

المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام وتأثيراته على المعرفة السياسية لدى الجمهور

د. أبو بكر مصطفى الوصيف

كلية الفنون والإعلام جامعة طرابلس

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الي معرفة تأثيرات المحتوى الاخباري لوسائل الاعلام على المعرفة السياسية لدى الجمهور كما تطرقت الي مفهوم قانون استهلاك الاخبار والتعرض التراكمي لها كذلك معرفة سمات التلفزيون والقنوات الفضائية في مجال تقديم الاخبار والتكامل بين الاخبار التلفزيونية والالكترونية والصحف والبرامج الاخبارية الترفيهية وعلاقة التكنولوجيا الحديثة بالمعرفة السياسية .

الكلمات المفاتيح: المحتوى الاخباري - قانون استهلاك الاخبار - وسائل الاعلام - التكنولوجيا الحديثة-المعرفة السياسية.

Abstract:

This study aims to know the effects of news content of the media on the political knowledge of the public as well as the concept of the law of news consumption and the cumulative exposure to it, as well as knowledge of the features of television and satellite channels in the field of news provision, integration between television and electronic news, newspapers and entertainment news programs, and the relationship of modern technology with political knowledge.

Key words: News content - news consumption law - media - modern technology - political knowledge.

مقدمة:

تعرف الأخبار في القواميس باعتبارها الأحداث المهمة والحديثة أو هي المعلومات الطازجة أو هي تقارير بالأحداث التي وقعت قريباً⁽¹⁾.

وتعتبر الأخبار سلعة يتم التحكم فيها من خلال سوق إعلامي يتسم بالمنافسة التي تتزايد يوماً تلو الآخر، كأى منتج إعلامي يحتاج إلى إرضاء رغبات الجمهور المستهدف حتى يقبل عليه⁽²⁾.

الأخبار وظيفة أساسية من وظائف الإعلام، لذلك فإن محطات التلفزة توليها اهتماماً كبيراً، ويظهر هذا الاهتمام من خلال استوديوهات الأخبار الداخلية والخارجية إلى تثبيت العديد من النشرات على مدار ساعات البث التلفزيوني بالإضافة إلى التغطيات الإخبارية الحية للعديد من الأحداث بعبارة أخرى، فإن التلفاز كوسيلة إعلام جماهيري معني بنقل الأحداث والقضايا المهمة ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، بهدف تلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، لكي تحظى باحترام الجمهور⁽³⁾.

أولاً : مشكلة الدراسة :

تم تحديد المشكلة البحثية في مناقشة تأثير المحتوى الاخباري لوسائل الاعلام على المعرفة السياسية لدى الجمهور ، من حيث معرفة سمات التلفزيون والقنوات الفضائية في مجال تقديم الاخبار والتكامل بين الاخبار التلفزيونية والالكترونية والصحف والبرامج الاخبارية الترفيهية وعلاقة التكنولوجيا الحديثة بالمعرفة السياسية

وقد وجد الباحث أن هناك نقصاً شديداً في المعلومات المتاحة عن طبيعة الدور الذي يقوم به المحتوى الاخباري في نشر المعرفة السياسية حيث أدى ذلك إلي الإحساس بوجود موقف يستلزم الدراسة والبحث نظراً لأهمية هذا المحتوى في التأثير علي مستوى المعرفة .

ثانيا : أهمية الدراسة:

(أ) الأهمية العلمية :

تتبع الأهمية العلمية للدراسة من الآتي:

تقديم بعض المؤشرات والمعلومات عن أهمية الدور الذي يقوم به المحتوى الاخباري ال كمصدر رئيسي مهم للحصول علي المعلومات السياسية و كأداة اتصال لنقل المعلومات السياسية في منطقة تموج بالأحداث والقضايا الساخنة التي يتمثل تأثيرها لتشمل أبعاداً إقليمية ودولية .

(ب) الأهمية التطبيقية :

تكتسب الدراسة أهمية خاصة لارتباطها بتطوير المفهوم الاخباري المعلوماتي لتشكل زادا معرفيا لدى الاعلاميين والمهتمين بمجالات الاعلام المختلفة

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

1 - معرفة تاثيرات المحتوى الاخباري لوسائل الاعلام على المعرفة السياسية لدى الجمهور ومعرفة مفهوم قانون استهلاك الاخبار والتعرض التراكمي لها كذلك

2- معرفة سمات التلفزيون والقنوات الفضائية في مجال تقديم الاخبار والتكامل بين الاخبار التلفزيونية والالكترونية والصحف والبرامج الاخبارية الترفيهية وعلاقة التكنولوجيا الحديثة بالمعرفة السياسية

تطور مصطلح الاخبار:

إذا كان مصطلح الأخبار لا يختلف مفهومه في الوسائل الثلاث (الراديو والتلفزيون والصحافة)، فإنه كذلك لا يختلف مفهومه في الانترنت كوسيلة إعلامية، حتى وإن كان مصطلح الأخبار عبر الانترنت يتضمن أشكال جديدة يتم تقديمها من خلاله إلا أن معني المضمون الإخباري يعد واحداً في وسائل الاتصال المختلفة سواء الحديثة أو التقليدية.

وبذلك يتداخل مفهوم المضمون الإخباري بين كافة وسائل الاتصال خاصة في ظل التكامل بين هذه الوسائل لتحقيق تأثير واضح على الفرد وتأكيداً لذلك يرى Joseph and S. Tuman (2008) أنه يمكن استخدام كل أشكال وسائل الإعلام كأحد طرق الاتصال السياسي والتي

يستخدم فيها وسائل الإعلام المطبوعة، ووسائل البث الإذاعي والتلفزيوني والانترنت سواء بشكل مدفوع الأجر أو مجاني وذلك لتقوم هذه الوسائل بدورها بين أفراد الجمهور ذوي المستوى المنخفض من الانغماس في الشؤون السياسية بهدف جذب هؤلاء الأفراد للقيام بالتصويت⁽⁴⁾.

وعلى الرغم من ذلك فإن هناك بعض الأحداث ذات الطابع الخاص التي لا يعتبرها المشاهد مضموناً إخبارياً مهما طالبت فترة تغطية هذه الأحداث بشكل مهني ومعالجة متعمقة مثل تغطية حادث مصرع الأميرة ديانا⁽⁵⁾.

وأنة من السهل للباحثين في مجال وسائل الإعلام الجماهيرية تناسي أن الاهتمام الواسع بالأخبار يعتبر ظاهرة حديثة نوعاً ما، حيث يذكر كولي Cooley, 1902 على سبيل المثال أن العديد من الجمهور لا يهتم بالأخبار وفي أواخر عام 1930 عبر الباحثين عن اهتمام ضعيف بالأخبار بين الجمهور العام ويذكر جلاب Gallup , 1930 أن القارئ يقضي وقتاً أطول في قراءة الملامح أكثر من الاهتمام بقراءة الأخبار نفسها قائلاً أن الكثير من الرجال لا يقرأون إلا أخبار الرياضة والخفيفة في حين أن النساء لا يقرأن الأخبار على الإطلاق⁽⁶⁾.

ولقد تغير الموقف بشكل درامي في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية حيث جذب الراديو الانتباه بين عدد ضخم من الجمهور للاستماع للأخبار عن الحرب، ولقد تزايد متابعة الأخبار في أواخر الثلاثينيات ويرى لازرفيلد Lazarsfeld, 1940 أن الاعتماد على أخبار الإذاعة قبل الحرب تزايد خوفاً من قيام الحرب ولكن بعد الحرب في أعوام 1946 ، 1948 انخفض الاعتماد على الأخبار في الراديو وتزايد الاعتماد على الصحف حيث تنخفض الرغبة في المعرفة عن الأحداث بسرعة كما في وقت الحرب⁽⁷⁾.

ولابد وأن يكون لدى الأفراد القدرة على الوصول إلى تقارير وتحليلات ومناقشات يمكن الاعتماد عليها حول الأحداث الجارية، وهنا يكمن دور وسائل الاتصال فمن خلال هذه الوسائل يصبح لدى الأفراد وعياً بما يحدث في المجتمع بل وفي العالم كما أن وسائل الاتصال تمكنهم من القدرة على التعبير عن أفكارهم وذلك حتى يمكن لهم أن يشاركوا في تشكيل الرأي العام كما يمكنهم المشاركة في الأنشطة السياسية، وبذلك تعد الكفاءة الاتصالية ضرورية لتحقيق مواطنة الفرد في المجتمعات الديمقراطية⁽⁸⁾.

تعد المواد الإخبارية والسياسية من المكونات الأساسية في القنوات التلفزيونية ومحطات الراديو وخاصة في ظل تصاعد الأحداث التي يواجهها العالم هذه الأيام، بشكل لم يسبق له مثيل، الأمر الذي أدى إلى تزايد اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية والسياسية خصوصاً التلفزيونية حيث أصبحت مصدراً أساسياً يعتمد عليه في الحصول على معلوماته السياسية، وخاصة مع انحسار خبرات الفرد المباشرة بالقضايا المختلفة، فضلاً عن تراجع دور الاتصال الشخصي كمصدر مهم للمعلومات حول بعض القضايا المثارة، ولكي تؤثر وسائل الإعلام الإخبارية والسياسية في السلوك السياسي للجمهور لابد من وجود تفاعل بينه وبين مصادر المعلومات التي تمثل في هذه الوسائل الإخبارية على اعتبار أنه الجمهور المستهدف، وهذا التفاعل يبدأ بالتعرض لوسائل إعلام إخبارية محددة، ومدى ارتباط هذه الوسائل بالنظام السياسي وطبيعته⁽⁹⁾.

وتتحمل وسائل الإعلام مسئولية إحاطة الجماهير علماً بما يحدث في الداخل والخارج بأقصى قدر من المسئولية. كما أن مصطلح الأخبار في الراديو والتلفزيون لا يختلف عنه في الصحافة فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم وتؤثر في الناس⁽¹⁰⁾.

وتوصلت دراسة ميشيل جيفر (Mechel-Javis 1999)⁽¹¹⁾ إلى أن الراديو والتلفزيون أكثر تأثيراً من وسائل الاتصال المطبوعة في الوقت الذي يقوم كل من الراديو التعرف على الأحداث الجارية فأن وسائل الاتصال المطبوعة تقوم بدور الشرح والتفسير والتوضيح.

والأخبار التلفزيونية نظراً باعتبارها أكثر المحتويات شيوعاً بالشبكات الإخبارية طوال الوقت باليوم الواحد فإن الأفراد الأقل اهتماماً بالأخبار عندما يتم سؤالهم عن أكثر الوسائل التي يعتمدون عليها تكون الإجابة التلفزيون في حين أن الأفراد الأكثر اهتماماً بالأخبار يكونوا أكثر اعتماداً على الصحف والمجلات والانترنت.

وبكلمات أخرى، يفترض قانون استهلاك الأخبار أن هؤلاء الذين يعتمدون على التلفزيون بشكل رئيسي أقل اهتماماً بالأخبار وبالتالي أقل استهلاكاً للأخبار من كل مصادر وسائل الإعلام. وتظهر علاقة ارتباطيه بين الاعتماد على الصحف والمستويات المرتفعة من المعرفة السياسية مقارنة بالاعتماد على التلفزيون⁽¹²⁾.

كما أن ظهور الراديو والتلفزيون والانترنت وتكنولوجيا الموبيل جعلت من السهل الحصول على المحتوى الإخباري من مصادر مختلفة وليس الاعتماد على صحيفة يومية أو أسبوعية فقط وهذه الحقيقة أدت إلى ارتفاع الاحتمالات القائلة بان الجمهور مازال يستهلك نفس الكمية من الأخبار ولكنهم يحصلون عليها من وسائل إعلامية أخرى غير الصحف وتشير العديد من الدراسات إلى التنافس بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في شغل اكبر مساحة من وقت المستهلك ومن تلك الدراسات دراسة Cai, 2005⁽¹³⁾.

قانون استهلاك الأخبار:

ويخلص لازرفلد هذه التغييرات في الاعتماد على وسائل الإعلام الإخبارية في مصطلح يدعى "قانون استهلاك الأخبار" وطبقاً لهذه الفكرة فإن الاهتمام بالأخبار مفهوم واسع ممتد واستهلاك الأخبار هو وظيفة الاهتمام بالأخبار والمعرفة من خلال الأخبار كمنتج تراكمي وليس نتيجة التعرض لوسيلة إعلامية واحدة متخصصة.

فهؤلاء الذين يسعون إلى الأخبار يسعون لها من خلال وسائل الإعلام المتعددة التي تقدم الأخبار في أفضل شكل ملائم لاحتياجاتهم ووفقاً لأسلوب حياتهم وجدول وقتهم الزمني وميولهم النفسية ولكن هؤلاء الذين يهتمون بالأخبار لابد أن يحصلوا على المعلومات المتاحة من الصحف والإذاعة وقنوات الاتصال الشخصي.

ويعتبر استهلاك الأخبار من وجهة نظر لازرفلد أكثر محتوى إعلامي يتم استهلاكه من أي محتوى إعلامي آخر إذ يقول "أن الفرد الذي يهتم بمحتوى معين يجد أن هذا المحتوى يرضى اهتماماته بشكل أفضل من أن يعرض نفسه لكل وسائل الإعلام فالأفضل له أن يركز انتباهه في وسيلة أو وسيلتين إعلاميتين وإذا كان لديه وقتاً يمكن أن يقسم الفرد وقته بين وسائل الإعلام المختلفة"⁽¹⁴⁾.

وهناك عدد من الدراسات الحديثة تقدم تفسير بديل حيث تقدم الدليل على أم وسائل الإعلام الجديدة وخاصة الانترنت وتكنولوجيا الموبيل تتنافس مع وسائل الإعلام التقليدية عندما تكون تلك الوسائل التقليدية غير متاحة أو غير متنسقة مع معتقدات ومعلومات الجمهور.

واليوم لدى المستهلكين العديد من الخيارات الإعلامية المختلفة عندما يبحثون عن المحتوى الإخباري مثل الهواتف ذات خدمة الانترنت أو التعرض لشبكة الانترنت نفسها أو القنوات الإخبارية التي تبث طوال الأربع وعشرين ساعة⁽¹⁵⁾.

ويعد هذا التقارب بين الأخبار التليفزيونية، وأساليب المضمون الترفيهي أحد أبرز الاتجاهات الحديثة في مجال صناعة الأخبار، حيث يضيف هذا التقارب شكلاً جديداً على المضمون الإخباري الذي عادة ما يتسم بالجدية والملل⁽¹⁶⁾.

ويحدد **Robert Ezra Park** سمات الأخبار بأنها:⁽¹⁷⁾

- إنها وقتية عن الأحداث الحالية أو القريبة.
- غير منظمة فهي أحداث منفصلة ولا يتم تصويرها باعتبارها أحداث ذات صلة.
- قابلة للتلف بمعنى أن أخبار اليوم أخبار ميتة غداً.
- تثير الاهتمام باعتبارها غير معتادة أو غير متوقعة وقد تكون أحياناً غير مهمة.
- يتم اختيارها لأن الصحفيين يعتقدون إنها ستكون مهمة بالنسبة لجمهورهم.
- طريقة لتوجيه الجمهور وتعريفهم بالقضايا والأحداث.
- أحياناً ما يتم التنبؤ بها حيث يتم كتابتها بناء على التوقعات والأطر التقليدية.

التعرض التراكمي للأخبار:

يقترح لازرفلد أن المعرفة المكتسبة من خلال مصادر مختلفة تراكمية من خلال التعرض لوسائل الإعلام المختلفة ويقصد بذلك أن الأفراد الذين يهتمون بالأخبار يسعون لها من مصادر مختلفة في حين أن الأفراد الأقل اهتماماً بالأخبار والأحداث الجارية يحصلون عليها من أي مصدر.

لذا فإن الأفراد الأكثر اهتماماً بالأخبار والشئون السياسية يكونوا أكثر تعرضاً لعدد كبير من وسائل الإعلام والقنوات الإعلامية بينما هؤلاء الذين لا يهتمون بالأخبار يتعرضون لما يقدم أمامهم بدون أن يسعوا إلى التعرض لوسائل الإعلام الأخرى.

والنتيجة لذلك أن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام الإخبارية المتنوعة يكون بين الأفراد الأكثر اهتماماً في حين يكون التعرض الضعيف والقليل الوقت لتلك الوسائل بين الأفراد الأقل اهتماماً⁽¹⁸⁾.

ويقول Walter Lippmann أن الأخبار والحقيقة ليسا نفس الشيء حيث أن وظيفة الأخبار هي تحديد الأحداث وتقديمها في حين أن وظيفة الحقيقة هي إبراز الضوء على حقيقة الأحداث والربط بينها وصنع صورة للواقع يستطيع الفرد التعامل على أساسها.

وبالنسبة للصحفيين فإن الحقيقة لا تكون أكثر من كون التقارير التي تقدمها هي دقيقة وعادلة وموضوعية وبالنسبة للأكاديميين فإن الحقيقة هي تجميع كل الحقائق المتاحة وتحليلها وإعطائها الوزن والقيمة، ووضع تلك الحقائق في محتوى وصفي⁽¹⁹⁾.

ويرى Frank Luther Mott أن هناك اتفاق عام على أن أهمية الأخبار يتم قياسها من خلال أربعة اختبارات وهي: الحالية والبروز والقرب الجغرافي والتتابع المحتملة. ويضيف البعض أن الأخبار قد لا تكون مهمة ولكنها مثيرة للاهتمام⁽²⁰⁾.

أولاً: الحالية Timeliness:

أن كل وسائل الإعلام الإخبارية تركز على الحالية الأخبار ويقصد بها أن تكون الأخبار حديثة الوقوع وفورية وجارية وتكون المنافسة بين تلك الوسائل الإخبارية فالصحفيين في الإذاعة المسموعة يعتقدون أن الإذاعة ستفقد جمهورها مالم تلتزم بتقديم الأخبار الفورية الحدوث لتواجه المنافسة من القنوات التلفزيونية والصحف.

ثانياً: البروز Prominence:

من الواضح أن بعض الأفراد دون آخرين يكونوا أكثر بروزاً في الأخبار مثل المشاهير أو صناع القرار أو من يملكون قوة خارقة فأحياناً الأسماء تصنع الأخبار فأخبار الرئيس أو رئيس الوزراء أهم من أخبار مواطن عادي.

ثالثاً: النتيجة المحتملة Probable consequence

تميل وسائل الإعلام الإخبارية إلى افتراض أن محور الأرض ينشأ من حجرات الأخبار بتلك الوسائل الإخبارية فالمحررين الأمريكيين يرفعون من شأن وأهمية الحرب في كوريا بينما

يخفضون من توابع الحرب بين الصين واندونيسيا ولكن إذا أصبحت الحرب بين الصين واندونيسيا صراعاً بين الشرق والغرب وتورط الأمريكيين فيها تحتل حينئذ الصفحات الأولى من الصحف والأخبار الأولى بنشرات الأخبار.

رابعاً: الأهمية والاهتمام:

يرى Henry Mayer وآخرون أن الأهمية إحدى سمات الأخبار المهمة ويرسم لها ميار 1964 مقياس لتحديد ما يتمثل في:

- 1- الأهمية والاهتمام.
- 2- عدم الأهمية وتوفر الاهتمام.
- 3- توفر الأهمية وغياب الاهتمام.
- 4- عدم توافر كلا العنصرين.

تنوع المصادر الإخبارية:

في قانون استهلاك الأخبار، فإن الاهتمام بالأخبار يقود قوة وراء المعرفة بالأحداث الجارية والقضايا السياسية ومن المستحيل الاعتماد على وسيلة واحدة لنيل المعرفة لأن المعرفة تراكمية من خلال التعرض لوسائل الإعلام المختلفة.

ويكون الأفراد الذين يعتمدون على الصحف بدرجة كبيرة أكثر اعتماداً على وسائل أخرى في حين الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون أقل اعتماداً على الوسائل الأخرى⁽²¹⁾.

التلفزيون والراديو والصحف:

اختلف الباحثون في حول تأثير كل من الأخبار المقدمة عبر التلفزيون والصحف فالشائع أن الأخبار التلفزيونية تتجاهل الخلفيات المعلوماتية الواجب تقديمها لفهم الأخبار كما يقول كلا من Postman, 1985 and Neuman, 1992 وعلى العكس من ذلك فإن القصص الإخبارية المقدمة عبر الصحف تشتمل على معلومات أكثر تفصيلاً من التلفزيون ويذكر Mutz, Burnhurst, 1997 أن الذي يميز الأخبار التلفزيونية هو تقديم الأخبار بسرعة في حين تتميز الصحف بالعمق والتعقيد في تقديم الأخبار⁽²²⁾.

وهناك مبررات تدفع الجمهور لمتابعة الأخبار والنشرات الإخبارية تتمثل فيما يأتي:

- اكتساب المعرفة الخاصة بالعالم المحيط به وبأحداثه من خلال ما تحويه من مضامين تحمل المعلومات التي يدركها الجمهور متأثراً بعدد من المعلومات النفسية والاجتماعية⁽²³⁾.

- التفرقة بين الحقائق والشائعات، وتفسير الأخبار وتحليلها حتى يسهل فهمها واستيعابها⁽²⁴⁾.

- قضاء وقت الفراغ والتخلص من الملل أو بحكم العادة⁽²⁵⁾.

- تساعد في تفسير الفرد للأحداث المحيطة به من خلال المعلومات اللازمة بما يمكنه من التعامل مع المجتمع الذي يعيش فيه، وفي ظل ما يحيط بالفرد من أحداث⁽²⁶⁾.

أن مهمة أخبار التلفزيون تتمثل في تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وإيقافه على مختلف التيارات والأحداث العالمية فهي تبلغ المواطنين بجميع الأحداث الهامة والمثيرة للاهتمام سواء في الداخل أو الخارج، كما تطلع المواطنين على الأحداث السياسية والتطورات التي تحدث في المجتمع لكي يتمكنوا من تكوين الرأي الخاص بهم، والاشتراك بأنفسهم في الشؤون العامة، وأخبار التلفزيون لديها القدرة التي تتفرد بها عن الأخبار في أجهزة الإعلام الأخرى، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته، وليس ثمة ما يضارع التلفزيون في قدرته على أن يكون مرآة تنعكس عليها صورة المجتمع⁽²⁷⁾.

مازال التلفزيون المصدر الأول للأخبار السياسية لأغلب المواطنين الأمريكيين وبصفة عامة فإن الأخبار التلفزيونية لها تأثير قوي أكثر من الصحف علي ردود أفعال الجمهور العام تجاه السياسيين والمؤسسات والقضايا المثارة كما يشير كلا من Graber, 2001 and Hart1994 وغيرهما⁽²⁸⁾.

فالتلفزيون كجهاز اخباري أصبح وسيلة أساسية لاكتساب المعلومات في شكل حي وأقرب للواقع يقدم التلفزيون معلومات قد لا تتوفر للفرد في حياته العادية، وتلعب هذه المعلومات دوراً في عملية التكيف الاجتماعي، وبذلك فإنه يسعى لترسيخ قيم ومفاهيم معينة أو يعمل على

تعديل أو إلغاء بعض هذه القيم والمفاهيم طالما أنه يعمل في إطار ظروف سياسية واجتماعية تسود المجتمع⁽²⁹⁾.

وتوصل جونتر عام 1985 (Gunter) في دراسته التي طبقت على عينة مكونة من 535 مبحوث في لندن إلى مجموعة من النتائج تتلخص في الآتي⁽³⁰⁾.

وجود ارتباط ايجابي له مغزى بين مشاهدة أخبار الشبكة الأخبار التلفزيونية القومية والوعي الإخباري بشكل من الشخصيات التي تذكر من خلال الأخبار إضافة الي القصص الإخبارية الرئيسية؟

وجود ارتباط ايجابي له مغزى بين الاستماع للأخبار في الراديو والوعي الإخباري العام والمعرفة بالشخصيات التي تذكر من خلال الأخبار، في حين الاستماع للمناقشات يرتبط ايجابياً وبشكل له مغزى بكل من الوعي بالقصص الإخبارية الرئيسية والوعي الإخباري العام.

كما وجد أن هناك ارتباط ايجابياً له مغزى بين نوع الصحف المقروءة وكل من الوعي بالقصص الإخبارية الرئيسية والوعي الإخباري العام.

ويرى Hallin 1986 أن التلفزيون يؤكد على الصور والشخصيات المرئية والتي يكون لها تأثيراً على الاكتساب الفعال للمعرفة والأخبار التلفزيونية تتسم بالسرعة في التدفق حيث لا يستطيع الجمهور التحكم في تدفق المعلومات⁽³¹⁾.

واصبحت أخبار التلفزيون مجالاً للمنافسة بين أشهر القنوات الفضائية، كما تميز قناة دون غيرها، وأصبحت اللامسئولية الأولى للعاملين فيها، وتحتاج إلى خبرتهم ومهاراتهم لتجذب انتباه المشاهدين، وتستحوذ على اهتماماتهم، وتعد عملية تغطية وإعداد وتنفيذ الأخبار في القنوات الفضائية عملية جماعية تتضافر وتتكامل جهود العاملين فيها بهدف تقديم خدمة إخبارية يقبل عليها المشاهدون⁽³²⁾.

ويرى كلا من Ruge, Galtung, 1970 أن الأخبار تفضل نقل الأحداث الضخمة وتصوير الشخصيات المهمة والأحداث الواضحة إذ من السهل جمع مثل تلك الأخبار التي تلاءم توقعات الجمهور. ونقل الأحداث ذات القيمة الخبرية وذات التوابع السلبية⁽³³⁾.

سمات التلفزيون والقنوات الفضائية في مجال تقديم الأخبار:

يمكن تحديد معالم تفوق كل من التلفزيون والفضائيات في مجال الأخبار في النقاط التالية⁽³⁴⁾.

1- يتمتع التلفزيون والقناة الفضائية كجهاز إخباري بالفورية التي تزيد من واقعيته، حيث ينقل الحدث مصوراً في لحظته.

2- التلفزيون يقدم الأحداث مصورة في مشاهد متكاملة، وصور واقعية، وهنا ما يميزه عن الوسائل الأخرى.

3- تأثير التلفزيون والفضائيات يتفوق بمقدار ثلاثة اضعاف على تأثير الإذاعة والصحف.

4- ينفرد التلفزيون في مجال الأخبار في تكوين الموقف العاطفي الذي يتجلى في دفع المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الفرح أكثر من الوسائل الأخرى.

5- تتمتع أخبار التلفزيون والفضائيات بجودة الاتصال أكثر من الإذاعة والصحف.

6- يعمل التلفزيون على تبسيط عملية الاتصال، فهو ينقل الصور على شاشة التلفزيون ويترك للمشاهد أن يربط بين الصور والكلمات المنطوقة.

7- لهجة التلفزيون والفضائيات في نقل الأخبار تقوم على البساطة والوضوح والمباشرة.

وعلى الرغم من تشابه سمات التلفزيون الأرضي والقنوات الفضائية في تقديم الأخبار باعتبارهما ضمن وسيلة واحدة وهي (التلفزيون)، إلا أننا نلاحظ تفوقاً ملموساً للقنوات الفضائية في مجال تقديم الأخبار وربما يرجع ذلك لبعض السمات التي تميز القنوات الفضائية خاصة الإخبارية ومن ضمن هذه السمات:

1- التخصص في تقديم المضمون الإخباري بما يضمن تعرض جمهور أكثر اهتماماً بالسياسة للقنوات الفضائية الإخبارية، كما يضمن وجود دافع قوي للتعرض، ويؤدي هذا الدافع إلى زيادة تأثير المضمون الإخباري المقدم على الفرد.

2- ارتفاع التقنية في مجال التغطية الإخبارية وزيادة الإمكانيات في صناعة وتقديم الأخبار في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون الأرضي.

3- استمرار عرض الأخبار على مدار الأربع والعشرين ساعة في القنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة، مما يعني مشاهدة الأخبار في الوقت الذي يرغب فيه المشاهد.

كما أدى التطور الكبير في وسائل الاتصال إلى جعل الناس يعرفون الأخبار الجديدة بسرعة شديدة، وفي نفس الوقت الذي تصل فيه هذه الأخبار إلى المسؤولين تقريباً، وخاصة أخبار الأزمات الخطيرة، أو الموضوعات ذات الحساسية، ويؤدي ذلك إلى ممارسة ضغوط على الحكومة من أجل سرعة حل هذه الأزمات⁽³⁵⁾.

وإن كانت قراءة الأخبار تسهل عملية الاستجابات المعرفية التي تتصل بتوكيد الاتجاهات الموجودة لدى الجمهور اما الدراما وتقديم الأخبار التلفزيونية فيزيد احتمال أن تثير عواطف الجمهور المتمثلة في التعاطف والحسد والكراهية والاشمئزاز وهذه العواطف تستمر مع الأفراد لفترة طويلة مما يؤثر في رؤية الجمهور للقضايا المثارة⁽³⁶⁾.

وتوصلت دراسة شيماء ذو الفقار (2000)⁽³⁷⁾ إلى أن التعرض للمواد الإخبارية يؤثر في تكوين المعرفة السياسية للمبشرين وعلى مستوى الاهتمام السياسي لديهم كما أنه يؤثر على مستوى إدراكهم لمسئولية الحكومة وتكوين الاتجاه الايجابي نحو أدائها.

ويعتبر الدليل على تأثيرات تلك الوسائل الإخبارية محل جدال ولكن الدراسات القديمة تدعم فكرة أن الجمهور يستفيد من الصحف أكثر مما يستفيد من التلفزيون وحديثاً فان الباحثين يهتمون بنتائج التعرض للبرامج الإخبارية الترفيهية واستهلاك الأخبار الالكترونية ودورها في التأثير على اكتساب المعرفة السياسية⁽³⁸⁾.

فجمهور البرامج السياسية يعتمد على نوعية محددة من البرامج وعلى وسائل إعلام معينة دون سواها، ومن هنا فإن مستوى اعتماده على مايقدم له يختلف حسب الأهداف التي يسعى لتحقيقها بقصد وغاية⁽³⁹⁾.

في حين أن بعض الدراسات التي ترى أن الانترنت احتل مكان استخدام وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية كالتلفزيون والصحف مثل دراسة Chen, Dimmick, 2004 نجد دراسات أخرى ترى استخدام الانترنت لا يؤدي إلى خفض الوقت المتاح للتعرض لباقي الوسائل الإعلامية مثل دراسة Rebinson, 1997 and Robinson, 1999⁽⁴⁰⁾.

التكامل بين الأخبار التلفزيونية والإلكترونية والصحف والبرامج الإخبارية الترفيهية:

تشير بعض الدراسات إلى وجود تكامل بين وسائل الإعلام والأخبار التي تقدمها ويرى Keeter and Delli, 1994 معرفة الفرد تتأثر بالبيئة الكلية لوسائل الإعلام، وقد اكتشف Stempel, Cullberston, 1986 أن التعرض للأخبار التلفزيونية يساهم بإيجابية في معرفة الفرد السياسية عن القضايا المثارة وهو ما يؤكد على أن تأثير استخدام وسائل الإعلام المتخصصة على المعرفة يتوقف على عادات استخدام تلك الوسائل⁽⁴¹⁾.

وإذا كانت البرامج السياسية تستمد أهميتها من حساسية المواد التي تقدمها فإن هذه الأهمية تزداد باختلاف طبيعة الجمهور المستهدف وتتميز بجمهور متنوع الاتجاهات ومتعدد الانتماءات الحزبية والسياسية، ويجمع الباحثون على أن هذا الجمهور باختلاف اتجاهاته وانتماءاته السياسية لا يعتبر جمهوراً غافلاً كالذي يتابع البرامج كعادة مشاهدة يومية أو يتابع الأخبار بالصدفة⁽⁴²⁾.

إذ يرى الباحثون أن الأفراد يسعون إلى التعرض لمصادر إخبارية مختلفة لاكتساب المعرفة السياسية، وهناك أربعة آليات للتكامل بين وسائل الإعلام المختلفة في تقديم المعلومات السياسية وهذه الآليات هي⁽⁴³⁾:

1- آلية التوكيد من خلال التعرض المتكرر، فإن تكرار التعرض لوسائل الإعلام المختلفة فإن تذكر الأفراد والحقائق والقضايا التي تبرز في الأخبار، إذ يمكن التكرار للجمهور إلى الاحتفاظ بمعلومات نشطة في عقولهم باستمرار وجعل استرجاع المعلومات أكثر سهولة.

2- آلية التأكيد بالتكرار أي تقديم المعلومات من خلال البرامج التلفزيونية ووسائل الإعلام الأخرى يمكن أن تكون مفيدة للجمهور في الحصول على المعرفة السياسية فالمعلومات

السياسية التي يقدمها التلفزيون من خلال الأخبار والنكات السياسية والبرامج الكوميديية السياسية تتكامل معاً لتزويد الجمهور بالمعلومات السياسية.

3- أن المعلومات التي تنقل من خلال القنوات المختلفة تنتج تأثيرات متعددة وذلك بناء على النظرية المعرفية التي تدور على فكرة أن التعلم يتطلب من المتعلمين الاشتراك في مجموعة من العمليات المعرفية مثل تنظيم الرسائل اللفظية وتمثيل الصور والتكامل بين الكلمات والصور وتوضيح الدراسات السابقة أن التلفزيون والصحف يتكاملان في تقديم المعلومات السياسية ونشر التعلم السياسي.

4- الاستفادة من الانترنت وتكامله مع وسائل الإعلام التقليدية حيث يستطيع الجمهور التعرف على معلومات إضافية عن القضايا والأحداث المقدمة في وسائل الإعلام التقليدية من خلال البحث عبر الانترنت.

وهذا يؤكد على أن المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام له تأثير على المعرفة السياسية لدى الجمهور وذلك من خلال تفسير وسائل الإعلام للعرض الإخباري، والتفسير للتطور المتوقع للأحداث، ثم تفسير التطور الناجم عن مناقشة هذه الأحداث بمختلف الآراء ووجهات النظر، كل ذلك يساهم في وجود علاقة بين مناقشة الأخبار التي تتعلق بالأحداث السياسية والمعرفة السياسية للأحداث ذاتها⁽⁴⁴⁾.

التكنولوجيا الحديثة والمعرفة السياسية:

تزايد الاهتمام في العقد الأخير من القرن العشرين بفعالية دور وسائل الإعلام في المجتمعات المختلفة، خاصة بعد أ، شهدت هذه الوسائل تطوراً مكثفاً في البنية التكنولوجية الخاصة بها، ومن أهم هذه التحولات البنوية في النسق الإعلام إلغاء المكان باعتباره مقولة فيزيائية ونفي عامل المسافة من خلال التقريب كلية بين مصدر المعلومات وهدفها عبر هذه الوسائل والأجهزة الحديثة⁽⁴⁵⁾.

وإذا كانت القنوات الفضائية الإخبارية قد أدت إلى ظهور مصطلح "الجمهور الإيجابي" الذي يختار المضمون الإخباري ويتعرض له متعمداً بل ويعتمد عليه للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية، فإن الانترنت قد أكد على هذا المصطلح بشكل أكبر، فجمهور الانترنت

هو جمهور أكثر ايجابية ومشاركة في التعرض للمضمون، مما يفترض وجود تأثير أكبر لهذه الوسيلة على الفرد وعلى مستوى المعارف والاتجاهات والسلوكيات السياسية الخاصة به.

وذلك حيث يتميز ظهور الديمقراطية الالكترونية بالانتقال من سلبية الوصول إلى المعلومات إلى مشاركة المواطنين النشطة والذي يتميز بإعلام وتمثيل المواطنين وتشجيعهم على التصويت والانخراط والاشتراك في صنع القرار⁽⁴⁶⁾.

ومع انتشار الانترنت وازدياد استعمالها وسهولة الوصول إليها، ارتفعت التوقعات الجديدة التي تشير إلى أن الإعلام الجديد⁽⁴⁷⁾ وتكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة تقدم وسيلة للتواصل يمكن الوثوق بها، تضمن قدرات تخزين للمعلومات، وتقلل من تكاليف عمليات الاتصال، وبالتالي يمكن أن تساهم في فعالية المسار السياسي والأداء الحكومي⁽⁴⁸⁾.

فطبقاً للعديد من المحللين فإن نشأة المنظمات الإعلامية العالمية (وسائل الإعلام العالمية) والانترنت أدى إلى فقد السيطرة الحكومية علي بيئة المعلومات ووسائل الإعلام الإخبارية، والفرضية العاملة هنا هي أن وسائل الإعلام أصبحت أقل اعتماداً على المعلومات الحكومية عند تحديد وتأطير أجندة الأخبار بالإضافة إلى تضمين وجهات النظر البديلة⁽⁴⁹⁾.

ولقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال من العوامل الهامة للديمقراطية منذ أن ظهر الاعتقاد بأن الجمهور الذي لديه المعلومات هو عنصر أساسي في عملية الديمقراطية ولذلك فإنه ليس من المدهش أن يناهز كلاً من السياسيين والباحثين بأن التكنولوجيا الحديثة يمكن أن تساعد على سرعة انتشار الديمقراطية الفعالة وبعد الانترنت هو الوسيلة الأكثر تفاعلية وتعقيداً من الناحية التكنولوجية حتى هذا الوقت، كما انه يساعد على إعطاء أهمية لدور المستخدم من خلال مشاركته في بناء المضمون، كما أن الانترنت هو مخزن لانتهائي من المعلومات ويحمل بالتالي معاني خاصة بالمشاركة ويزيد من وعي المواطن ومن اندماجه في الحكم الذاتي وتأكيداً لذلك فلقد اشارت دراسة Jacob Groshek, 2009 إلى أن الانترنت هو عامل أساسي لتحقيق الديمقراطية كما أكدت على وجود معاملات ارتباط مرتفعة بين زيادة انتشار الانترنت والديمقراطية⁽⁵⁰⁾.

ويرى البعض أن بالإضافة إلى الآثار الايجابية في الديمقراطية التمثيلية في المجتمعات الغربية، فإن للإنترنت، وباقي آليات تكنولوجيا المعرفة والاتصال الجديدة الأخرى، آثاراً ايجابية مهمة في الحركات المعارضة في الأنظمة غير الديمقراطية، كما إنها تدعم الديمقراطية في الدول التي تعيش مسلسلاً للانتقال⁽⁵¹⁾.

ويرى كلاً من Scott L. Althaus and David Tewks Bury, 2000 أن مستخدمي المصادر الإخبارية عبر الإنترنت يميلون إلى قراءة الصحف ومشاهدة أخبار التلفزيون بشكل أكثر تكراراً من هؤلاء الأفراد الذين لا يستخدمون الإنترنت، كما يرى الباحثان أن هذا النمط من أنماط استخدام العديد من وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية معاً يرتبط بالمستويات المرتفعة من المعرفة السياسية والاندماج السياسي وهما بذلك يؤكدان على أن الإنترنت يقوم بدور تكميلي لوسائل الإعلام الإخبارية التقليدية في دعم الاندماج السياسي للفرد⁽⁵²⁾.

وتوصلت سيلفيا شان أولمستد وجانج سوك بارك (2000) Sylvia M. Chan- Olmsted and Jung Suk Park إلى عدة مؤشرات منها: اهتمام هذه المواقع بالمحتوى الإخباري وتدعيمه بخصائص الويب التفاعلية، كذلك اختلت القصص الرئيسية وعناوين الأخبار أهمية خاصة في الصفحة الرئيسية لهذه المواقع، وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن المحطات التلفزيونية اتبعت الطريق الأسهل عند تدشين هذه المواقع من خلال إعادة تجميع مادتها المعروضة ونقلها على مواقعها على الويب⁽⁵³⁾.

إن الحديث عن تكنولوجيا المعرفة والاتصال في سياق الوطن العربي لا يتبع من دافع التقليد العلمي أو الترف الفكري، خاصة في ظل انتشار دراسة آثار تلك التكنولوجيا في الدول الأوروبية وأمريكا اللاتينية، بل وأيضاً في عدد من الدول الآسيوية، كالصين... إلخ، وإنما مرده إلى محاولة رصد آثار اتجاهات عامة تخترق المجتمعات كلها بلا استثناء، ومن ضمنها المجتمعات العربية، وعلى المستوى النظري، يشير عدد من الكتاب⁽⁵⁴⁾ إلى أن الإعلام الجديد يشكل تحدياً حقيقياً للأنظمة غير الديمقراطية التي تسعى إلى فرض رقابتها على استعمالاته المتصاعدة.

وتشير دراسة 2003 Caroline J. Tolbert and Ramonas Mcneal أن الانترنت يستجيب لمطالب المواطن في حصوله على المعلومات السياسية بشكل أكثر ملائمة وبتكلفة أقل (سواء التكلفة المادية أو الوقت) عن وسائل الاتصال التقليدية وبذلك تتفق هذه النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي ترى أن الأفراد يعتمدون أكثر على الوسيلة التي تقدم المعلومات بشكل أسرع وأقل في التكلفة بالنسبة لهم كما يتأثرون بها بشكل أكبر، كما أشارت إلى أن الأفراد الذين يستخدمون الانترنت للحصول على المعلومات السياسية هم أكثر احتمالاً للمشاركة في السياسة وذلك من خلال قدرة الانترنت على إتاحة فرصة كبيرة للمواطنين للوصول إلى المعلومات السياسية⁽⁵⁵⁾.

من بين الأشكال المتعددة لمنتجي المعرفة على الانترنت المدونين الأكثر شهرة وشيوعاً في تلك الآونة ويشير مصطلح المدون إلى صفحة تحتوي على تقارير يومية أو منتظمة يتحكم فيها شخص واحد ويتعرض لها العديد من الأفراد كما يقول Tremayne, 2007 and Kouper, Herring, 2004⁽⁵⁶⁾.

وتاريخياً فإن إنتاج المعرفة تعتبر امتياز يتمتع به شرائح معينة من المجتمع مثل القطاع الحكومي والقطاع المؤسسي، أما وسائل الإعلام التفاعلية والرقمية الجديدة لا تسمح فقط للأفراد بإنتاج والمشاركة في معلوماتهم الخاصة بل تشجعهم على ذلك، وباستخدام أدوات مثل المدونات ومخرجات الانترنت الأخرى فإن أي مستخدم للانترنت يمكن أن يصبح منتج للمعرفة وأن يصبح له صوتاً في الفضاء السياسي الافتراضي.

ويبدو أن قوة المدونة في تحويل جماهير وسائل الإعلام من مستهلكين للمحتوى إلى منتجين للمحتوى مما يساهم في إعادة أحياء المجال العام التشاركي والديموقراطي⁽⁵⁷⁾.

كما توصلت دراسة (2004) Dietram A. Scheufele et al. إلى أن الأفراد الذين يقومون بالنقاش في شبكات اجتماعية يتعرضون من خلالها إلى وجهات نظر متنوعة هم أكثر احتمالاً لاستخدام المضمون الإخباري الجاد في الصحف والتلفزيون، ويؤدي هذا التعرض المتزايد لمصادر المعلومات الشخصية والإعلامية إلى زيادة المعرفة السياسية لدى الفرد كما أن

التباين في وجهات النظر داخل شبكة النقاش يرتبط إيجابياً بارتفاع مستوى اندماج الفرد في السياسة⁽⁵⁸⁾

وتشير الدراسات السابقة إلى أن عدد قليل من المدونين يميلون إلى إنتاج المعرفة السياسية عبر الانترنت، ومن تلك الدراسات دراسة Scheidt, Herring, 2004 ودراسة Papacharissi, 2007 وتميل غالبية المدونين إلى اختيار المدونات والمجلات الشخصية عبر الانترنت مما يؤدي إلى وجود فجوة في إنتاج المعرفة⁽⁵⁹⁾.

هوامش ابحث ومراجعته:

¹) Blnaves, Mark and Shoesmith, Brian. Media Theories and approaches: a Global perspective. New York, Palgrave, 2009, P. 217.

²) Longer, John, "Tabloid Television: Popular Journalism and The Other News" (London: Rutledge, 1998) pp. 1-5.

³) فواز الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 142.

⁴) Johseph S. Tuman., Political Communication in American Campaigns (stage Publications, United States of America. 2008). P. 8.

⁵) Bernadette, Casey and Others, "Television Studies: The Key Concepts" (London: Routledge, 2002) P. 145.

⁶) McDonald, Daniel., Sietman, Rebecca. And Li, Zhan. "The Law of News Consumption and News Media Effects" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, L.A., May 27, 2004 <Not Available>, 2009-05-26 http://www.allacademic.com/meta/p113210_index.html.p.12.

⁷) Ibid. P. 16.

⁸) Peter Dahlgren. "The internet and the Democratization of civic culture", political communication, Vol. (17). 2000, PP 335-340., P. 337.

⁹) Brian Mcnair: An Introduction to Political Communication, (2nd ed. Routledge, London, and New York, 1999), P. 10.

- ¹⁰ حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 13.
- ¹¹) Mechel, Javis. "The affects of mass communication of political behaviour to adolescence, In: **Journalist quarterly**. Vol. 45, no. 56, summer 1999. P. 244.
- ¹²) McDonald, Daniel., Sietman, Rebecca. And Li, Zhan. (2004): Op. Cit. P. 21.
- ¹³) Hoplamazian, Gregory, and Feaster, John. (2009): Op. Cit. P. 66.
- ¹⁴) McDonald, Daniel., Sietman, Rebecca. And Li, Zhan. (2004): Op. Cit. P. 18-19.
- ¹⁵) Hoplamazian, Gregory and Feaster, John. (2009): Op. Cit. P. 67.
- ¹⁶) Wilber, Rick and Miller Randy, "Modern Media Writing" (Canada: Thomson, Wadsworth, 2003) P. 16.
- ¹⁷) Blnaves, Mark and Shoemith, Brian. (2009). Op. Cit. 217.
- ¹⁸) McDonald, Daniel., Sietman, Rebecca. and Li, Zhan. (2004): Op. Cit., P. 20.
- ¹⁹) Blnaves, Mark and Shoemith, Brian. (2009): Op. Cit. P. 221.
- ²⁰) Blnaves, Mark and Shoemith, Brian, (2009): Op. Cit. PP. 219-220.
- ²¹) McDonald, Daniel., Sietman, Rebecca. and Li, Zhan. (2004). Op. Cit. P. 22.
- ²²) Shen. Fei., (2007): Op. Cit. P. 116.
- ²³) Sonia Livingstone, "Marking Sense of Television, The Psychology Audience Interpretation", 2nd Edition (U.S.A: Routledge, 1998) P. 19.
- ²⁴) محمود حسن إسماعيل، "التنشئة السياسية" دراسة في دور أخبار التلفزيون، القاهرة: دار النشر للجامعات، (1997) ص 104.
- ²⁵) Irein, G., "Television News Use by Older Adults", Journalism Quarterly (Vol. 67, No.1, 1990) P. 137.
- ²⁶) Doris, A. Graber, "Mass Media and American Politics" 5th edition (U.S.A.: CA Press, 1997) PP. 5-6.
- ²⁷) محمد معوض، بركات عبدالعزيز، دراسات إعلامية: فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2001) ص ص 69-70.
- ²⁸) Morris, Jonathans and Forgette, Rivhard. (2007) Op. Cit. P. 94.
- ²⁹) عدلي رضا، "ترشيد الدراما الإذاعية في مصر كأداة للتنمية الحضارية " دراسة تحليلية لعدد من المسلسلات رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1983) ص 178-179.

³⁰) Gunter, B. News Sources and News Awareness: British Survey. Journal of Broad Casting and Electronic Media. Vol. 29. No. 4, 1985, pp. 397-406.

³¹) Shen. Fei, (2007) Op. Cit. P. 116.

³²) محمد معوض، رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية المصرية الأولى "في كتاب: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: أعمال المؤتمر العلمي الأول للاكاديمية الدولية لعلوم الإعلام" (القاهرة: الدارة المصرية اللبنانية، 2005) ص 188.

³³) Blanves, Mark and Shoemith, Brian, (2009): Op. Cit. P. 219.

³⁴) فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009) ص ص 204-205.

³⁵) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1997) ص 255.

³⁶) Morris, Jonathan S. and Forgeet, Rivhard. (2007) Op. Cit. P. 105.

³⁷) شيماء ذو الفقار، مرجع سابق، ص 198

³⁸) Shen. Fei, (2007): Op. Cit. P. 115.

³⁹) Ronald J. Faber, Stephen D. Reese, and L. steeven Spending time with newsmedia, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 29, No. 4, (1985), P. 448.

⁴⁰) Hoplamazian, Gregory, and Feaster, John. (2009): Op. Cit. P. 668

⁴¹) Shen. Fei., (2007): Op. Cit. P. 117.

⁴²) Michael. J. Robinson: Public affairs television and the growth of Political malaise, American Political science Review, Vol. 70, (1976), P. 409.

⁴³) Shen. Fei, (2007): Op. Cit. PP. 118-119.

⁴⁴) William P. Evel. And. "The Effects of Political Discussion In Producing Informed Citizens: The Roles of Information, Motivation, and Elaboration". In: Political Communication. Vol. 21, No. 2, 2004, P. 178.

⁴⁵) Everette, Dennis and John Merrill C. "Basic Issues in Mass Communion" (New York: 4th ed., Macmillan Publishing Company, 1995). P. 47.

⁴⁶) عبدالحميد بسيوني، الديمقراطية الإلكترونية (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص 169.

⁴⁷) من جهة، يعني الإعلام الجديد (أشكال التواصل القائمة على العالم الرقمي والمشتتة على النشر من خلال استعمال الاقراص المضغوطة، والفيديو الرقمي والانترنت، وبالاعتماد على استعمال الحواسيب والشبكات اللاسلكية. ومن جهة أخرى، يعني الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من المجتمع على شبكة الانترنت، واقتسام السلع والخدمات وبيعها وتبادلها، إنها تسمح للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم وفي العالم، ويُستعمل تعبير الإعلام الجديد في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، التي تشير إلى أشكال التواصل السابقة على الإعلام الجديد، وتشمل التلفزة، المذياع، الجرائد، والأفلام، المجالات والكتب... إلخ

التعريف ورد في "Definition of: New Media," PC Magazine,

<<http://www.pcmag.com/encyclo>

[pedia_term/0,2542,t=new+media&i=47936,00.asp](http://www.pcmag.com/encyclo/pedia_term/0,2542,t=new+media&i=47936,00.asp)>.

⁴⁸) Tiago Peixoto, "E-Participatory Budgeting: E-Democracy from Theory to Success?," European University Institute-Electronic Democracy Center, Working Paper (25 September 2008), P. 6,

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1273554.

⁴⁹) Piers Robinson, Reserching US Media-State Relations and Twenty-Fisrt Century Wars, Reporting War, pub, Routledge, 2004, P. 99.

⁵⁰) Jacob Groshek. "The democratic effects of the internet: 1994 -2003, National inquiry of 152 countries", International. Communication Gated Vol. (71), No. (3), 2009, PP. 115-136, P. 117.

⁵¹) Pippa Norris, "Will New Technology Boost Turnout?: Evaluating Experiments in E-Voting V. All-Postal Voting Facilities in UK Local Elections", Harvard Kennedy School, Faculty Research Working Papers Series (2003), P. 2,

<<http://web.hks.harvard.edu/publications/workingpapers/citation.aspx?PubId=1573>>.

⁵²) Scott L. Althaus. David Tewksbury, "Patterns of internet and traditional news media use in a networked community", Political Communication. Vol. (17). 2000, PP. 21-45, P. 22.

⁵³) SylviaOlmsted and Jung Park, "From on-Air to online world: Examining the content and Structures of Broadcast TV Stations Websites", Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No. 2, (2000), PP. 321-339.

⁵⁴) Mohammed Ibrahim, "Mobile Communication and Sociopolitical Change in the Arab World", in: James E. Katz, Handbook of Mobile Communication Studies (New York: MIT Press, 2008), P. 261.

⁵⁵) Caroline J. Tolbert, RamonaS. Mcneal (2003), Op. Cit, PP. 175-185.

⁵⁶) Wei, Lu. Filter Blogs Vs. Personal Journals: Understanding The Knowledge Production Gap On The Internet. Journal of Computer-Mediated Communication. No. 14, 2009, 536.

⁵⁷) Ibid, P. 533.

⁵⁸) Dietram A. Scheufele et al. (2004). Op. Cit. P. 316.

⁵⁹) Wei, Lu, Filter Blogs. (2009) Op. Cit. P.