

نظريات الإعلام الجديد والمشاركة السياسية للشباب الجامعي

رؤية تحليلية

أ. عمرو عبد المنعم واصل (*)

أ.د. عبد العزيز شاهين (***) د. علياء الحسين (***)

• ملخص:

شكلت النظريات الاتصالية علم الاتصال، وجريت في المجتمعات التي تبنتها وحاولت تطبيقها نظراً لأهميتها، وعدم قدرتنا التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية بدون فهمها والنماذج التي تنظم عمل هذه الوسائل وتحدد طرق التعامل معها وكيفية الاستفادة السليمة منها وتوظيفها في تطوير وتنوير المجتمعات التي يمثل فيها الشباب الجامعي مستقبل الأوطان وركيزته الأولى كأحد أهم الكوادر المؤهلة لاستكمال بناء المجتمع.

وقد ساهم الطابع الاحتكاري لوظيفة المرسل في الإعلام التقليدي، في تأكيد هذه الأحادية، وفشل النظرية السلطوية المحتكرة لوسائل التعبير في المجتمع، والمطالبة بإشراك الإعلام الجديد كسلطة جديدة غير محتكرة متاحة للجميع، وذلك عبر وسائل الإعلام الجديد، لذلك تضمن هذا البحث رؤية تحليلية لنظريات الإعلام الجديد والمشاركة السياسية للشباب الجامعي، وذلك بهدف رصد المداخل النظرية المفسرة للإعلام الجديد، ورصد طبيعة العلاقة بين المداخل النظرية وبين المشاركة السياسية، ورصد وظائف الإعلام الجديد في المشاركة السياسية، ورصد الدور السياسي للإعلام الجديد، وتحليل دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية للشباب الجامعي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، المشاركة السياسية، الشباب الجامعي

(*) باحث دكتوراه بقسم الأنثروبولوجيا بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

(**) أستاذ الأنثروبولوجيا بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

(***) أستاذ الأنثروبولوجيا المساعد بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

New Media Theories and Political Participation of University Youth: An Analytical Vision

Amr A.Elmonem wasel

Prof. Dr. A.Aziz Shahin

Dr. Alyaa Al-Hussein

• **Abstract:**

Communication science was formulated by communication theories , these were tested in the societies which adopted and tried to apply them due to their importance and due to our inability to deal with mass communication means without understanding them and the models that regulate the work and determine the methods of dealing with such means , as well as their proper use and employment in developing and enlightening societies in which university youth represent the future of nations and its first pillar as one of the most important qualified cadres which contribute to society building.

The monopolistic nature of the mission of the sender in the traditional media has contributed to confirming this unilateralism, and the failure of the authoritarian theory, which monopolizes the means of expression in society, and the demand for the involvement of the new media as a new, non-monopoly authority available to everyone, through the new media. Therefore, this research includes an analytical vision of the theories of the new media, and the political participation of university youth, with the aim of monitoring; the theoretical approaches explaining new media, the nature of the relationship between theoretical approaches and political participation, the functions of new media in political participation, the political role of new media, and analyzing the role of new media in the political participation of university youth.

Keywords: the new media, Political participation, University youth



• مقدمة:

أصبح الإعلام الجديد أهم وسائل الاختراق الثقافي بما له من دور وانتشار واسع المجال بسبب الهواتف الذكية التي أصبحت مع الجميع تقريبا بمختلف الفئات والأعمار، ومن أهم هذه الفئات هي فئة الشباب ولاسيما الشباب الجامعي لأهمية وخطورة هذه الشريحة العمرية التي يتكون فيها ميول الشباب وأراءه تجاه نفسه والأخرين والمجتمع الذي يعيش فيها ومعرفة حقوقه وواجباته، بما في ذلك ممارسة الحقوق السياسية المتمثلة في مشاركته السياسية الفعالة، ولفهم هذه العملية كان لابد من فهم مضامين هذه المفاهيم، والتعمق في النظريات المفسرة لدور الإعلام الجديد ووظائفه السياسية لهذه الفئة العمرية، ودراسة المداخل التي تشرح آليات عمل الإعلام الجديد وأثره ودوره في المشاركة السياسية للشباب الجماعي، وفي هذه المرحلة العمرية يفترض أن يتم تهيئة الشباب وحثهم على أداء هذه المهمة التي هي جزء أساسي لنضجهم وازدهار المجتمع الذي هم عماده.

ويعد الإعلام الجديد هو كافة الوسائل والوسائط الرقمية التي تستخدم الأنترنت وسيلة للبت، مما يمكن الأفراد أو الجماعات من نشر أفكارهم وخبراتهم وتجاربهم ومطالبهم ورؤيتهم وتوثيق يومياتهم ونشرها وعرضها للتفاعل مع الآخرين وذلك باختلاف الأهداف من النشر، وهو ما يمثل بديل لوسائل النشر والإخبار التقليدية. وهو أيضاً مجموعة من الوسائل والمواقع والتطبيقات الذكية تستخدم الأنترنت لبت توجهات وأراء تحت على الرقود والسكون أو التعبئة والتحريض على الحراك الاجتماعي والمشاركة السياسية في قضايا الإصلاح السياسي.

والمشاركة السياسية هي نشاط بشري قد يكون إرادي وقد يكون مدفوعا عليه بهدف اتخاذ موقفا سياسيا يؤثر في المشهد السياسي قد يكون في الصالح العام أو ضده. لذلك كان واجبا فهم وتحليل وتفسير هذه العملية التي تمكن الفرد وهو نواة المجتمع من المشاركة السياسية ومعرفة أهمية دور الإعلام الجديد في دفع وحث الشباب الجامعي على ذلك.

مفاهيم الدراسة

(الإعلام الجديد - المشاركة السياسية - الشباب الجامعي)

الإعلام الجديد

يعرف Lester Dictionary الإعلام الجديد بأنه مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو¹، ويمكن تعريفه كذلك على أنه تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة عبر تكنولوجيا الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية الويب² ويقول برودي دوغلاس Brody Douglas أينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الجديد استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت³.

كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال⁴، و يعتمد على خاصية الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، ورفع الحاجز بين المتلقي والمرسل وتمكنهم من أن يناقشوا المضامين التي يستقبلونها⁵.

¹ رحيب مزيد علي فوكولتي، أخلاقيات الإعلام الجديد دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 18 كانون الثاني، 2014، ص 11.

² زوان الوز، الإعلام أدوار وإمبراطوريات، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، وزارة الثقافة، دمشق، 2012، ص 14.

³ Brody Douglas: New media: New Perspective in communication, New York, Longman, 2008,

⁴ سميرة شبخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010، ص 443.

⁵ Terry Flew: New media, An introduction, New york, Oxford University Press, 2004, p16.



المشاركة السياسية

تعرف دائرة المعارف الأمريكية المشاركة السياسية بالأنشطة التطوعية التي يشارك من خلالها الأفراد في اختيار الحكام وفي صياغة السياسة العامة سواء كان ذلك بشكل مباشرة أو غير مباشر¹.

الشباب الجامعي

الشباب لغة: حسب معجم الوسيط "أصل كلمة شباب هو شب، بمعنى صار فتياً، أي من أدرك سن البلوغ ولم يصل من الرجولة"². أما المعاجم الأجنبية فتري أن "لفظ الشباب عند المجتمعات التقليدية حسبهم تعتبر مرحلة وجيزة ومحددة من الحياة بعقائد ومناسبات، كمحافل تدل على بداية حصول الأفراد على حالات اجتماعية واضحة ومعترف بها، ثم تغير المفهوم من خلال التغيرات الاجتماعية فأصبح مرتبط بأوقات التكوين والدراسة، وسن المراهقة إلى ما بعد العشرين سنة، ثم تمتد إلى ما بعد ذلك بالنسبة للطلبة الجامعيين"³.

وعليه فالشباب الجامعي: ليس مرحلة عمرية بالمعنى البيولوجي وإنما هم الطلبة الجامعيين الذين يتسمون بصفات سيكولوجية واجتماعية في مرحلة عمرية، كونهم يتمتعون بقدرات النضج الفسيولوجي والاجتماعي وهو النضج الذي يتحقق باحتلال الشباب مكانة اجتماعية معينة تجسدها أدوار معينة ترتبط بهذه المكانة، وتكون غالب هذه المرحلة بعد سن الثامنة عشر، حيث يظهر على الشباب الجامعي اتجاهات وسلوكيات معينة تجسد لديهم معاني وقيم المشاركة.

¹ Sill.d (Ed). (1962), Political participation (in) international encyclopedia as the social science, velum 12, the macmillan company, united state of amerce,p232.

² شوقي ضيف وآخرون، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمحميات وإحياء التراث، مصر، ط4، 2004، ص 998.

³ Rymond boudon et, dictionnaire de sociologie,larousse, edition paris, 2005,p129.

أهداف الدراسة

- رصد المداخل النظرية المفسرة للإعلام الجديد
 - رصد طبيعة العلاقة بين المداخل النظرية وبين المشاركة السياسية
 - رصد وظائف الإعلام الجديد في المشاركة السياسية
 - رصد الدور السياسي للإعلام الجديد
 - تحليل دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية للشباب الجامعي
- الإطار النظري للبحث:

النظريات والمداخل النظرية للإعلام الجديد المرتبطة بموضوع البحث

أولاً: نظريات الإعلام الجديد

نظرية المشاركة الديمقراطية

تكمن النقطة الأساسية في هذه النظرية في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وترتكز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقتة ومجتمعه¹، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية تخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها².

وترتكز هذه النظرية على مبادئ أساسية؛ وهي أن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها وفقاً لاحتياجاتهم، ولا يخضع المحتوى لسيطرة سياسية³.

¹ علي عبدالفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازري العلمية، عمان الأردن، 2016، ص 13.

² ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 357.

³ كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة السورية، سوريا، 2020، ص 184-185.



ويتفق الباحث مع ما جاء في هذه النظرية ولكنه يرى أن هذه النظرية تشبه أخلاقيات العمل الإعلامي وميثاق الشرف الإعلامي الموجود نظرياً في إعلامنا العربي؛ وهو يصلح أكثر للمدينة الفاضلة وليس في مجتمعاتنا التي يخضع فيها الإعلام لضوابط نابعة من توجهات النظام السياسي.

نظرية ثراء الوسيلة

تنتقل نظرية ثراء الوسيلة من حقيقة واقعية وهي أن كل وسيلة من وسائط الاتصال الإنساني بدءاً من الصياح أو الابتسامة وانتهاءً بمنصات الإعلام الجديد الفضائي والرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي لها خصائص محددة في طبيعة الأداء وحجم ونوعية المعلومات والانتشار والوظائف والتأثير، أي اعتبارها "المتغير المستقل" الأكثر تأثيراً من العناصر المؤثرة الأخرى مثل -المحتوى أو المحررون- التي تعد "المتغيرات التابعة" في عملية الاتصال¹.

وتعد الشبكات الاجتماعية وسائل اتصال ثرية؛ لأنها استناداً إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام تمتلك قدرة كبيرة من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، ومن ثم تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، كما أنها تتميز بسرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية وإعلامية حديثة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية².

وتستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثراءها المعلوماتي وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة³.

¹ رضا عكاشة، نظريات ونماذج الإعلام في مجال المنصات الرقمية، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مصر، 2016، ص 225.

² محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ديسمبر 2020، ص 22.

³ ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 358.

وقد تلخص أهم محددات نظرية ثراء الوسيلة كما في الشكل التالي:



شكل رقم (1) 1.

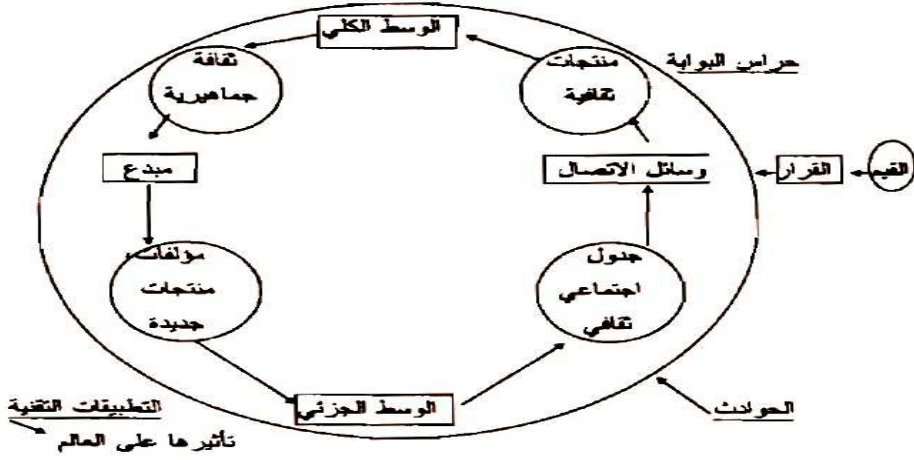
نظرية مولس الثقافية

تطرح النظرية العلاقة بين وسائل الإعلام الحديثة والمجتمع ويرى صاحبها (مولس) أن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه بالثقافات أو الفسيفساء الثقافية، حيث تنتقل الثقافات من المبدعين والعلماء والأدباء والفنانين الذين يخترعون الأفكار الجديدة المعبر عنها بالثقافات تنتقل لاحقاً بمرور الوقت والتكرار لمختلف الجماعات وتشمل قائمة لا متناهية تبدأ بوصفة طبخ وتنتهي بالاكتشافات العلمية والأحداث السياسية ويمثل كل ذلك قاعدة جماهيرية حيث تلعب وسائل الاتصال دوراً كبيراً في الثقافة الحديثة².

¹ رضا عكاشة، نظريات ونماذج الإعلام في مجال المنصات الرقمية، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مصر، 2016، ص 228.

² ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 353.

الشكل (2) الفيزياء الثقافية لـ"أ. مولس"



شكل رقم (2)¹

نظرية الحتمية التكنولوجية

يرى ماكلوهان وهاورد أصحاب هذه النظرية أن الموصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في فترة من الفترات هي التي تؤثر في كيفية التفكير وكيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الرسائل الاتصالية، فالتحول في تكنولوجيا الاتصال يؤدي إلى التحول في التنظيم الاجتماعي، بل في الحواس التي تصبح الوسائل امتدادا لها؛ مثل الكاميرا للعين، الميكروفون للسمع، الحاسوب للعقل.. وهكذا².

وركزت هذه النظرية على تحليل عملية الاتصال، حيث اعتبر ماكلوهان الوسيلة نفسها في الرسالة وأن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، حيث يرى أن ما يؤثر في حياة الناس هي الوسيلة وليست الرسالة ولا مضمونها³.

1 فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر، مصر، 2004، ص 40.

2 فضيل دليو، مرجع سابق، ص 36.

3 ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص354.

وتقدم النظرية تصورات وافتراضات عن التأثير الكمي لوسائل الإعلام وثقافته على المجتمع وأطلق ماكلوهان مصطلح القرية الكونية الذي يعني أن وسائل الاتصال الحديثة كسرت الحواجز بين شعوب الكون لتصبح الكرة الأرضية من حيث الاتصال بين شعوبها أشبه بقرية صغيرة¹.

نظرية فجوة المعرفة

من نظريات التأثير التي حظيت باهتمام كبير في دراسات شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، وتسعى النظرية إلى بلورة الرقمية الإعلامية؛ وهو وصف الفجوة والاختلاف بين الأفراد والدول في الوصول إلى القدرة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة².

وضع فيليب جيه تيشينر وزملائه فروض لهذه النظرية التي تقول أن ازدياد تدفق المعلومات في النظام الاجتماعي والاقتصادي الأعلى يؤدي إلى اكتساب معلومات أكثر بين الفئات ذات المستوى الأقل³.

وتشير بعض التوجهات البحثية إلى أن تزايد الفجوة الرقمية بين الدول قد يقوم إلى ظهور دعوات لإنشاء نظام عالمي رقمي جديد، إذ لم تعد الفجوة تقتصر على الانتشار غير المتوازن للإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، بل شملت متغيرات أخرى مثل عدم التوزيع العادل للخدمات الرقمية على مستوى العالم⁴.

¹ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مكتبة الإسكندرية، مصر، 2004، ص 155-156.

² محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ديسمبر 2020، ص 16.

³ ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 356.

⁴ محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ديسمبر 2020، ص 16.



ويرى الباحث أن هذا الطرح يتفق مع ما جاء بها عبدالعزيز راغب شاهين حينما افترض وجود دور لوسائل الإعلام لإيجاد ما يسميه شاهين "تجانس ثقافي" وذلك عبر مخطط ثقافي استمد من نظرية التبعية الثقافية ثم تطور هذا الفهم ليصبح مخطط تعددية ثقافية¹.

ثانياً: المداخل النظرية للإعلام الجديد المرتبطة بموضوع البحث

أولاً: مدخل نيغروبونتي (Nicholas Negroponte). لفهم الإعلام الجديد.

تنبأ نيغروبونتي في 1984 بدقة متناهية بمستقبل حدوث خمس نقلات تكنولوجية كبيرة في تنفيذ مشروعه: لابتوب لكل طفل، وشاشة آيفون تعمل باللمس، ومستقبل الأقراص المضغوطة، أكشاك الخدمة، واجهات شبكة الإنترنت، وهذه التنبؤات كانت تعد من الخيال العلمي، لكنها باتت حقيقة مع مرور الزمن².

ويحصر نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البنات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني، وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والبرامج والأصوات والصور والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطرق الجديدة، بدلا من توزيعها عبر الورق³.

وميز قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital Addressability وهو عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كومبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكومبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض Network، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفردية Individual Interests ومن ناحية أخرى يلبي

¹ عبد العزيز راغب شاهين، مرجع سابق ص 32.

² غالب كاظم، الإعلام اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار امجد للنشر، الأردن، 2016، ص 67.
3 nicholas Negroponte, being digital publisher vintage,usa,1996,p 66.

الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليبيتها بالإعلام القديم¹.

الميزة الأهم عند نجروبونتي، هي أن هذا الإعلام خرج من سجن السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبيرغ الألمانية وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف، وأخذ سمته الكلية بظهور الإنترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق، وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس وبعضهم البعض².

ثانيا: مدخل ريتشارد ديفيز وديانا أوين (Richard Davis & Diana Owen). لفهم الإعلام الجديد.

يقسم الباحثان ديفيز وأوين الإعلام الجديد على ثلاثة تقسيمات كالتالي³:

1 - إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة.

ويكون عبر وسائل تعمل على منصة الإنترنت بأشكالها كافة كشبكات التواصل الاجتماعي (social net work site)، مثل اليوتيوب، والمدونات، والفيس بوك، وتويتر، إضافة إلى وكالات الأنباء الإلكترونية والصحف الإلكترونية والوسائط المتعددة، وغيرها من الوسائط التي اعتمدت على التقنية الرقمية، واتسمت بخصائص اتصالية أتاحت للأفراد التعبير عن أنفسهم بعيدة عن رقابة السلطات، فضلا عن التفاعلية، ومقدرة الأفراد على إنتاج المحتوى الإعلامي وبثه واستقباله بصيغ جديدة، وأصبح الأفراد في ظل هذه التكنولوجيا يملكون مقدرة كبيرة في إيصال صوتهم للعالم، والتعبير عن آرائهم بواسطة استخدامهم هذه الوسائل الإعلامية وانتهدت مع ظهورها الحدود الجغرافية، وأسهمت في دمج التكنولوجيات مع بعضها بعضا⁴.

¹ جمال زرن، تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية، درا صفحات، سوريا، 2007، ص 135.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص 8، متوفر على موقع أكاديميا.

3 Richard Davis and Diana Owen, New Media and American Politics. Oxford and New York: Oxford University Press, 1998. P5-6.

⁴ ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 360-359.



2 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة.

ينسب الباحثان الإعلام الجديد إلى مجموعة من الأشكال الصحفية والإذاعية والتلفزيونية ومنها برامج الحوار التي استخدمت بشكل واسع وكبير لمخاطبة الجمهور في حقبة الثلاثينيات من السياسيين، ومنهم الرئيس الأمريكي (فرانكلين روزفلت)، ومن ثم تطورت إلى برامج تفاعلية متمثلة ببرامج الحوار الحية والمجلات الإخبارية، وبرامج الصباح المشهورة، فضلا عن البرامج الحية، التي تبث عن طريق الراديو وتتفاعل مع المستمعين بواسطة الاتصال المباشر والحوار المتبادل بينهم وبين الضيوف ومقدم البرنامج.

3 - إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة.

على وفق هذا التصنيف تحدث حالة من التماهي بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، وتختفي الفوارق بينهما وتحصل حالة من الاندماج وتبادل المنافع عن طريق اعتماد العاملين في الإعلام التقليدي على التقنية الجديدة لإنجاز أعمالهم، فضلا عن لجوء المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بالإنترنت بواسطة إنشاء مواقع تفاعلية للصحف الورقية، كما أنشأت محطات الراديو والتلفزيون صفحات لها على الشبكة العنكبوتية للتواصل مع جمهورها¹.

ثالثا: مدخل كروسبي لفهم الإعلام الجديد

ويشترك كروسبي مع نيغروبونتي في الأفكار نفسها، ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم، ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشري الذي كان من نوع الاتصال الشخصي Communications Interpersonal وهو اتصال ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم، وله حالتان على النحو التالي:²

¹ غالب كاظم، الإعلام اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص 68.

² بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة كلية الإعلام، جامعة بغداد،

النموذج الأول: الاتصال الشخصي

- 1- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.
- 2 - يحمل المحتوى ترميزاً يؤكد حالة الفردية Individualization التي تحقق حاجات ومصالح صاحب المحتوى، كما أن المنافع والأضرار متساوية بين الطرفين.
- 3- التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية.

ويختلف الباحث مع هذا المدخل وذلك لان الأفراد ليسوا جميعاً على نفس الدرجة من الوعي أو ما اسميه المخزون الثقافي أو الإمكانيات، ولذلك لا يمتلك الطرفين نفس الدرجة من التساوي ولا المسؤولية ولا النفع أو الضرر، مثال على ذلك فرد له مكانه اجتماعية مؤثرة ولديه إمكانيات وأدوات تمكنه من الدفاع عن المحتوى الذي يعرضه وعلى نفيضة شخص آخر؛ في هذا المثال لا يوجد أدنى تساوي في نقل المعلومات أو حتى الدفاع عنها.

النموذج الثاني: الإعلام الجديد، ويتميز حسب كروسبي بما يأتي

- 1- يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.
- 2- إن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها في هذه الرسالة.

ويقول كروسبي: «لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد علينا أن نتذكر بأن ملايين الكومبيوترات التي تمثل شبكة الإنترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر. وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مرسلًا كان أو مستقبلاً، بفرص متساوية من درجات التحكم¹.

¹Vin Crosbie, WhatisNewMedia, research paper,2006,p5-6-7 - available on <https://ijnms.com/index.php/ijnms/article/view/22/20>



رابعاً : مدخل مانوفيتش (Manovich Lev) لفهم الإعلام الجديد

يرى مانوفيتش الإعلام الجديد أنه مرتبط بعمليات التوزيع والعرض التي تتم بواسطة الكمبيوتر، في حين لا يعد عملية الإنتاج بواسطة الكمبيوتر إعلاماً جديداً، وعلى وفق ذلك فإن وسائل التواصل الاجتماعي، والصحف الإلكترونية التي يمكن مشاهدتها بواسطة شاشة الكمبيوتر وتوزيعها، أيضاً تقع ضمن مفهوم الإعلام الجديد، في حين أن إنتاج الصحف الورقية التي تتم عبر الكمبيوتر لا يعد إعلاماً جديداً من وجهة نظره، وينسحب الأمر على الصور التي تعرض على شاشة الكمبيوتر، وحتى الصور المنشورة ضمن كتب ورقية تم إنتاجها في الكمبيوتر وعرضها وتوزيعها يكون خارج الكمبيوتر لاتعد ضمن الإعلام الجديد، في حين الصور المضغوطة التي يتم عرضها على شاشته تعد إعلاماً جديداً. ولم يناقش مانوفيتش الصور التي يتم عرضها عبر الموبايل أو تلك التي توزع عبره، كما أنه لم يشير إلى عملية الإنتاج التي تحصل على أجهزة القراءة الإلكترونية أو عبر شاشة الموبايل ويعود ذلك إلى أن هذه التقنية جاءت لاحقة لمدخله بشأن الإعلام الجديد¹.

خامساً: مدخل بوتلر وجروسين

يرى بوتلر Bolter وجروسين Grusin تكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل Refashioning الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة أو بلفظ آخر الإصلاح Remediation التي يطرحها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة. ويقول: " أن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساسي الذي تجدد من خلاله تكنولوجيات الإعلام الجديدة وسائل الإعلام السابقة .

بوتلر وجروسين وضعاً نظريتهما حول الإعلام الجديد ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الآنية Immediacy والتشعبية Hypermediacy فالرغبة لحالة الآنية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام . ويضع بوتلر وجروسين

¹ levmanovich, the language of new media, the mit press Cambridge, England,2001,p 25-30-34-36-45.

منطق المعالجة ضمن سياق تاريخي مرتبط بتطور جميع أجهزة الإعلام كل واحدة على حدة وإصلاح نفسها لنفسها وعلى سبيل المثال فإن رسومات الكمبيوتر المتحركة استقادت من خبرات السينما، والسينما تستفيد الآن من الخبرات التي جاءت بها رسومات الكمبيوتر المتحركة، ومن الأمثلة التي توضح نظريتهما عملية الإصلاح التي تحدث بين التلفزيون والإنترنت، فالإنترنت أسست نموذجها بناء خبرات تلفزيونية في التعامل مع المشاهد المشاهدين ، ثم عاد التلفزيون الاستخدام استراتيجيات جديدة هي من خبرات الإنترنت مثل استخدام النوافذ Windowing واستخدام أدوات التحريك Scrolling وغيرها¹.

سادسا: مدخل فيدلر لفهم الاعلام الجديد بيني فيدلر

بينى Fidler مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لايفرت روجرز Everett Rogers و رؤى بول سافو Paul Saffo التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالى ثلاثة عقود كاملة حتى تنتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول فيدلر أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Mediamorphosis وهو مصطلح نحتة فيدلر بنفسه في بداية التسعينيات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والضغوط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية .

ويجد الباحث هذا المدخل مناسباً لحقبة التسعينيات وقت طرحه حينها قد تكون الأفكار الجديدة تحتاج إلى عقود لتنتسرب إلى ثقافة مجتمع، بينما في الوقت الراهن ومع الطفرات التكنولوجية السريعة نجد أن نقل الثقافات أصبح أسرع بكثير من محولة الحفاظ عليها وذلك عبر أدوات العولمة الذي يعد الإعلام ذراعاً من أذرعها.

¹ jaydavid bolter remediation, the mit press, library of congress, 2000, p70-71.



- يحدد فيدلر ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه وهي:
- تعايش Coexistence وتطور مشترك Coevolution للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
 - تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة .
 - انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض .
 - بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
 - ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.
 - حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.
- وطبقا لفيدلر فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني هي :

اللغة المنطوقة Spoken language

اللغة المنطوقة أدت إلى تكوين المجموعات البشرية والى تطور المهارات والقدرات التي تحل المشكلات المعقدة وتطوير الأشكال المذاعة "مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية والتي قسمت المجتمع إلى مؤدين وحراس بوابات ومستمعين.

واللغة المكتوبة Written language

ثم كانت اللغة المكتوبة فاتحة لتطوير الوثائق المنقولة ، والطباعة الآلية ، والإعلام الجماهيري

واللغة الرقمية Digital language

اللغة الرقمية - على خلاف المنطوق والمكتوب - فقد مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان¹.

¹ Roger Fidler, Mediamorphosis Understanding New Media, Publisher:SAGE Publications Inc, 1997, p 24-56-61-71.

ثالثاً: وظائف الإعلام الجديد في المشاركة السياسية:

يعد تطور الإعلام جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرها الإعلام الحديث، ويرى (ألمان) أن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجيهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فهي تقدم معلومات دقيقة ومحددة فوراً عن الأحداث السياسية في العالم¹.

وقد استخدمت وسائل الإعلام عموماً في الحياة السياسية لأغراض منها:

- 1- استخدمت وسائل الإعلام لبيان ما هو مهم وما هو غير مهم، وما الذي يستحق أن يكون ذو صلة سياسية بحياة المواطنين، وترتيب الأجندة السياسية لهم.
- 2- أداة لتحريك الرأي العام: وقد مكنت تلك الوسائل من خلق رأي عام مساند واستغلال تأييد المنتفعين من قضية ما، ومخاطبة اهتمامات الفئات المعارضة بهدف كسب تأييدهم ودعمهم للقضية، عن طريق:
 - أ- التتويه: الذي يتحقق بتقديم المعلومات الملائمة لتحقيق الأهداف.
 - ب - الحفز على التغيير: وخلق الطموحات الممكنة لدى الأفراد المستهدفين.
 - ج- الدعوة للمشاركة والمشاركة هنا هي المطلب الأساس في إحداث التغيير.
- 3- استخدمت مصدراً للمعلومات لأولئك الذين لديهم خطط وطموحات، إذ أن الإعلام يقوم بدور حيوي في جذب الشركاء وتكوين جمهور من الأنصار والمساندين، وإنشاء اتصالات وثيقة وآليات التنسيق بين المنظمات والأفراد².
- 4- مواجهة السلطة للإعلام المضاد: وظفت السلطات السياسية الإعلام لمواجهة الإعلام المضاد الذي تتعرض له، عن طريق تحصين مواطنيها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية المحلية باستخدام أساليب مختلفة منها:

¹ ثريا الحلوي، دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية المملكة المغربية نموذجاً، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السادس، فبراير 2019، ص 325.

² انتصار إبراهيم عبدالرازق - صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص 54.



أ- ربط معتقداته بأشياء أخرى يعرفها وبالقيم المشتركة المقبولة، التي تجعل من المتلقي أكثر مقاومة للإعلام المضاد، وربط هذا الاعتقاد بجماعات مرجعية تحظى بالاحترام العام. ب - إثارة الخوف والقلق وزيادة التوتر عند المتلقي، من نتائج غير مرغوبة لديه، مما يجعله يقاوم الرسائل الإعلامية المضادة

5- أداة سياسية للإشهار عن مواقف الدولة: ويقوم الإعلام بوظائف محددة يؤديها تنفيذاً للدور الذي تفرضه له السياسات العامة للدولة، تتمثل بالاتصال بالأفراد والشرائح الاجتماعية والجماعات والكتل السياسية والمنظمات، والحوار مع القوى المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي، من شخصيات وأحزاب وكتل برلمانية، للوصول إلى الحد الأقصى من الفاعلية، التي تخدم سياسات معينة للدولة.¹

الدور السياسي للإعلام الجديد:

ارتبط بروز الاهتمام بالدور السياسي للإعلام السياسي بمنطقة الشرق الأوسط بالاحتجاجات التي أعقبت انتخابات الرئاسة الإيرانية في العام 2009، وسميت "ثورة تويتر" إضافة إلى "الثورة الخضراء" غير أن ذروة هذا الاهتمام، إعلامياً وبحثياً، إنما جاءت مع انطلاق ما يسمى "الربيع العربي" نهاية 2010 وبداية العام 2011، والذي سارع عدد من الإعلاميين والباحثين الغربيين خصوصاً، إلى اعتبار ثوراته ناجمة أساساً عن وسائل التواصل الاجتماعي لاسيما "فيسبوك" و "يوتيوب" و "تويتر".

وقد لعبت كل وسائل الإعلام الجديد دورها في المجال السياسي حيث نجد:

- شبكات التواصل الاجتماعي:

وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحولت في أنماط واتجاهات استخدامها، دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وشهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة.

¹ ثريا الحلوي، دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية المملكة المغربية نموذجاً، مرجع سابق، ص

وتبلور هذا التحول بشكل جلي بعد الثورات العربية، التي عدت المنطلق الأساس للعديد من الأفراد للتحول نحو الاهتمام بالشأن العام، والتعبير عن أفكارهم وآرائهم إزاء القضايا المختلفة. - المدونات: تلعب المدونات دورا متزايدا في تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية، والذي ساهم في نشر ثقافة الاحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسيا. رغم كل إجراءات الرقابة على الإنترنت والقمع والتخويف للمدونين في الدول العربية، فإن ظاهرة المدونين ثبت عمليا صعوبة إيقافها والسيطرة عليها، لا عبر تقنيات الرقابة أو بنود القوانين الصارمة والإجراءات القمعية بحق المدونين. وهذا راجع إلى:

- سهولة إنشاء المدونة - قلة تكلفتها - سهولة الاستخدام والتحديث

- الأنية والتفاعل - الوسائط المتعددة. - عالمية الانتشار.¹

وبتحليل دور الإعلام في المشاركة السياسية للشباب الجامعي نجد محورين

أساسيين على النحو التالي:

1- جانب إخباري:

عن طريق متابعة أخبار العملية الديمقراطية والتعريف بقضاياها ومدى تطورها وتتولى وسائل الإعلام هذا الجانب عن طيق نقل المعلومات إلى الجمهور.²

وهو ما يراه الباحث بات مختلف في العصر الحالي؛ حيث أصبحت عملية نقل المعلومات ومتابعة الأخبار والإخبار في ظل التطور الإعلامي الحديث عملية ذات طابع متبادل، ما يعني أن نقل الأحداث والأخبار لم يعد ذا اتجاه واحد من المصدر إلى الجمهور حيث أصبح في كثير من الأحيان الجمهور نفسه هو المصدر وهو من

¹ بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، الجزائر، العدد 29، يونيو 2017، ص 5.

² مها عبدالمجيد صلاح، دور الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات، كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان، الأردن، 25-27 يونيو 2012، ص 7.



يقوم ببث الحدث أو الخبر قبل وسائل الإعلام المعنية بتغطية الأحداث، ومع ذلك تقوم المؤسسات الإعلامية ببلورة هذه الأحداث في القوالب الإعلامية المنهجية وتطرح قضايا الإصلاح السياسي ومتابعتها ووسائل المشاركة السياسية فيها.

2- جانب توجيهي:

وهو جانب مهم في تحقيق التأثيرات الإعلامية سواء كانت إيجابية أو سلبية؛ فمن خلال المعرفة المخطط لها والتأثير في تشكيل الثقافة السياسية للفرد والمجتمع، وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد القضايا السياسية تتكون لدى الأفراد في المجتمع قناعات معينة إزاء تلك القضايا السياسية ودورة فيها والمشاركة بها¹.

وهنا يمكن الربط بين والوظائف السياسية للإعلام الجديد و دورها التوجيهي وبين وعي الشباب السياسي الأمر الذي يستلزم تنشئة سياسية ينتج عنها ثقافة سياسية تؤدي إلى أهمية الشعور بأهمية المشاركة السياسية ونبيين ذلك على النحو التالي:

أولاً: الوعي السياسي للشباب:

يعني مفهوم الوعي السياسي بناء الديمقراطية في المجتمع كمهج حديث للتفكير ومحدد لنمط السلوك السياسي في المجتمع، وكأسلوب التعامل بين الأفراد والمجتمعات والدول، وبالتالي فإن الوعي السياسي يعبر عن إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً، ويتمكن الفرد من خلال الوعي السياسية من معرفة ما له من حقوق وما عليه من واجبات².

ثانياً التنشئة السياسية للشباب:

وهي تشكيل الوعي السياسي، ويعني مجمل العمليات التي يتم من خلالها إكساب الفرد سلوكاً ومعايير وقيماً واتجاهات سياسية متناسبة مع أوار مجتمعية معينة، حتى

¹ مها عبدالمجيد صلاح، دور الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، نفس المرجع، ص 8.

² عبدالله موسى الشمراني، عاصفة الحزم العلاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي، المكتب

العربي للمعارف، مصر، 2017، ص 33-34.

لو لم يمارس الفرد نشاطا سياسيا في حزب أو جمعية أو اهتماما بالشأن العام، وتكون هذه العملية مستمرة منذ الولادة وحتى الممات، وتعد مرحلة الشباب ولا سيما الشباب الجامعي من أهم مراحل التنشئة الايدلوجية السياسية، بحكم السمات العامة لهذه المرحلة، حيث تبدأ خلالها تكوين مواقف الفرد السياسية وقيمة الاجتماعية وأنماط سلوكه الاجتماعي والسياسي¹.

كما يمكن تعريف التنشئة السياسية من خلال اتجاهين نوجزهما على النحو التالي:

الاتجاه الأول:

يرى أن التنشئة السياسية هي عملية تعلم القيم والاتجاهات السياسية والأنماط الاجتماعية ذات المغزى السياسي عن طريق الأسرة والجامعة والتفاعل مع السلطة والمواقف السياسية المختلفة.

الاتجاه الثاني:

يعتبر أن الفرد يعمل على تنمية مدركاته وتعزيز قدراته السياسية عن طريق التعليم السياسي الرسمي وغير الرسمي، مما يجعله يبني هويته السياسية المستقلة وتطويرها على نحو يسمح له بالتعبير عن آراءه².

ومما سبق يمكن أن نستخلص أن الاتجاه الأول يُحَمَل الأسرة والجامعة جزء من عملية التنشئة السياسية بينما يرى الاتجاه الثاني أن عملية التنشئة السياسية يكتسبها الفرد نفسه عبر تثقيف نفسه، ويرى الباحث أنه كلا الاتجاهين صحيح إذا ما تم دمجهم بمعنى أنه يمكن إكساب الفرد التنشئة السياسية عبر الأسرة وهي المعلم الأول وعبر الجامعة بالإضافة إلى تنمية مهارته وتثقيف نفسه ولا سيما في مرحلة الدراسة الجامعية حيث يعني البحث الحالي بالشباب الجامعي.

¹ زراف فؤاد، التنشئة السياسية وتشكيل العقل السياسي في المجتمع، كلية العلوم الإنسانية جامعة البليدة، الجزائر، د.ت، ص2.

² زهامي عثمان، التنشئة السياسية في الجزائر وليبيا من خلال برامج التعليم، كلية الحقوق جامعة وهران، الجزائر، 2020، ص 27-28.



ثالثاً: الثقافة السياسية للشباب:

وهي مجموعة القيم والأفكار والمعتقدات التي تتبلور في ذهن الفرد في مجتمع يتميز من خلالها عن مجتمعات أخرى، وهي العامل الذي يؤثر في الأفراد من خلال القيم لبناء سلوك سياسي تجاه السلطة السياسية مع التأثير في اتجاه السلطة نحو الأفراد، وترتبط الثقافة السياسية بأداة مهمة أخرى من أدوات التنمية السياسية هي التنشئة السياسية التي تعني إكساب الفرد للأفكار والقيم بفعل تكوينه وتربيته لتحمل موقف اجتماعي بالمشاركة السياسية¹.

ومن الجدير بالذكر عرض الاتجاه المعاكس أي عرض الثقافة السياسية لنظام السلطة نفسها وذلك من خلال الآتي:

رابعاً: الثقافة السياسية وايدولوجية النظام السياسية:

يقصد بالثقافة السياسية مجموعة المعارف والآراء والاتجاهات السائدة نحو شؤون السياسة والحكم، الدولة والسلطة، الولاء والانتماء، الشرعية والمشاركة السياسية، وتعني أيضاً منظومة المعتقدات والرموز والقيم المحددة للكيفية التي يرى بها مجتمع معين الدور المناسب للحكومة وضوابط هذا الدور، والعلاقة المناسبة بين الحاكم والمحكوم، ويعني ذلك أن الثقافة السياسية تتمحور حول قيم واتجاهات وقناعات طويلة الأمد بخصوص الظواهر السياسية.

ولما كانت الثقافة السياسية للمجتمع جزءاً من ثقافته العامة، فهي تتكون بدورها من عدة ثقافات فرعية، وتشمل تلك الثقافات الفرعية: ثقافة النخبة الحاكمة، الشباب، العمال، الفلاحين، المرأة².

¹ عبدالله حميد العنزي، دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2014، ص 22.

² مروة محمد عبد المنعم، الثقافة السياسية والاستقرار السياسي، مجلة كلية السياسية والاقتصاد، جامعة أسيوط، مصر، العدد الحادي عشر، يوليو 2021، ص 10.

والثقافة السياسية هي أيضا عندما يتبنى النظام السياسي ايدلوجية معينة يتوجه إلى الجماهير من خلال مفاهيمه وأفكاره وقيمه الايدلوجية، ويقوم بترويج مبادئه على أكبر عدد ممكن من الأفراد وكسبهم وجعلهم يتبنوها، وهو ما يدفعهم إلى التفاعل الإيجابي مع النظام ومساندته ودعمه¹.

ويرى الباحث أن هذا يخلق ثقافة مضادة للثقافة التي اكتسابها الفرد خلال مراحل تنشئته سياسيا، وذلك لان الثقافة التي يروج لها أي سلطة حاكمة تتغير بتغيير النظام السياسي الحاكم نفسه.

ومما سبق نستخلص أن للإعلام الجديد العديد من الوظائف التي تؤدي بدورها إلى المشاركة السياسية بشكلها العام ولاسيما الشباب الجامعي، وهو ما نتناوله في الفصل القادم المشاركة السياسية.

• خاتمة

تتمثل أهمية هذه البحث في معرفة أهمية دور الإعلام الجديد في تنشئة وتثقيف الشباب الجامعي سياسيا، وذلك من خلال فهم المفاهيم بشكل صحيح ومعرفة الضوابط والمداخل النظرية وربطها بالدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في دعم المشاركة السياسية للشباب الجامعي، وتعريف الشباب بحقوقه وواجباته، وطبيعة علاقته بمؤسسات الدولة وأفراد المجتمع، لدمجه في المجتمع بشكل يضمن مشاركته في بناء مستقبل وطنه.

أهم التوصيات

- ضرورة الاهتمام بتأهيل الشباب الجامعي سياسيا عبر قنوات الإعلام الجديد بمختلف وسائله
- ضرورة تشجيع الشباب الجامعي على المشاركة السياسية في قضايا الإصلاح السياسي.

¹ ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دار المجدلوي للنشر، الأردن، 2004، ص 99.



- إنشاء مراكز إعلامية متخصصة تخاطب الشباب وتعمل على خلق وإيجاد وعي سياسي عميق، تتولى هذه المراكز القيام بمهام إصدار صحف ومجلات وإنشاء صفحات إنترنت على وسائل الإعلام الجديد وتطبيقات على الهاتف متخصصة على المستوى المحلي والعربي، وإنتاج مواد إعلامية متميزة، كما تضطلع هذه المراكز بمهام تدريب وإعداد إعلاميين شباب يتولون مهمة خلق الوعي السياسي بالقضايا الوطنية، مع إشراك خبراء ومتخصصين في مختلف المجالات علم النفس والتربية علم النفس الاجتماعي، علم الاجتماع، القانون، والسياسة والإعلام في إعداد مواد إعلامية إيجابية من شأنها أن تشكل الوعي السياسي والتنشئة السياسية والتثقيف السياسي الصحيح لدى الشباب.

• مراجع الدراسة

– المراجع باللغة العربية

- انتصار إبراهيم عبدالرازق – صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، العراق، 2011.
- بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، العدد 29، يونيو 2017.
- بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 14، 2011 .
- تهامي عثمانى، التنشئة السياسية في الجزائر وليبيا من خلال برامج التعليم، كلية الحقوق جامعة وهران، الجزائر، 2020.
- ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دار المجدلاوي للنشر، الأردن، 2004.
- ثريا الحلوي، دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية المملكة المغربية نموذجاً، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السادس، فبراير 2019.
- جمال زرن، تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية، درا صفحات، سوريا ، 2007
- رضا عكاشة، نظريات ونماذج الإعلام في مجال المنصات الرقمية، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مصر، 2016.
- رحيم مزيد علي فوكولتي، أخلاقيات الإعلام الجديد دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الالكترونية العراقية، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 18 كانون الثاني، 2014.
- زوان الوز، الإعلام أدوار وإمبراطوريات، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، وزارة الثقافة، دمشق، 2012.
- زراف فؤاد، التنشئة السياسية وتشكيل العقل السياسي في المجتمع، كلية العلوم الإنسانية جامعة البليدة، الجزائر، د.ت.
- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010.



- شوقي ضيف وآخرون، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمحميات وإحياء التراث، مصر، ط4، 2004.
- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مكتبة الإسكندرية، مصر، 2004.
- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، متوفر على موقع أكاديميا.
- عبدالله حميد العنزي، دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2014.
- عبدالله موسى الشمراني، عاصفة الحزم العلاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2017.
- علي عبدالفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازبي العلمية، عمان الأردن، 2016.
- غالب كاظم، الإعلام اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار امجد للنشر، الأردن، 2016 .
- فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر، مصر، 2004.
- كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة السورية، سوريا، 2020.
- محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ديسمبر 2020 .
- محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ديسمبر 2020 .
- مروة محمد عبدالمنعم، الثقافة السياسية والاستقرار السياسي، مجلة كلية السياسية والاقتصاد، جامعة أسيوط، مصر، العدد الحادي عشر، يوليو 2021.
- مها عبدالمجيد صلاح، دور الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات، كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان، الأردن، 25-27 يونيو 2012.
- ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014 .

– المراجع باللغة الأجنبية

- Brody Douglas: New media: New Perspective in communication, New York, Longman, 2008.
- Jay David Bolter Remediation, , the mit press, library of congress, 2000.
- levmanovich, the language of new media, the mit press Cambridge, England,2001.
- nicholas Negroponte, being digital publisher vintage,usa,1996
- Rymond boudon et, dictionnaire de sociologie,larousse, edition paris, 2005.
- Richard Davis and Diana Owen, New Media and American Politics. Oxford and New York: Oxford University Press, 1998.
- Roger Fidler, Mediamorphosis Understanding New Media, Publisher:SAGE Publications Inc, 1997.
- Sill.d (Ed). (1962), Political participation (in) international encyclopedia as the social science, velum 12, the macmillan company, united state of amerce.
- Vin Crosbie, What is New Media, research paper,2006.

