠٠٠)، والإسناد للمصادر (٢٠٠١) Marshall:، ودرجة ثقة المستخدمين في معلومات الويب (Johnson, T.J. and B.K. Kaye) وبصفة عامة فإن البحوث التي أجريت حول مصادقية الويب قدمت رؤى نظرية حول (٢٠٠٢) عناصر تلك المصادقية، ومع ذلك فإن هناك مناطق أخرى كثيرة يجب البحث فيها في هذا المجال.

وفي النهاية يتضح أن الإعلام الجديد باعتباره ذلك الإعلام الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الجديد ووسائل الإعلام التقليدية، والذي أتاح العديد من السمات التي تميزه عن الإعلام التقليدي والذي تعتبر التفاعلية الفارق الرئيسي من بين أهم ميزاته، قد شكل فارقًا كبيرًا في طريقة التأثير على الجماهير، إذ تتعدد وجهات النظر حول مدى تأثير نظريات التأثير

القوي بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، إذ شكلت خصائص وميزات هذا الأخير الفارق الرئيسي في مدى التأثير وكانت القدرة علي التحكم في قوة التأثير وضعفه، وفي كثير من الأحيان إلغائه تمامًا كما حدث مع دوامة الصمت التي تأرجحت الآراء بين إلغائها وبقائها في ظل البيئة الإعلامية الجديد، وبين حارس البوابة التي توجب عليه العديد من التحديات الجديدة التي يجب أن يواكبها للحفاظ على مكانته وتأثيره، أما الحتمية التكنولوجية فقد استطاعت الحفاظ على قوتها وتأثيرها باعتبارها نظرية تبحث في قوة تأثير وسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة علي مر العصور.

الخاتمة

أفرزت ثورة تكنولوجيا الاتصالات نمطًا إعلاميًا جديدًا يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية التقليدية، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال، خاصة مع الاتصال المباشر بين الإعلام الرقمي والسياسة الخارجية للدول، كما أن العولمة أثرت تأثيرًا هائلًا في الخصائص التقليدية للإعلام الرقمي وزادت من قبوله والاعتماد عليه.

المراجع:

الكتب العربية:

١. عبد الملك الدنانى، (٢٠٠٣)، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
٢. محمد سعيد عبد المجيد، وجدي شفيق عبد اللطيف، (٢٠٠٦)، الآثار الاجتماعية للإنترنت على الشباب: دراسة ميدانية على عينة من مقاهي الإنترنت، القاهرة، دار ومكتبة الاسراء.
٣. رضا عبد الواحد أمين، (٢٠٠٧)، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط ١.
٤. حسني محمد نصر، (٢٠٠٣)، الانترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط ١، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
٥. أشرف فهمي خوجة، (٢٠٠٨)، التوثيق الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
٦. سالم محمد، صلاح، (٢٠٠٢)، العصر الرقمي وثورة المعلومات: دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، دار الكتاب، القاهرة.
٧. عبد الأمير الفيصل، (٢٠٠٦)، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط ١، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع.
٨. شريف درويش اللبان، (٢٠١١)، مداخلات في الاعلام البديل، دار العالم العربي، القاهرة.
٩. مجد الهاشمي، (٢٠٠١)، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع.
١٠. فتحي الإبياري، (١٩٨٥)، الإعلام الدولي كالدعاية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

١١. حسن طوالبه، (٢٠٠٦)، في الإعلام كالدعاية كالحرب النفسية، إريد، عالم الكتب الحديث.
١٢. مارسيل ميرل، (١٩٨٦) سوسيولوجيا العلاقات الدولية، ترجمة حسن نافع، القاهرة، دار المستقبل العربي.
١٣. حسن صعب، (١٩٧٢)، علم السياسة، بيروت، دار العلم للملايين.
١٤. إسماعيل صبري مقلد، (١٩٩١)، العلاقات السياسية الدولية، القاهرة، المكتبة الأكاديمية.
١٥. عبد الحافظ عواجي صلوي، (٢٠١١)، نظريات التأثير الإعلامية، الرياض، د.ط.
١٦. حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، (٢٠٠٣)، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط ١.
١٧. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، (٢٠٠٧)، نظريات الإعلام، ب.ن، القاهرة.
١٨. دليفر ملفين، (١٩٩٨)، نظريات وسائل الإعلام، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، د.ط.
١٩. فهد الشميمري، (٢٠١١)، التربية الإعلامية، دار اقرأ الدولية، القاهرة.

الرسائل العلمية:

١. فاطمة محمد أبو الفتوح عبد العاطي، (٢٠٠٨)، أثر استخدام الإنترنت في بث برنامج مقترح لإكساب الشباب مفاهيم ومهارات لتنمية قدرتهم على التخطيط لحياة المستقبلية، دكتوراة غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
٢. وليد رشاد زكي عمر طه، (٢٠٠٧)، الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة عين شمس.

٣. منتصر عثمان صادق هلال، (٢٠٠٥)، أثر استخدام موقع تعليمي على الإنترنت لتنمية مهارات التصميم لدى المتعلم في مادة حزم البرامج الجاهزة بالمعاهد العليا، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة.
٤. دينا محمد محمود عساف، (٢٠٠٥)، استخدام المراهقين للإنترنت وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لديهم، رسالة ماجستير في دراسات الطفولة، جامعة عين شمس.
٥. حازم عبد الحميد، (١٩٨٧)، حرية الصحافة في لبنان، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

الكتب الانجليزية:

١. Eric Gagnon: What Is On The Internet The Definitive Guide The Internet's Use Net Newsgroups ٣th Edition, (USA, Peachpit Press: ١٩٩٦)
٢. Karl. W, Deutsch, Politics and Government, How People Secede Their Fate, Op., Cit.,
٣. singer jane, Stepping back from the gate: online newspaper editors and the co-production of content in Campaign ٢٠٠٤. Journalism and mass communication quarterly. ٨٣ ,٢٠٠٦.
٤. Shoemaker and Vos, Gatekeeping theory ,Routledge ,New York, ٢٠٠٩.
٥. Sellers, L. (١٩٩٩). Warning: Shameless advertising disguised, as editorial content will kill your credibility alienate your customers, and you may burn in hell. New Media, ٩ (٣)

٦. Kim, D. and T. J. Johnson (٢٠٠٩). A Shift in Media Credibility: Comparing Internet and Traditional News Sources in South Korea. *International Communication Gazette*, vol. ٧١ no. ٤
٧. Fogg, B.J., J. Marshall, O. Laraki, A. Osipovich, C. Varma, N. Fang, J. Paul, A. Rangnekar, J. Shon, P. Swani and M. Treinen (٢٠٠١) 'What Makes Web Sites Credible? A Report on a Large Quantitative Study', *Proceedings of ACM CHI ٢٠٠١ Conference on Human Factors in Computing Systems*. Seattle, WA.
٨. Sundar, S. and C. Nass (٢٠٠٠) 'Source Orientation in Human-Computer Interaction: Programmer, Networker, or Independent Social Actor?' *Communication Research* ٢٧(٦).
٩. Johnson, T.J. and B.K. Kaye (٢٠٠٢) 'Webelievability: A Path Model Examining How Convenience and Reliance Predict Online Credibility'. *Journalism and Mass Communication Quarterly* ٧٩.

مواقع الانترنت:

١. Brian Stelter, "The Facebooker Who Friendened Obama" *nytimes*, July ٧, ٢٠٠٨, accessed march ٢٥, ٢٠٢٠, <https://nyti.ms/٢YF٤uzp>.
٢. Issie Lapowsky, "Facebook exposed ٨٧ million users to Cambridge Analytica," *wired*, April ٤, ٢٠١٨, "accessed accessed march ٣١, ٢٠٢٠, <https://bit.ly/٢Gzsg٦H>.

٣. وسام حسين علي العيثاوي، دور الاعلام في تنفيذ السياسة الخارجية، الحوار المتمدن. _٢٠١٤. المجلد (٤٦٤١) متاح علي: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=٤٤٢٨١٩&r=٠>
٤. <https://oashikh.wordpress.com/> بتاريخ ٢٠٢٠/٣/٢٨ الساعة ١١,٤٥ مساءً.
٥. ولاء البدري، هل رسخت دوامة الصمت "العزلة" للإعلام الجديد، ٤ يونيو، ٢٠١٤ بتاريخ ٢٠٢٠/٤/١ الساعة ٦ مساءً. [/https://walbaddrani.wordpress.com/page/١/](https://walbaddrani.wordpress.com/page/١/)
٦. <http://www.m.alwafd.news> ، بتاريخ ٢٠٢٠/٤/٢ الساعة ٤ عصراً
٧. www.walbaddrani.wordpress.com ، بتاريخ ٢٠٢٠/٤/٤ الساعة ١٢,٤٥ مساءً.
٨. <http://www.elear.univ-ouargla.dz> ، بتاريخ ٢٠٢٠/٤/٤، الساعة ١,١٠ صباحاً.

المنتديات والدوريات والمنشورات:

١. R.J. Ureigho,Gu. Oroke & G. O. Ekruyota: The Impact of internet usage: A case study of delta state (Nigeria) tertiary institutions. (Nigeria, Academic journalism: ١٤ November ٢٠٠٦).
٢. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، (٢٠٠١)، سلسلة عالم المعرفة، الكويت ع ٢٦٥.
٣. جمال الزرن، البيئة الجديدة للاتصال او الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، (٢٠١٢)، بغداد: جامعة بغداد، كلية الاعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٧.
٤. تقرير مركز هردو- لدعم التعبير الرقمي، (٢٠١٦) الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي.

٥. عبد القادر السعدني، (١٩٨٧) حرية تدفق المعلومات الصادقة بين الممكن والتشاؤم، القاهرة، الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد ٢٧ يونيو.
٦. عواطف عبد الرحمن، (١٩٨٤) قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد ٧٨، يونيو.
٧. محمد تيمور عبد الحسيب، (١٩٨٩) تطور الأقمار الصناعية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، الدراسات الإعلامية، العدد ٥٧، أكتوبر.
٨. يوسف باسيل، (١٩٩٧) حقوق الإنسان من العالمية الإنسانية والعولمة السياسية، بغداد، دار الشؤون الثقافية، مجلة الموقف الثقافي، العدد ١٠، يوليو.