

## الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام دراسة وصفية

أ. إسماعيل شرقي

جامعة الحاج لخضر - باتنة -

### الملخص:

يتناول هذا البحث موضوع الإعلام الجديد واستعرض بداية وتطور هذا المصطلح. وقد اتضح من خلال هذا الاستعراض أن هناك تغيرات جديدة في بيئة الاتصال الجماهيري تبرر البحث عن نظريات اتصالية جديدة لدراسة هذه الظاهرة. فهناك حاجة ماسة لدراسات جديدة تأخذ في الاعتبار الخصائص الجديدة المرتبطة بالإعلام الجديد والتي من أهمها التفاعلية والاندماج والانفتاح وغيرها من الخصائص الهامة. وهناك حاجة أيضاً لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية الأساسية التي لا زالت تشغل بال المجتمعات ولم تكن وسائل الإتصال الجماهيري التقليدية كافية للتعامل معها مثل قضايا التنمية والتغيير الاجتماعي، وأخلاقيات وقوانين العمل الإعلامي، و طرق التأثير في الرأي العام، التي في الواقع تزداد الحاجة إلى دراستها في الوقت الحاضر أكثر من أي وقت مضى. وقد توصلنا في الأخير إلى أن الإعلام الجديد له دور فعال في تشكيل الرأي العام لما له من خصائص تجعله يثبت المعلومات أولاً بأول، مما يتيح للقارئ أو المستخدم الحصول على كافة المعلومات التي تفيده في القضية التي هو بصدد تكوين أو تشكيل رأي حولها.

### Abstract

This research is about new media, it shows its beginning and its evolution. There are many changes in communication which justify the search for new theories to study this phenomenon. There is a need for new studies which take into account features related to new media such as : interaction and openness... furthermore, the necessity to deal with the basic media and social phenomena, which is still of concern within societies. Yet, traditional mass media was not sufficient to cope with it.

For instance, social change, media ethics and influencing public opinion, which actually lead to an increasing need for more investigations both in the present time and in the future.

Evidently, the new media tools shape efficiently public opinion by the immediate transmission and the tremendous amount of information. This provides the users with all the needed data about the issue he is making an opinion about.

مقدمة:

يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الاتصال والإعلام أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين، والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح (الإعلام الجديد) للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة.

ومصطلح الإعلام الجديد New Media هو اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة، أهم ما يميزها هو اعتمادها على التقنية الرقمية digitization والتي يتم عن طريقها تحويل جميع النصوص والمضامين الإعلامية إلى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسب الآلية. ويؤدي ذلك، في نفس الوقت، إلى ظاهرة الاندماج convergence بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة، ولذلك يطلق عليه أيضاً اسم (الإعلام الرقمي digital media)، كما أن ذلك أدى إلى سهولة الاستخدام والتحكم الشخصي بوسائل الاتصال والإعلام.

وعلى مستوى تشكيل الرأي العام والتأثير عليه، ظهرت تطبيقات هامة تسمى بـ (الإعلام الاجتماعي Social Media) ساهمت بشكل كبير في تسهيل نقل المعلومات والأفكار والآراء، وتشكيل جماعات من ذوي الاهتمامات المشتركة بعيداً عن سيطرة قنوات الاتصال الجماهيري التقليدية .

ومن الناحية الأكاديمية، صاحب ذلك ظهور بعض الدراسات والبحوث والمقالات النقدية والتحليلية التي حاولت تعريف مصطلح الإعلام الجديد وتحديد خصائصه ووظائفه الفريدة مقارنة بالإعلام التقليدي traditional media أو ما يسمى أيضاً بالإعلام القديم old media.

وقد ساهم الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجيريه العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

ومن جانب آخر، فقد دخلت الأقطار العربية مرحلة جديدة بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها.

#### — إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

لقد اتسم العصر الراهن بثورة معلوماتية غير مسبوقه في تاريخ الشعوب، ثورة ثالثة عابرة للقارات لا تعرف الزمان ولا تهتم بالمكان، ثورة معرفية ناقلة تخترق ثقافات الشعوب، وتقنية فائقة الدقة في الاتصالات لا تعرف الحدود، إنه عصر الكلمة والصورة القادرتان بحق على صناعة الرأي العام.

فقد تطورت المعرفة بشكل مذهل وغير متوقَّع فاستطاعت الثورة الرقمية أن تحدث تطورات بالغة التأثير والأهمية في ثقافات مختلف المجتمعات، هذا التطور والتغيير اللذان أصبحا سمة من سمات عالمنا المعاصر، وتعبيرا عن الثورة التكنولوجية، والتي طالت تابعياتها كل وسائل الإعلام والاتصال، هذه الثورة أنتجت لنا مفهوما جديدا للإعلام أصبح ينافس الإعلام القديم في جميع المجالات سواء من حيث الانتشار أو من حيث التأثير.

ونحن نعلم جيدا التأثير الذي يحدثه الإعلام التقليدي في صناعة الرأي العام، وبما أن الإعلام الجديد يشترك في خصائص عديدة مع الإعلام الجماهيري

أو التقليدي، ويختلف عنه في خصائص أخرى جاء هذا البحث لمعرفة الدور الذي يلعبه هذا النمط الجديد من الإعلام في تشكيل الرأي العام. وعليه فقد قمنا بصياغة الإشكالية على النحو التالي:

ما هو دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام؟

وقد انبثقت عن الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات جاءت كالتالي:

1\_ ما هو مفهوم الإعلام الجديد؟ وما هي أهم سماته وخصائصه؟

2\_ ما هو مفهوم الرأي العام؟ وما هي خصائصه؟

3\_ ما مدى مساهمة الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام؟

— أهمية وأهداف الدراسة

أ- أهمية الدراسة:

1\_ إبراز خصائص الإعلام الجديد التي تتيح للمواطن الحصول على

المعلومات فور حدوثها.

2\_ دراسة التفاعلية الموجودة في الإعلام الجديد والتي تساهم بشكل

كبير في تكوين الآراء حول القضايا المطروحة على شبكة الانترنت.

3\_ عدم وجود الرقابة على هذا النمط الجديد من الإعلام مما يتيح نشر

كل المعلومات حول قضية معينة.

ج- أهداف الدراسة:

دراستنا كانت مبنية على أهداف أردنا الوصول إليها وتقصيناها وهي:

1\_ معرفة الخصائص الجديدة للإعلام التي جاءت نتيجة لاندماجه مع شبكة

الانترنت.

2\_ الوقوف على درجة تأثير الإعلام الجديد على المستخدم في تكوينه لرأي حول

قضية معينة.

3\_ معرفة ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام.

### أولاً: مفهوم الإعلام الجديد

لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد بعد بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية في مفهوم الإعلام، تمثلت في المواقع الالكترونية والمواقع الاجتماعية، والبوابات، ومواقع المحادثة والدرشة وغيرها من المواقع الأخرى.

وقد أثر الإعلام الجديد في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحف والإذاعة والتلفزيون، حيث شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، لكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا. وهناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت".

1\_ موسوعة ويب أوبيديا من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل

الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها<sup>2</sup>.

**2\_ الإعلام الجديد بوصفه بديلاً** يمثل استقلالاً عن المسيطر، ليس الغربي فحسب، وإنما المحلي كذلك. وبعبارة ثانية، تعتبر هذه الرؤية أن الإعلام الجديد هو إعلام يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية، المحكومة بدرجة عالية من الهيمنة السياسية أو الاقتصادية، لتستثمر التطور التقني الراهن لصالح إعلام متحرر، يعبر عن الأفراد، والجماعات الصغيرة المهمشة<sup>3</sup>.

**3\_ يرى (مصطفى عباس صادق):** أن الإعلام الجديد هو نتاج التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال ووسائل الإعلام التقليدية. وقد تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، وأخذ اسم الإعلام الجديد لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، وقد نشأت فيه حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات<sup>4</sup>.

**4\_ يُعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary** الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وبحسب ليستر Lester فإن الإعلام الجديد باختصار هو

<sup>2</sup> صالح سعود كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، (المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة. 2011)، ص6

<sup>3</sup> اولجا جوديس، وبارتكاميرتس، ونيكوكاربننتير، ترجمة: علا احمد صلاح: فهم الإعلام البديل، (مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 2009)، ص40.

<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، (المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمرك، العدد2، 2007).

مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام<sup>5</sup>.

## 5\_ ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما:

أ: إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنفالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

ب: المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع<sup>6</sup>.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نقول أن الإعلام الجديد هو: إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وتلعب فيه التقنية دوراً مهماً في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، وهو ما

<sup>5</sup> <http://www.jadeedmedia.com/30-05-2014> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص5.

<sup>6</sup> <http://www.jadeedmedia.com/30-05-2014> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص5.

يجعلنا نَصِفُ الصحف الإلكترونية كإحدى أدوات الإعلام الجديد، لأنها تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله، والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار، حول الموضوع الواحد مما يثري الحوار والنقاش حول مواضيع الصحف الإلكترونية وتفاعل القراء معها.

### ثانيا: سمات وخصائص الإعلام الجديد :

يرى الدكتور سامي زهران أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة، وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد في:

- 1- التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.
  - 2- تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
  - 3- إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
  - 4- اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.
  - 5- سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم<sup>7</sup>.
- إن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها فيما يلي:

---

<sup>7</sup> عبد الله فينان الغامدي: التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني،(ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية،2012)،ص12.

- 1- **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.
- 2- **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
- 3- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- 4- **الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.
- 5- **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.
- 6- **قابلية التوصيل:** تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع. ومثال على ذلك توصيل DVD جهاز التلفاز بجهاز الفيديو.
- 7- **الشيوع والانتشار:** ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

8\_ الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة<sup>8</sup>.

### — مميزات الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد وسائط المعلومات والتي يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما يتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها<sup>9</sup>.

وتتمثل مميزات في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت إلي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية، وتطبيقات الواقع الافتراضي، وتعددية الوسائط، وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية<sup>10</sup>.

ومن أهم مميزات الإعلام الجديد:

<sup>8</sup>سميرة شيخاني: الاعلام الجديد في عصر المعلومات (مجلة دمشق، المجلد 26، العدد 1، 2010)، ص 448.

<sup>9</sup>سميرة شيخاني: مرجع سابق، ص 443.

<sup>10</sup><http://www.jadeedmedia.com/30-05-2014> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في

مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص 7.

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه. فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
2. تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
3. جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
4. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.
5. تفتتت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعية، والهواتف الذكية، وألعاب الفيديو الإلكترونية، بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.
6. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده<sup>11</sup>.

<sup>11</sup>صالح سعود كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، مرجع سابق ص8.

### ثالثاً: أقسام الإعلام الجديد

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
- 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضا ينمو بسرعة وتتسأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- 3- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها<sup>12</sup>.

### رابعاً: تعريف الرأي العام

مصطلح الرأي العام من أوسع التراكيب استخداماً وأقلها فهماً، فقد أعاد أصحاب النظريات صياغة مفاهيمه، وقام الإعلاميون بالسؤال عن معناه وقلقوا عن قابليته للتطبيع. وعلى الرغم من الاستخدام المستمر للعبارة إلا أن معنى الرأي العام ظل غامضاً لدى معظم الباحثين الذين يستخدمون المفهوم لكي يضعوا نظرية عن الوجدان العام.

عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في <http://www.jadeedmedia.com/30-05-2014> مداخله النظرية وخصائصه العامة.

ويمكن تقسيم تعريفات الرأي العام إلى نوعين: تعاريف أجنبية، وتعاريف عربية كل حسب اهتماماته ونوعية اتجاهاته وآرائه وتصورات، ومنه على سبيل المثال لا الحصر:

#### أ- التعاريف الأجنبية للرأي العام:

- **تعريف دوب:** يعرف دوب الرأي العام بأنه: مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم<sup>13</sup>.
- **تعريف جون ستيوارت ميل:** ما يريده المجتمع أو الجزء السائد أو مالا يريده، يعتبر الأمر الحاكم الذي يقود بصفة عملية القواعد التي يجب مراعاتها، وعدم تعارضها مع القانون الدولي أو الرأي.
- وبالنسبة لهينيسي: فإن الرأي العام هو مجموعة وجهات النظر القابلة للقياس لدى الأفراد أو الأشخاص الذين لهم مصلحة في هذا الأمر.
- وعرفه "ألبيج": بأنه تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة في جماعة ما، وهو الناتج عن تفاعل الأشخاص في شكل من أشكال الجماعة إزاء مسألة خاصة<sup>14</sup>.
- **تعريف "هربرت بلومر"** وهو من أوائل علماء الاجتماع الذين أوضحوا مفهوم الرأي العام، حيث ذهب إلى أن "الرأي العام" نتاج للتفاعل بين جماعات بحدث في سياق اجتماعي سياسي، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية أو الرأي الشاسع بين الأفراد، حيث نرى أن رأي بعض جماعات الأقلية قد يمارس تأثير الأقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير رأي الجماعة الأغلبية.

<sup>13</sup>عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام (القاهرة، دار الفكر العربي، ط1) ص102.

<sup>14</sup>رشيد حمليل: الحرب والرأي العام والدعاية (الجزائر، دار هومة، الطبعة1) ص102.

والرأي العام باعتباره نتاجا جمعيا يمثل الجمهور في تحركه نحو اتخاذ فعل تجاه قضية ما والرأي العام يتضمن الوصول بهذا الرأي إلى من بيدهم اتخاذ القرار<sup>15</sup>.

#### ب- التعاريف العربية للرأي العام:

- أما الباحثون العرب فيميلون في معظمهم إلى تعريف الرأي العام باعتباره وجهة نظر أغلبية الجماعة تجاه قضية معينة في وقت معين، وهذا المفهوم يجد تجاوبا مع العقلية العربية لارتباطه بالنواحي البيئية "الايكولوجية" والظروف الاجتماعية والثقافية السائدة فيها بما فيها من مؤثرات وردود أفعال.

غير أن ذلك يتعرض للعديد من أوجه النقد لأنه يقصر وجود الرأي العام على وجود المؤثرات في حين أن الرأي العام يسود دون مؤثرات، فقد تكون مسألة ما من المسائل تهم مجتمعنا دون آخر أو شعبا دون آخر.

- **تعريف الدكتور فؤاد دياب:** الرأي العام هو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين.

- **تعريف الدكتور سعيد سراج:** الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة معينة أو حادث معين يعبر عن رأي جماعة<sup>16</sup>.

- أما أحمد بدر: فقد عرف الرأي العام بأنه "التعبير الحر عن آراء الناخبين" - أو من في حكمهم - بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام، وحيث يكون هذا التعبير يمثل رأي الأغلبية ورضا الأقلية<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> جمال مجاهد: الرأي العام وطرق قياسه (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2005) ص28.

<sup>16</sup> محمود محمد مهدي: مدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1) ص235.

<sup>17</sup> المرجع نفسه، ص236.

- **تعريف الدكتور مختار التهامي:** هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الداعية بالنسبة لموضوع أو أكثر تمس الصالح العام مسا مباشرا أو يشغل بالها ويحتمد فيه الجدل والنقاش في فترة معينة<sup>18</sup>.

وبعد هذا العرض يمكننا أن نخرج بتعريف بسيط للرأي العام على أنه: "حصيلّة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد أو الجماعات إزاء شأن من الشؤون يمس النسق الاجتماعي للأفراد والتنظيمات والنظم، والتي يمكن أن يؤثر في تشكيلها من خلال عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي"<sup>19</sup>.

#### خامسا: أنواع الرأي العام

توجد أنواع متعددة للرأي العام طبقا للعديد من المعايير التي تستخدم في تقسيم الرأي العام. ويذهب عدد من الباحثين إلى تقسيم الرأي العام تقسيمات مختلفة حسب المعايير المتنوعة، ونعرض فيما يلي لأهم التقسيمات التي ذهب إليها هؤلاء الباحثين:

#### 1- تقسيمات الرأي العام وفقا للمعيار الزمني:

أ- **رأي عام كلي دائم:** ويرتكز على قاعدة ثقافية ودينية ويشترك فيها كل أفراد الجماعة ويمتاز بالاستقرار والثبات جيلا بعد جيل، ولا تؤثر فيه الأحداث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادرا، وأهم عناصره الدين أو العقيدة والعادات والتقاليد وهذا الرأي وليد تجارب الأفراد وتفاعلهم مع المجتمع.

ب- **رأي عام مؤقت:** ويرتبط بحادث عام أو مصلحة أو مصلحة مؤقتة أو جماعة أو فئة اجتماعية، ويانتهى الحدث أو المصلحة أو الرابطة التي تجمع

<sup>18</sup>غازي إسماعيل رابعة، الرأي العام والعلاقات العامة (بيروت، دار البشير، ط1) ص14.

<sup>19</sup>إسماعيل علي سعد: الرأي العام بين القوة والإيديولوجية (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1،

(1991) ص111، 112.

هذه الجماعة أو الحزب ينتهي، ولهذا فهذا النوع من الرأي لا يصلح أن تقام عليه دراسات بعكس الرأي العام الدائم.

**ج- الرأي العام اليومي:** وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية والتي تصدر عن صفحات الجرائد والأحداث والشائعات والمناقشات البرلمانية، فهو يرتبط بعنصر الآنية وهذا العنصر أمر يحتمه كون الرأي العام مفتوحا. وعادة يتعرض للتغيرات الاجتماعية الداخلية والخارجية التي تتفاعل بحكم وجودها مع الرأي العام. فهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا<sup>20</sup>.

## 2- تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي:

### أ- الرأي العام المحلي:

يعبر عن الرأي السائد في منطقة جغرافية معينة أو في إحدى المحافظات داخل الدول، ويرى بعض الباحثين أن للمجتمع خصائص تختلف عن خصائص المجتمع الوطني من أهمها: الانتماء، الصغر، التجانس، الاكتفاء الذاتي. ومن الطبيعي أن تؤثر هذه الخصائص تأثيرا كبيرا في الرأي العام السائد في هذه المناطق المحلية.

### ب- الرأي العام الوطني:

<sup>20</sup>محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام(القاهرة، دار الفجر، ط1، 1998)، ص32،31.

يرتبط هذا النوع من الرأي العام بالرأي الوطني أو الدولة، وتستند إليه السلطة القائمة، ويتميز هذا الرأي بعدة خصائص هي: التجانس مكان التنبؤ به ولأبعاده ولردود فعله، معالجة المشاكل الوطنية<sup>21</sup>.

### ج- الرأي العام الإقليمي:

هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا كالدول الخليجية أو العربية مثلا، أو دول المغرب العربي، أو أوروبا الغربية أو الشرقية... وذلك في فترة معينة نحو قضية أو موضوع يمس مصالح هذه المجموعة من الدول مسا مباشرا، ويدور حوله الجدل والنقاش.

### د- الرأي العام العالمي:

هو الرأي الذي يتخطى الحدود الوطنية ليوحد بين أفراد في شبه اتفاق عام بالنسبة لبعض القضايا الدولية الأساسية على الأقل، وهذا الاتفاق العام في الرأي يعبر عن نفسه على شكل رد فعل تلقائي عالمي دون اعتبار الارتباطات الوطنية، وقد يمتد رد الفعل هذا ليقترن بتوقيع جزاءات على الدول المخالفة لهذا الاتفاق.

### 3- تقسيم الرأي العام حسب قوة التأثير والتأثر:

أ- الرأي العام النشط: هو مجموعة صغيرة قد تصل إلى 15% من حجم العامة وفي هذه المجموعة نجد الممثلين الذين تحدث عنهم "لييمان" وتضمن اشتراك هذه المجموعة في الشؤون السياسية بوسائل رسمية للمشاركة السياسية كالإسهامات المالية والعضوية في هذه التنظيمات وحضور الاجتماعات وكذلك مشاركة غير رسمية نشطة جدا، مثل: المناقشات العامة والمناظرات مع الآخرين.

(21)-سمير محمد حسين: الرأي العام الأسس النظرية الجوانب المنهجية (القاهرة، عالم الكتاب، ط1، 1997)، ص 36، 35.

ب- **الرأي العام الواعي:** هو مجموعة من الأفراد تزيد في حجمها عن المجموعة النشطة لتصل -تقريباً- إلى 50% من عامة الشعب المشاركين في العملية الانتخابية. وقد ذهب "الموند" إلى أن "العامة الواعية" هي التي تكون عالمة ومهتمة بمشاكل السياسة الخارجية، بينما ذهب "كي" إلى أنها مجموعة من المواطنين يميلون إلى اهتمام أكبر بالحملات الانتخابية، وأيضاً يحافظون على إبقاء اهتمامهم مستمراً بمجرد الأحداث بصفة مستمرة.

ج - **الرأي العام المنقاد:** تتكون هذه المجموعة من فئة لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين وغالباً ما يطلق عليها "جمهور الناخبين" وهي جمع كبير غير متميز نسبياً، يمثل ثلاثة أرباع الشعب في بعض الحالات، وهو من غير القادرين على متابعة الأحداث، لذلك ينساق أصحاب هذا الرأي لما يوجهه لهم الرأي العام المستنير والقارئ، وتؤثر فيهم وسائل الإعلام بدرجة أكثر<sup>22</sup>.

#### 4- التقسيم الكمي للرأي العام:

أ- **رأي الأغلبية:** هو في أبسط صورته تجميع الرأي لأغلبية الجماعة ويمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة، وليس المقصود الأغلبية الحسابية أو العددية بل الأغلبية ذات التأثير والفاعلية.

ب- **رأي الأقلية:** هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة، وقد يكون رأي الأقلية من حيث الكم المؤثر لاحتوائه على آراء بعض الكتاب والمفكرين لأن هؤلاء بانضمامهم إلى الأقلية العددية ربما يحولونها إلى أغلبية.

ج- **الرأي الائتلافي:** يعني ائتلاف بعض الآراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ظروف معينة ما يستلزم قيام هذا الائتلاف، بمعنى أنه ليس

<sup>22</sup>جمال مجاهد: مرجع سابق، ص 48.

نتيجة لتفكير أو مناقشة حرة وإنما هو وليد عوامل خارجية، وهذه إذا اختفت ذهب عنها هذا الرأي.

**د- الرأي الساحق:** هو ما يعبر عنه بالرضا العام بمعنى وصول كل أعضاء الجماعة إلى قرار أو رأي معين وليس رأي الأغلبية، ويرتبط ذلك بعلم السياسة من حيث مفهوم الشرعية السياسية والتي تعني من ثنایاها الرضا العام من المحكومين على حكامهم، بما يستتبعه ذلك من تكاسل أفراد المجتمع عن التفكير في مشكلاتهم أو اندفاعهم خلف قائد وزعيم معين لتأييد رأيه<sup>23</sup>.

#### سادسا: خصائص الرأي العام

حاول الباحثون في مجال الرأي العام وضع خصائص شاملة للرأي العام. ووضع بعضهم ما أسماه بقوانين شاملة تصف الرأي العام، وهناك باحثون آخرون يرون أن هذه القوانين لا تكشف شيئا مثيرا كما أن منها قوانين غامضة مبهمة.

وسوف تستعرض الدراسة بعضا من الخصائص لبعض الباحثين وذلك

على النحو التالي:

**أ- الخصائص التي أوردها الدكتور جمال مجاهد في كتابه الرأي العام وطرق قياسه:**

**1- الشدة:** وتتعلق بمدى عمق إحساسك بشيء ما، فيمكن أن تكون للشخص آراء تجاه قضية أو العديد من القضايا ولكن يكون له إحساس قوي وشديد باتجاه القليل منها فقط.

**2- عدم الثبات:** تتعلق هذه الخاصية بالرغبة في تغيير الآراء، إذ أن هناك آراء واعتمادا على القيم الاجتماعية والسياسية الراسخة أو اعتمادا على المعتقدات

<sup>23</sup>محمد نصر مهنا: الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، الطبعة الأولى (الإسكندرية، دار الوفاء، ط1، 2007) ص190.

الدينية السائدة التي تظل ثابتة أو تكون ذات تغيير بطيء جدا أو من المحتمل عدم تغييرها.

**3- البروز والأهمية:** التعامل مع هاتين الخاصيتين يكون على أساس أنهما شيئان متبادلان بالرغم من أنهما قد يكونا متميزين من ناحية المفهوم فيعتبر رأي ما بارز عندما يكون في بؤرة الانتباه، ويعتبر هاما عندما يكون موضع اهتمام، وربما تكون هاتين الخاصيتين مرتبطتين عرضيا فكلما أعطي وقت كثير للتفكير في شيء ما بدا أكثر أهمية، وعلى العكس تشغل الأشياء التي حكمنا عليها لأنها هامة حيزا كبيرا من انتباه الفرد.

**4- التيقن:** ربما يكون التيقن الذي يعتنق به رأي ما هو أقل ما اهتم به تجريبيا ونقصد بالتيقن هنا بمدى ثقة الفرد من أن رأيه على صواب. ويمكن تقدير هذا البعد بعدد من الطرق مثل السؤال على مدى تأكد الشخص من وجهة نظره أو إلى مدى يعتقد أن رأيه يحتمل أن يتغير في المستقبل ويمكن الافتراض أن التيقن يكون ذا صلة بكم المعلومات (مثلا عدد المعتقدات) المؤيدة رأي ما، هذا ما إذا كانت ثقة المرء في هذه المعتقدات الكامنة ذات أهمية حاسمة.

**5- مضمون الرأي العام ومحتواه:** وهي الخاصية التي تتعلق بكمية المعلومات المتوفرة لدى الرأي العام ونوعيتها عن موضوع أو قضية أو مشكلة معينة وتحدد مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقية بالموضوعات والقضايا المباشرة.

ب- أما عاطف عدلي العبد فقد أورد مجموعة من خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور خلال عمليات الإدماج الجماعي والسياسي بالمجتمع أو ما يمكن تسميته بعمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية: الثبات والتقلب، والتبرير، والإبدال والتعويض، والإسقاط والتمثيل، أو التظابق والتبسيط<sup>24</sup>.

<sup>24</sup>جمال مجاهد: ، مرجع سابق، ص63.

وكان الدكتور عاطف العبد قد استخلص مجموعة مبادئ عامة من الخصائص السابقة للرأي العام.

1- يبقى الرأي العام كامنا حتى تظهر مسألة أو قضية عامة وهذه القضية عادة حينما يوجد تصادم أو خيبة أمل.

2- أن الرأي العام الفعلي هو محاولة التقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، وعندما يصعب التغلب على الظروف التي أدت إلى هذا التصادم أو القلق أو خيبة الأمل يلجأ الرأي العام إلى عملية التبرير أو الإبدال أو التعويض.

3- يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادر معارفهم واتجاهاتهم إلى الآخرين (عملية الإسقاط).

4- يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع أو العمل المؤثر كبيرة.<sup>(25)</sup>

ج- أما الدكتور سمير محمد حسين في كتابه "الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية" فقد أورد مجموعة من الخصائص لمجموعة من الباحثين نذكر منها الخصائص الأربعة المميزة التي يجب أن يضعها الباحث في اعتباره عند تقييم الرأي العام ودراسته وهي:

1- مدى انتشار الرأي العام بين الجمهور الذي يقاس رأيه حول القضية أو الموضوع، سواء كان هذا الجمهور عاما نوعيا أو خاصا.

2- استمرار الرأي العام حول قضية معينة ومدى الاستمرار.

3- شدة الرأي العام وقوته بين الجمهور إزاء القضية المشكلة والموقف.

4- معقولية الرأي العام ومدى ارتكازه على أسس منطقية ومقبولة<sup>26</sup>.

<sup>(25)</sup> عاطف عدلي : مرجع سابق، 126.

<sup>26</sup> سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص79.

د- وإلى جانب ذلك هناك خصائص عامة ذكرها الدكتور محمد منير حجاب في كتابه أساسيات الرأي العام وهي:

1- أن الرأي العام يمثل ظاهرة معنوية ويجب الاعتراف بدوره وبتأثيره في المجتمع.

2- يأخذ الرأي العام شكل عملية متتالية المراحل تتضمن تفاعلات مختلفة وملابسات تكوين الرأي العام والتعبير عنه... وهذه العملية بمراحلها المتتالية تتم في إطار المجتمع بظروفه المختلفة.

3- لا يترتب على مخالفة الرأي العام جزاءات قاسية كفقدان العضوية في المجتمع لأن الرأي العام هو رأي الأغلبية فقط، ولهذا فإنه توجد أقلية دائما لا تتبنى وجهة نظر الأغلبية.

4- للرأي العام تأثير كبير في صناعة القرار وهو ما يعطيه أهمية ومغزى حقيقيا... ولهذا فإن دراسة الرأي العام دون تتبع مسار تأثيراته على الحياة السياسية تعد مبتورة أو ناقصة أو تفنقر إلى مقومات الاكتمال والفهم الصحيح<sup>27</sup>.

### سابعاً: دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام:

منذ ظهور وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) وهي تقوم بأدوار عامة ساهمت بدرجات متفاوتة في دعم الأوضاع السياسية للدول. وفي المجتمعات الغربية تعد وسائل الإعلام التقليدية ضرورة لا غنى عنها في دعم المسيرة الديمقراطية لتلك الدول، فهي تنشر الأخبار والمعلومات عن القضايا العامة والأحداث السياسية التي تهم الجمهور، وهي

(27)- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص58.

كذلك تطلع قادة الحكومات وأعضاء الأحزاب السياسية على وجهات نظر الجمهور واتجاهات الرأي العام.

ولكن هناك العديد من العيوب والسلبيات في وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية. ومن أهم هذه العيوب الاحتكار، حيث تكون ملكية وسائل الإعلام محصورة في عدد قليل من الشركات أو الأحزاب أو الجهات الحكومية الرسمية، مما ينتج عنه ظهور أصوات قليلة وآراء محدودة. كما أن الإعلام التقليدي ذو اتجاه واحد وهو تدفق عمودي من الأعلى إلى الأسفل ولا يسمح لوجهات النظر أو المشاركات بأن تسير في الاتجاه المعاكس من الأسفل إلى الأعلى.

ومن عيوب الإعلام التقليدي أيضاً سيطرة الجانب التجاري والاستهلاكي على معظم قنواته، بحيث تسطير المضامين الترفيهية على القضايا السياسية الجادة وبعيداً عن خدمة الصالح العام.

أما الإعلام الجديد بوسائله وأدواته التقنية الحديثة فله خصائص تختلف عن ما ذكرنا في الإعلام القديم. ومن أهم الخصائص التي حددتها الدراسات التي أجريت على وسائل الإعلام الجديد أنه يشكل الطريق البديل لوسائل الإعلام التقليدي وللتقليل من سيطرته، لأنه يسهل تدفق المعلومات والأفكار من أسفل إلى أعلى، أي من الجمهور والأفراد إلى الطبقة السياسية الحاكمة. ومن خصائص الإعلام الجديد أيضاً سهولة الدخول والمشاركة وتوفير قنوات رد الفعل feedback التي كانت محدودة جداً في وسائل الإعلام التقليدي. وهو يقوم بذلك عن طريق توفير المنتديات والمواقع المخصصة للحوار والتعبير الحر عن الرأي بطريقة لم تكن متوفرة إطلاقاً من قبل<sup>28</sup>.

---

Coleman, S. (1999) ' The new media and democratic politics,' *New Media and Society*, 1: 67-74.

وفي مجال السياسية، رأى بعض الباحثين أن الإعلام الجديد new media سيؤدي إلى ظهور مفهوم جديد للممارسة السياسية تحت اسم موازي هو السياسة الجديدة new politics. والمقصود أن العمل السياسي سوف يتطور إلى الأفضل عن طريق الاستفادة من وسائل وأدوات الإعلام الجديد، مثل استطلاعات الرأي الفورية وطرق جديدة في إدارة وتصميم الحملات الانتخابية. وهذا بالتالي سيؤدي إلى تحقق المجتمع المدني بمعناه الصحيح والكامل، حيث تكون المشاركة في النقاش والمناظرة مفتوحة للجميع.

والواقع أن الإعلام الجديد ساهم بشكل ملحوظ في تطوير العمل السياسي وفتح مجالات للمشاركة في القضايا العامة. ولكن هناك الكثير من السلبيات والعوائق التي تقف في طريق الاستفادة الكاملة من الإعلام الجديد في المجال السياسي. ففي دراسة للباحثة بنتيفينا تحدثت عن مزايا وعيوب استخدامات الإعلام الجديد في المجال السياسي. ومن أهم المزايا ما يلي:<sup>29</sup>

(1) يمكن أن يكون الاتصال تفاعلياً من جهتين، ويمكن أن يكون أحادياً أيضاً وذلك بحسب الغرض المطلوب.

(2) أيضاً يمكن أن يكون الاتصال أفقياً بين أطراف متساوية أو عمودياً بين المركز والأطراف.

(3) تقليص دور الإعلام التقليدي كوسيط بين المواطن والسلطة السياسية

(4) تخفيض التكاليف في الإرسال والاستقبال مقارنة بتكاليف الإعلام التقليدي.

(5) الفورية في الاتصال وسرعة تبادل المعلومات والآراء.

---

Bentivegna, S. (2002) 'Politics and the new media,' in L.A. Lievrouw<sup>29</sup> and S. Livingstone (eds.), *The Handbook of New Media*, 50-61.

(6) تقليص الحواجز والعوائق المادية والاجتماعية التي تعيق التواصل في الإعلام التقليدي.

لكن الباحثة أشارت، من ناحية أخرى، إلى بعض العيوب التي تعيق الإعلام الجديد في المجال السياسي، فتشير في البداية أن مستويات المشاركة في المجال السياسي في الدول الغربية من خلال التصويت في الانتخابات لا زالت في نفس مستواها، ولم يساهم الإعلام الجديد في زيادة أعداد المشاركين مقارنة بالسنوات الماضية التي سبقت انتشار الإعلام الجديد، ومن أهم عوائق الإعلام الجديد في المجال السياسي:

(1) المعلومات الغزيرة أو التخمّة في المعلومات information glut بحيث يحد من إمكانية الاستفادة منها.

(2) الإنترنت تشجع على تنمية اهتمامات عديدة، معظمها بعيد عن المجال السياسي، بما يسمى نمط الحياة الشخصي أو البديل private or alternative lifestyle وأكثره يدور حول مجتمعات افتراضية مخصصة لاهتمامات متنوعة بعيدة عن الاهتمامات السياسية.

(3) كثرة الأصوات وتعدد الآراء بشكل يصعب التعامل والتفاعل معها وتعيق النقاش الجاد والهادف.

(4) صعوبة استخدام الإنترنت أو عدم القدرة على امتلاك وسائلها عند نسبة كبيرة من الناس.

ويؤيد هذا الرأي باحثون آخرون أشاروا إلى أن معظم الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت في مجال السياسة، وللحصول على المعلومات السياسية، هم أصلاً من النشطاء في هذا المجال في فترة ما قبل الإعلام الجديد، مما يؤيد فكرة أن الإعلام الجديد لم يؤد إلى زيادة كبيرة في نسبة المهتمين بالمجال

السياسي. وعلق مكويل على ذلك بالقول بأن الإعلام الجديد قد يزيد الفجوة بين الناشطين سياسياً وبقية أفراد المجتمع.

### الخاتمة:

في الأخير يمكن القول أن أهمية وسائل الإعلام لم تعد بسيطة كما كانت قبل ظهور الانترنت، فتخطت دورها في عصر التقنية الحديثة كوسائل إعلامية ذات سلطة محددة، فأصبحت محركاً فاعلاً للأفراد للمطالبة بحقوقهم وكذا وسائل فعالة في حشد الجماهير حول قضية معينة.

وقد ساعد الإعلام الجديد في زيادة فرص وعدد الفاعلين في تشكيل الرأي العام وكسر حواجز الخوف بما أدى إلى حالة من الانفجار أو العشوائية من جانب ومن جانب آخر أدى إلى إتاحة الفرصة أمام فئات جديدة من المهتمين للتعبير عن مصالحها.

وأوجد الإعلام الجديد عدداً من الأدوات والآليات الجديدة التي تتميز بعناصر تنافسية وجاذبة للجمهور، ووفر أدوات جديدة للتعبير والاتصال تتميز بالسهولة والانتشار وتجاوز الحدود المكانية والزمانية، ووفر الفضاء الإلكتروني كوسيلة إعلام دولية الطابع، الفرصة لتحويل القضايا المحلية إلى الطبيعة الدولية بما ساعد على دمج المجتمع المحلي في السياسة العالمية مع كسر سيطرة الإعلام الغربي على حركة الإعلام الدولي، وأتاح الإعلام الجديد الفرصة لتداخل التأثير بين ما هو محلي وما هو دولي حيث التلاحم ما بين الجمهور وقادة الرأي بشكل يُتيح فرصة تشكيل التحالفات والتكتلات التي تقف خلف مصالح معينة.

ومثلت التجمعات الإلكترونية والحملات والمجموعات البريدية والنشطاء على المواقع الاجتماعية منصات للرأي والتأثير وجمع وجذب أكبر عدد من المستخدمين.

وضاعف الإعلام الجديد من القنوات التي من خلالها يتم تدوير المعلومات والأفكار في نطاق موسع، واستطاعت هذه الوسائل في ذات الوقت أن تُضعف من قُدرة السُلطات على الرقابة والقمع والتأثير في الرأي العام. وعمل الإعلام الجديد كوسيط أو كمؤسسة للرقابة على أداء السُلطات التنفيذية من خلال ما يتم في شكل مُعارضة أو احتجاج قد تأتي في صورة تعليقات الكترونية أو المُشاركة في استطلاعات الرأي أو غرف الدردشة أو بتشكيل تحالفات وحركات مُعارضة وذلك مع التجاوز النسبي للقيود على حرية الرأي والتعبير.

### قائمة المصادر و المراجع:

#### المراجع العربية:

- 1 - اولجا جوديس، وبارتكاميرتس، ونيكوكارينتيير، ترجمة: علا احمد صلاح:فهم الإعلام البديل، (مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 2009)، ص40.
- 2-إسماعيل علي سعد: الرأي العام بين القوة والإيديولوجية (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1، 1991)
- 3- جمال مجاهد: الرأي العام وطرق قياسه (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2005)
- 4- محمود محمد مهدي: مدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1)
- 5- محمد منير حجاب: أساسات الرأي العام (القاهرة، دار الفجر، ط1، 1998)
- 6- محمود محمد نصر مهنا: الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، الطبعة الأولى (الإسكندرية، دار الوفاء، ط2007، 1)

7-محمد مهدي: **مدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي** (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ط1)

8- صالح سعود كاتب: **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع**، (المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة. 2011).

9- عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**، (المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك، العدد2، 2007).

10- عبد الله فينان الغامدي: **التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني**، (ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012).

11- عاطف عدلي العبد: **الاتصال والرأي العام** (القاهرة، دار الفكر العربي، ط1)

12- سميرة شيخاني: **الإعلام الجديد في عصر المعلومات** (مجلة دمشق، المجلد26، العدد2010، 1).

13- سمير محمد حسين: **الرأي العام الأسس النظرية الجوانب المنهجية** (القاهرة، عالم الكتاب، ط1، 1997)

#### المراجع الأجنبية

Bentivegna, S. (2002) 'Politics and the new media,' in -14 L.A. Lievrouw and S. Livingstone (eds.), *The Handbook of New Media*, 50-61.

Coleman, S. (1999) 'The new media and democratic 15 politics,' *New Media and Society*, 1: 67-74.

#### المواقع الإلكترونية

