

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

مفاهيم حول الإعلام الجديد

Concepts about new media

نقيش لخضر *

المركز الجامعي نور البشير البيض (الجزائر)

nekkichelakhdar@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/03/01

تاريخ القبول: 2023/02/01

تاريخ الإرسال: 2022/12/10

* المؤلف المرسل

الملخص

لقد شهد العالم موجة كبيرة وسريعة من التطورات التكنولوجية مست اغلب الميادين ومن بينها قطاع الإعلام والاتصال الذي ساهم في دمج الكثير من المعطيات الإخبارية في شكل نصوص وصور وبيانات وفيديوهات بهدف تطوير النماذج الجديدة لمنتجات الوسائط التفاعلية المتعددة لدفع المستخدم لاقتنائها بغرض البحث عن فضاءات أرقى للتعبير والاتصال، وهذا كله بفضل التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تجاوزت الإعلام التقليدي.

فالإعلام الجديد قد أصبح أكثر حضوراً وأسرع نمواً مما دفع بالشعوب لتصبح مشاركة في صنع الحياة العامة عن طريق التفاعل والتواصل بين مختلف طبقات المجتمع وخاصة فئة الشباب التي تعد الشريحة الأكثر حيوية والأكثر مشاركة في صنع الخبر ونقله بأقصى درجات السرعة، وذلك رغم التباين في المستويات الثقافية والعلمية والفكرية .

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد ؛ مواقع التواصل الاجتماعي ؛ الإعلام والاتصال

Summary

The world has witnessed a large and rapid wave of technological developments in most fields, including the media and communication sector, which contributed to the integration of many news data in the form of text, images, data and videos in order to develop new models of multimedia products to push the user to acquire them in order to search for higher spaces of expression and communication, This is all thanks to the tremendous development of information and communication technology that has gone beyond traditional media

The new media has become more present and faster growing, pushing people to become involved in the making of public life through interaction and communication between different layers of society, especially the youth category, which is the most vital segment and the most involved in the making and transmission of news at full speed, despite the differences in cultural levels And scientific and intellectual

Keywords: new media ؛ social media ؛ media and communication

مقدمة

لا احد يمكن أن ينكر دور الإعلام في بناء شخصية الفرد وتحديد خصوصية المجتمع ، فقد عرفت الممارسة الإعلامية تقلبات محورية وجوهرية، سواء كان ذلك في كيفية نشر الأخبار أو في طريقة تلقي المعلومات من طرف الجمهور في ظل ارتباط وسائل الإعلام والاتصال بشبكة الانترنت ومع التطور الكبير الذي عرفته هذه الشبكة من حيث تطبيقاتها المختلفة وانتشارها في مختلف دول العالم حتى أصبح سكان المعمورة وكأنهم في قرية صغيرة ، برز مسمى حديث أطلق عليه مصطلح الإعلام الجديد، حيث ثبت انه قوة فعالة لا يمكن تجاوزها من حيث التغيير أو التأثير بالنسبة للفرد أو المجتمع.

حيث تكمن أهمية الدراسة في التطور المطرد للإعلام الجديد سواء من حيث الوسائل التكنولوجية المستعملة فيه او من حيث المواضيع الموجهة للمستقبلين على كافة الأصعدة.

ومن هنا تهدف هذه الدراسة الى تبين اهم المفاهيم المتعلقة بالإعلام الجديد لكونه أصبح يستهدف شرائح مختلفة وكثيرة في المجتمع دون تمييز.

وتبرز اهم الأسباب المؤدية للكتابة في هذا الموضوع الى الانتهاكات الصارخة للخصوصية الاجتماعية للأفراد، وكذا الاستعمالات الخاطئة لوسائل الاعلام الجديد رغم العديد من الميزات الحسنة له.

اما فيما يخص المنهج المتبع في هذا الموضوع فاعتمدنا على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لمثل هذه المواضيع.

وعليه إذا أصبح الاعلام الجديد معادلة وواقع اجتماعي يفرض نفسه فما هي اهم المفاهيم الخاصة بمصطلح الإعلام الجديد؟

وعليه سنحاول عن طريق هذه الورقة البحثية تقديم دراسة نظرية حول المفاهيم المتعلقة بالإعلام الجديد في مبحثين اثنين، على ان نعالج في المبحث الأول ماهية الاعلام الجديد، ونخص المبحث الثاني الى وسائل الاعلام الجديد مع استشراف معالم مستقبله.

المبحث الأول: ماهية الاعلام الجديد

وسوف نعالج فيه مفهوم الاعلام الجديد (المطلب الاول) ، مع بيان خصائصه ومميزاته (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد

سننتظر في هذا المطلب الى تعريف الاعلام الجديد (الفرع الأول)، ثم الى نشأة وتطور الاعلام الجديد (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الاعلام الجديد

يعرف الإعلام الجديد على انه إعلام متعدد الوسائط، بحيث يتم إظهار المعلومات في شكل مزيج من النص والصورة و الفيديو، مما يجعل المعلومة اثر قوة وتأثير، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها و تخزينها وتعديلها ونقلها بشكل الكتروني، كما يتميز كذلك بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.¹

ومع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا انه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إنجازها فيما يلي: التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، التفاعلية ، تفتتت الاتصال ، اللاتزامنية ، قابلية التحرك أو الحركية ، قابلية التحويل ، قابلية التوصيل والشيوع أو الانتشار والكونية.²

ويرى " ليستر " أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية فان ذلك سيمنحه منطلقا أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي يوفر خيار اكبر للمستخدم عندما تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الانترنت مباشرة ، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلا لمعرفة تأثير الانترنت على البيئة الأساسية للمجتمع.³

والإعلام الجديد هو ناتج العملية الاتصالية المتشكلة من اندماج عدة عناصر، الحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة وتكنولوجيا الهاتف النقال، وكذلك تقنية الأقمار الصناعية .

وهو إعلام استند إلى بنية تحتية معرفية وصناعية ومهارية تفوقت على ما كان سائدا منها قبل ظهور التكنولوجيات، وتأسست على تفاعل هذه التكنولوجيات فيما بينها من جهة وتفاعل الجمهور معها من جهة أخرى على نحو صار معه الجمهور عنصرا متلقيا .⁴

ويرى باحث آخر أن الإعلام الجديد هو بيئة اتصال متكاملة نشأت نتيجة التزاوج الذي حدث بين الكمبيوتر وشبكة الانترنت ووسائل الإعلام التقليدية، لذلك لا يمكننا فهم الإعلام الجديد كوسائل وأدوات بمعزل عن التغيرات التي طرأت على المحتوى والمتلقي والقائم بالاتصال ، وفيما يخص الوسائل فنحن أمام وسائل رقمية تفاعلية شبكية يمكنها الاتصال بأجهزة الكمبيوتر والانترنت فضلا عن كونها أجهزة شخصية صغيرة و متنقلة ، والمحتوى أصبح ديناميكي وسهل المعالجة ويمكن استخدامه لأكثر من وسيلة، والمتلقي تحول من مجرد مشاهد سلبي إلى مستخدم نشط ومن مستهلك إلى منتج ينشط و يشارك ويصنع للمحتوى ، وأصبح لدى القائم بالاتصال طرق و أساليب جديدة للتواصل مع الجمهور ولشر وتسويق رسالته.⁵

ويشير مصطلح الإعلام الجديد إلى :

خبرات نصية جديدة أي أنواع جديدة من أجناس الكتابة وأشكالها، الترفيه، المتعة وأنماط استهلاك وسائل الإعلام (ألعاب كمبيوتر، النص التشعبي، المؤثرات السمائية).

علاقة جديدة بين المستخدم و التكنولوجيا أي تغير في الاستخدام واستقبال الصورة ووسائل الاتصال والحياة اليومية كذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيات وسائل الإعلام .

تجارب وخبرات في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع ، انتقالات وتحولات في الخبرات الفردية والمجتمعية في التعامل مع الزمن ، الفضاء والمكان (على كلا المستويين المحلي والعالمي) ، والتي لها آثار والطرق التي نجرب ونختبر بها أنفسنا ومكانتنا في هذا العالم .

مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الإعلام : التحديات التي تواجه التميز بين الإنسان و الآلة ، الطبيعة و التكنولوجيا ، الجسم (وسائل الإعلام) كتكنولوجيا مصطنعة ، الحقيقة والخيال .

أنماط جديدة من التنظيم والإنتاج : إعادة تخطيط واندماج واسع في وسائل الإعلام ، الثقافة ، الصناعة ، الاقتصاد ، التملك ، الوصول ، المراقبة و التعديل .⁶

الفرع الثاني: نشأة وتطور الإعلام الجديد

يعود الفضل في نشأة الإعلام الجديد إلى الازدهار والتطور الحاصل في شبكة الانترنت والتي ترجع فكرة إنشائها إلى وزارة الدفاع الأمريكية ستينات القرن الماضي ، وذلك بعد توقعها أو افتراضها لحدوث هجوم أو وقوع كارثة نووية تؤدي إلى توقف الاتصالات ، فأوكل الأمر إلى مجموعة من العلماء للبحث في هذه الفرضية.

ومر مشروع البحث بعدة محطات إلى أن تبلورت فكرة الانترنت التي يقوم أساسها على وصل وربط ملايين الأجهزة الحاسبة ببعضها البعض في دول مختلفة من العالم ، وهذه الحواسيب مملوكة للمؤسسات الحكومية والشركات

والجامعات وحتى الأفراد الذين يملكون حواسيب شخصية مربوطة بشبكة الانترنت المشتقة بدورها من الشبكة العالمية ، حيث تعتبر شبكة الانترنت حاليا اكبر جزء من تقنية المعلومات في العالم ، يتم من خلالها ممارسة مختلف الأنشطة التجارية كالبحت عن الأسواق في مختلف أصقاع العالم، ومعرفة أوضاع المنافسين وإجراء الاتصالات مع الزبائن الدائمين و المحتملين، بالإضافة إلى تبادل المعارف والمعلومات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فهي أداة فعالة للاتصال و التواصل بين الأفراد في جميع أنحاء المعمورة بتكلفة قليلة .

إن انتشار التقنيات المتطورة للاتصال وسهولة الوصول لتطبيقاتها في ميدان الإعلام و الاتصال، بالإضافة إلى انتشار الحاسوب والاستخدام الهائل لشبكة الانترنت في مختلف الجوانب الحياتية قد ترك أثارا بالغة الأهمية على صعيد الحياة اليومية للإنسان، وساهم في بروز ما يعرف بالإعلام الالكتروني بأشكاله المتعددة سواء كانت المكتوبة والمقروءة والمسموعة .

وقد أصبح الإعلام الجديد بكل مكوناته وبما يوفره من مزايا خدمات محور الحياة في الوقت الراهن، فقد احدث طفرة في وسائل الإعلام والاتصال، إذ شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالقنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية قد أصبح بالإمكان بث والتقاط برامجها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي⁷

المطلب الثاني خصائص الإعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص منها

أ/ التفاعلية

حيث يتبادل المرسل و المتلقي الأدوار، حيث يطلق على المرسل لفظ مشارك بدلا من المصدر⁸ وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية⁹ وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية بواسطة الدردشة أو المشاركة في المنتديات بواسطة عرض الآراء، حيث تعتبر هذه الخاصية من اهم خصائص الإعلام الجديد فبعد أن كان دور المتلقي سلبيا يقتصر على تلقي الرسالة دون أن يتفاعل معها ، أصبح بإمكانه أن يكون مشاركا في الإعلام بواسطة التفاعل مع ما ينشر من خلاله.¹⁰

ب/ اللاتزامنية

وهي إمكانية القيام بالعملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان إرسالا أو استقبالا للرسائل، مثل إرسال رسالة عبر البريد الالكتروني في أي وقت متاح للفرد بغض النظر عن وجود مستقبل الرسالة في زمن معين.

ج/ التقيب

وهي إمكانية الاختيار بين العديد من الرسائل لتلائم الأفراد و المجموعات المتجانسة، بدلا من توحيد الرسائل لتلائم شريحة عريضة من الجمهور.

د/ الحركة و المرونة

وهي إمكانية نقل وتحرير وسائل الإعلام الجديدة إلى أي مكان وتكون مصاحبة للمتلقى أو المرسل مثل الحاسب المتنقل، الهاتف الجوال، سائل التصوير المحمولة.¹¹

هـ/ المشاركة والانتشار

من بين ميزات الإعلام الجديد انه يتيح لكل فرد يمتلك أدوات بسيطة إمكانية أن يصبح ناشرا ، وهذا ما نلاحظه بوضوح في حالة انتشار الهاتف المحمول وعلى نطاق واسع .

و/ الكونية

حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.¹²

ز/ عمومية المعرفة

اختزل الإعلام والاتصال الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى، بحيث أدت الوسائل الحديثة للاتصال إلى الإسراع في نشر المعلومات إلى الحد الذي لا يمكن أن تتوقع فيه في المستقبل البعيد انه لن يوجد فرد أو جماعة انه سوف يكون في مقدورها الهروب من تلك التأثيرات.

س/ صناعة الرأي العام

ويكون ذلك وفق مقاسات الهدف الرئيسي والمحدد من طرف الطبقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المهنية، كما تتم كذلك وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة ومتماسكة.

ش/ انتصار الصورة

حيث أصبحت الصورة تحجز الجزء الأكبر من أوقات الناس منشدين باستلاب الصورة، فهي تشبع الخيال بأقل جهد فكري ممكن بذله على حساب الفهم والتحليل والنقد.¹³

ط/ هيمنة طابع الإشارة

تعتبر الإشارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الإعلامي، فهي خاصية لجذب اكبر قاعدة عريضة من الجماهير.¹⁴

ل/ اندماج الوسائط

في الإعلام الجديد يتيح إمكانية استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة والرسوم البيانية الثنائية والثلاثية الأبعاد... الخ

م/ الانتباه والتركيز

نظرا لكون المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فانه يتميز أو ينجر عنه استعمال درجة عالية من الانتباه والتركيز.

ن/ الحفظ والتخزين

يملك المتلقي سهولة كبيرة في حفظ وتخزين الرسائل الاتصالية، كما يمتلك سهولة استرجاعها، وذلك كجزء من ميزات وقدرات الوسيلة بذاتها.¹⁵

المبحث الثاني: وسائل الاعلام الجديد واستشراف استعماله

وسنعالج هذا المبحث في مطلبين يتمثل المطلب الأول في أدوات الاعلام الجديد وفي المطلب الثاني أهدافه.

المطلب الأول: أدوات الاعلام الجديد

سننتقل في هذا المطلب الى وسائل الاعلام الجديد (الفرع الأول)، ثم الى اهداف الاعلام الجديد (الفرع الثاني).

الفرع الأول: وسائل الإعلام الجديد

للإعلام الجديد أدوات تتمثل في:

اولا/ الانترنت

يقول مؤسس الانترنت تيم بيرنرز في مقال نشر له عام 1993 " إن وضع تعريف للانترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ و العقل، فباكتشاف الانترنت تجد أسلاكاً وكمبيوترات، أما باستعراض الشبكة نفسها فسندجد شتى المعلومات"¹⁶، حيث تعتبر الانترنت من احدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم وميزته خلال العقدين الماضيين، فقد أحدثت ثورة في التطبيقات الإعلامية وقلبت المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج الإعلامي في العالم ، وذلك بفضل ما تمتلكه الشبكة من ميزات تقنية وسمات اتصالية سمحت لمستخدميها من الاختيار بين ما يريدونه من خدمات اتصالية تلائم وتتنوع حاجاتهم، إذ يرى بعض المختصين والباحثين في مجال الاتصال الجماهيري أن الانترنت قد حققت ثورة معلوماتية اتصالية وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه " التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير خاضع للرقابة"¹⁷، كما يرى الشهري أن الانترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال¹⁸ ، ويذكر الدناني أن تشعب الانترنت واتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها.¹⁹

1/عناصر الانترنت

ولشبكة الانترنت عناصر تتمثل في مستخدمو الشبكة أنفسهم والذين تدفعهم حاجاتهم الاتصالية والإعلامية لاستخدام الشبكة حسب أرائهم وأذواقهم، أما العنصر الثاني فيتمثل في الخدمات التي تقدمها الشبكة مثل البريد الالكتروني والمجموعات الإخبارية والمنتديات والدرشة ، وأخيراً التقنيات المستخدمة في الشبكة وهي تنقسم إلى قسمين، يتمثل الأول في الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس، المودم، البطاقات المساعدة مثل بطاقة الصوت، أما القسم الثاني فيضم البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة كبرامج الوسائط المتعددة وبرامج التصفح.²⁰

2/ التوصيف الخدماتي للإنترنت

تستخدم الشبكة في مجالات عديدة، وهذا نظير الخدمات المعلوماتية والمالية التي توفرها مقارنة مع أنظمة البريد العادية، فهي تقدم خدمات كثيرة منها: خدمة البريد الالكتروني، خدمة مجموعة الأخبار، خدمة تبادل الرسائل العاجلة (الفورية)، خدمة الهاتف الشبكي، خدمة محركات البحث، خدمة النشر الالكتروني، خدمة الأرشفة، خدمة التسويق.

ثانيا/ مواقع التواصل الاجتماعي

هي مواقع تشكل تجمعات الكترونية ضخمة وتقدم العديد من الخدمات التي تساهم في تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة، من خلال الوسائل و الخدمات المقدمة مثل : التعارف والصدقة، المراسلة والمحادثة الفورية، المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات ، البرمجيات²¹ .

فشبكات التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع التي تسهل على الأفراد من إقامة قنوات اتصال بأفراد آخرين ، وعلى الرغم من كونها شبكات اجتماعية إلا انه بإمكان الأفراد أن يتصلوا ببعضهم بدوافع شخصية أو مهنية سواء كانوا على سابق معرفة بهم أم لا ²²، وفي تعريف آخر لها فهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تمنح للمستخدم فيها إمكانية إنشاء موقع خاص به وربطه بأعضاء آخرين يتقاسمون نفس الاهتمامات و الهوايات عن طريق نظام اجتماعي الكتروني .²³

1/ التوصيف الاتصالي لمواقع التواصل الاجتماعي

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عدة خدمات منها : إرسال الرسائل ، إنشاء المجموعات ، وإنشاء البومات الصور، الصفحات، التعرف على الأصدقاء ، الملفات الشخصية التي من خلالها يمكن للمتصفح معرفة اسم الشخص والمعطيات الأساسية عنه كنوع جنسه وتاريخ ميلاده وبلده والاهتمامات الشخصية له بالإضافة إلى الصورة الخاصة به.

2/ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات مما جعلها أولى اهتمامات متصفح الانترنت في العالم ، نذكر منها :

سهولة الاستخدام إذ لا تتطلب معارف عالية المستوى للولوج لها ، بل يكفي القليل من المعارف المتعلقة بالأسس التكنولوجية لكي يتحقق التواصل عبر الانترنت ، كما أنها أتاحت **التواصل والتعبير عن الذات** دون الاعتماد على نشر محتوى معين ، واستطاعت **تشكيل مجتمع بطرق جديدة** عن طريق توفير طرق جديدة للاتصالات من خلال تبادل الآراء والأفكار بواسطة انضمام المستخدمين للتواصل مع بعضهم البعض،²⁴ ومن خصائصها أيضا أنها تساهم في خلق **نشاطات من القاعدة إلى القمة** وذلك بما توفره من منصات مثالية تمكن المستخدمين المشتركين في نفس الاهتمامات و القيم من أن يتعاونوا بشكل فعال وبأقل التكاليف، كما ساهمت في **إعادة تنظيم جغرافيا الانترنت** وذلك بما تتيحه هذه الشبكات من دخول نقاط جديدة على الانترنت بعدما كانت أحاديث الناس في الانترنت تعتمد على الاستعارة (استعارة المكان، المدن، الصفحات الرئيسية، العناوين)، فحولت هذه المواقع الاستعارات القائمة على المكان إلى شخصية منها عن طريق (المدونات، الملف الشخصي...)، وكذلك **خاصية العاطفة من خلال المحتوى** ، لان المشاركة العاطفية تعتبر من الدوافع الرئيسية للتدوين المصغر.²⁵

3/ أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

نذكر منها

أ - الفيس بوك

يعتبر أشهر موقع الكتروني على شبكة الانترنت إذ يساعد الأشخاص على القيام بالعملية الاتصالية مع الآخرين مجانا ، حيث يقوم المستخدمون بإنشاء ملف يتضمن صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة ، كما يقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار.²⁶

ب - تويتر

ويعني تغريد باللغة العربية، وهو شبكة اجتماعية الكترونية مجانية وخدمة تدوين مصغر، قوامه النص مجانا إذا كان التراسل عبر الانترنت وغير ذلك بالنسبة للتراسل التقاطعي بواسطة نظام الرسائل القصيرة إلى الهواتف المحمولة، وتسمح الخدمة بإرسال تحديثات أو عبر برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات.²⁷

ج - يوتيوب

يعتبر من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة إذ تأسس على يد ثلاثة من الموظفين العاملين في شركة متخصصة في التجارة الالكترونية، حيث نجحوا في تكوين أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الراهن، حيث قاموا بتصميم الموقع في عدة أشهر افتتح الموقع كتجربة أولى في ماي 2005 وانطلق بصفة رسمية بعد ذلك بستة أشهر²⁸، وأصبح الموقع رقم واحد في مجال تبادل الفيديوهات وبيع لشركة غوغل بصفقة قدرت بحوالي 1.65 مليار دولار.

د - الراديو الرقمي

ترجع فكرة الراديو الرقمي الأمريكي اللبناني الأصل نوح سمارة الذي أطلقها عام 1999 على مجموعته وورلد سبيس، حيث ساهم البث الإذاعي الرقمي بتوسيع إمكانية الحصول على البرامج عبر منظومة متطورة، الأمر الذي ضاعف في الإذاعات المتخصصة وحقق اللامركزية في البث، فزاد انتشار الإذاعات المحلية والجهوية بواسطة الأقمار الصناعية وتحقيق فكرة المذيع الفضائي.²⁹

هـ - التلفزيون التفاعلي

هو جهاز يمنح الحرية في الاشتراك المباشر في بعض البرامج مع إمكانية في طلب معلومات أو تحديد أسلوب الرؤية أثناء المشاهدة، كمل يعطي للمشاهد القدرة على تتبع البث الحي وإيقافه مؤقتا ويمنحه فرصة الاختيار مما يعرض عليه.³⁰

الفرع الثاني: أهداف الإعلام الجديد

للإعلام الجديد عدة أهداف بناء على الكثير من العوامل النفسية والثقافية والاجتماعية وعلى مدى مصداقية الخبر، حيث تشتمل عملية الاتصال الإعلامي على مصطلحات مختلفة منها:

أولا/ تحريك المجتمع لذاته

حيث تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بعملية النشر الإعلامي شعبيا، وذلك بفتح المجال لكل أطراف المجتمع للتعبير عن ذاته إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كصورة نعكس الوضع الحقيقي للحراك الاجتماعي بكل مستوياته، ويعد هذا الأسلوب الأكثر فائدة في عملية رصد الرأي العام.

ثانيا/ الإثارة الإعلامية

توفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من المهارات الإعلامية وخاصة عن طريق اليوتيوب والوات ساب والتويتر، إذ ترتبط الجاذبية الإعلامية بمهارات إعداد الرسالة وكيفية تقديمها والمؤثرات الإعلامية التي تلفها للفت انتباه المتلقي وجذبه نحوها، كما أن الجاذبية الإعلامية متعلقة بالقائم بالاتصال واختياره للوسيلة والمحتوى والأساليب التي ينتجها المرسل.

ثالثا/ المشاركة في الاتصال

وهي العملية التي تتم بين طرفين أو أكثر ، إذ مكنت هذه العملية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي المتصلين من تعزيز الجرأة وكسر حاجس الخوف لديهم من الانطواء الاجتماعي ، حيث تتوقف مدى نجاح العملية الاتصالية على مستواها وجودتها.

رابعا/الصدقية في إعلام التواصل الاجتماعي

يمكن أن لا تكون المصدقية عالية في وسائل التواصل الاجتماعي بسبب انعدام المصادر المؤكدة كما أنها تبث وفق معايير شخصية ، ورغم ذلك فإنها تلقى إقبالا وتهاافت كبيرين من طرف العامة بحثا عن الحقائق والمصدقية التي قد لا تتوفر في وسائل الإعلام الرسمي.

خامسا/ الآثار الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي

ترك مواقع التواصل الاجتماعي أثرا قد يكون نفسيا أو اجتماعيا أو معرفيا أو ترفيهيا ، وذلك من خلال تمكن المستخدم لهذه الوسائل من إمكانية نشر المعلومات والإخبار ومحاوله إقناع الآخرين بما ينشر أو إعادة طلب نشره ، كل ذلك يولد ردود فعل تساهم في تعزيز هذه الآثار بقوة اكبر.

سادسا/ الحداثة والتجديد

وذلك من خلال الإقبال المتزايد على استعمال وسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من رسائل وأفكار ونماذج إيجابية تدفع الفرد لتقمصها قصد تحقيق الذات وإحداث التغيير وتجسيد الطموح نحو الارتقاء الإيجابي، وهذا ما يساهم في توجيه السلوك الإنساني بأسلوب جديد وغير تقليدي بمساهمة الأفراد أنفسهم ، فينتقل الأفراد و المجتمعات من النسق التقليدي إلى نسق جديد وذلك عن طرق وسائل الإعلام الجديدة.

سابعا/ بروز الفجوة المعرفية

ويحدث ذلك من جراء التدفق الهائل للمعلومات من طرف فئات اجتماعية ذات سمة إنتاجية تعرضوا لهذه المعلومات بمعدلات أسرع من فئات ذات سمة استهلاكية ، وفي هذه الأثناء يستوجب القيام بالعديد من عمليات الضبط والسيطرة التي تظهر آثارها في اختلاف حجم المعلومات وما تنتجه من اثر اتصالي.³¹

المطلب الثاني: الاعلام الجديد بين السلبيات وافاق استعماله

سنذكر في الفرع الأول سلبيات الإعلام الجديد وفي الفرع الثاني مستقبل الاعلام الجديد

الفرع الاول: سلبيات الإعلام الجديد

بالرغم من الايجابيات الكثيرة ، والخصائص التي يتميز بها، والخدمات التي يقدمها الإعلام الرقمي الجديد ، إلا انه لا يخلو من بعض السلبيات التي تحيط به ، وتعزل تطوره وانتشاره بصفة مثالية ، إذ نذكر منها :

أولا/ السرعة في عملية البث الالكتروني، التي قد يتولد عنها عدم تحري الدقة والصدق في نشر الأخبار وبالتالي عدم تحقيق الغاية المرجوة العملية الإعلامية.

ثانيا/ العديد من المعلومات والبيانات المنشورة على المواقع الالكترونية لا يمكن التأكد من صحتها ومصدقيتها لغياب مصادرها.

ثالثا/ غياب الإطار القانوني والضوابط المنظمة لقواعد عمل الإعلام الجديد.

رابعا/ عدم خضوع وسائل الإعلام الجديد للرقابة.

خامسا/ الآثار السلبية على المحيط الاجتماعي والحياة الأسرية على الخصوص.

سادسا/ الصعوبات المالية في مجال التمويل.

سابعا/ عدم توفر المعارف والمهارات اللازمة لممارسة نشاط الإعلام بشكل مهني واحترافي في الإعلام الجديد.

ثامنا/ انعدام التخطيط والوضوح المستقبلي للإعلام الإلكتروني.

تاسعا/ عدم وجود الوسائل التكنولوجية والتقنية في بعض الدول أدى إلى عدم تطور الإعلام الإلكتروني فيها.

عاشر/ سهولة الترويج للإشاعات والمعلومات الزائفة.

احدى عشر/ السطو على الملكية الفكرية وحقوق النشر.³²

الفرع الثاني: مستقبل الإعلام الجديد

تشهد وسائل الإعلام الجديد تطورا كبيرا وتفوقا واضحا على وسائل الإعلام التقليدية وخاصة في بلدان العالم الغربي، فهناك وجهات نظر تراهن على مستقبل صناعة الإعلام الجديد في العالم، فالأولى ترى بان زمن الإعلام التقليدي قد ولى واندثر، وخاصة أن العائدات المالية المتعلقة بالجرائد و المجلات في تراجع مستمر، هذا من جهة ، ومن جهة أخرى ، التوجه الواضح لمختلف شرائح المجتمع نحو مشاهدة الانترنت وعزوفهم عن مشاهدة التلفزيون وتتبع الأخبار في الراديو التقليدي ، هذا كله قد يساهم في زوال الإعلام التقليدي .

أما الرأي الثاني فيرى أن الإعلام التقليدي باق وخاصة في بلدان العالم المتخلف والسائر في طريق النمو، وهذا راجع للثقافة السائدة عندهم والتي تستوجب الحصول على المعلومة عن طريق وسائل الإعلام التقليدية، كما ترى بان هذا الوضع سيسود لأمد طويل.

أما وجهة النظر الثالثة فقد زاوجت بين الأولى و الثانية، حيث ترى استمرار الإعلام التقليدي والإلكتروني في بناء مستقبل الإعلام، فالصحف والمجلات الورقية وكذا الراديو والقنوات التلفزيونية تبقى في متناول جمهورها ومن يرغب فيها مع وجود مواقع الكترونية تساهم في إثراء وتدعيم ما هو موجود، لكن مع زيادة الابتكارات الرقمية التي تضمن سهولة الوصول للمواقع الإعلامية وأسلوب عرضها، وكذا سهولة التحميل وتدفق المعلومات.

وعلى غرار باقي دول العالم فقد بدأ الوطن العربي في إدراك هذا الرهان والسير فيه، عن طريق انتشار الوعي بأهمية وسائل الإعلام الجديد ، فبدأ الإقبال الواسع من طرف مختلف فئات المجتمع على الوسائل الإلكترونية الجديدة ليس بدافع تلقي الأخبار منها فقط ، بل بغرض المساهمة فيها والتفاعل معها كذلك ، وذلك بفضل ما تقدمه هذه المواقع من خدمات وخصائص إعلامية متنوعة.³³

خاتمة

من الملاحظ أن الإعلام الجديد قد تفوق على الإعلام التقليدي في الكثير من الجوانب، وذلك من خلال الخدمات المتعددة التي يقدمها للفرد والمجتمع حتى أصبح مسيطرا على جميع مناحي الحياة ، ورغم الإيجابيات الكثيرة

التي يتميز بها الإعلام الرقمي إلا أنه لا يخلو من بعض السلبيات التي تستتبع خصوصية الفرد، وهذا ما يستوجب تنظيم الإطار القانوني الضابط لقواعد عمل الإعلام الجديد في الجزائر.

مراجع البحث

أولا/الكتب

- 1- إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998.
- 2- حارث عبود ومزهر العاني، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 3- حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ط3، القاهرة، مصر، 2002.
- 4- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 5- عبد المحسن حامد احمد، الإعلام الجديد و عصر التدفق الإخباري، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر.
- 6- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 7- عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2003.
- 8- على خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 9- محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، مصر.
- 10- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 11- ماهر عودة الشمائلة وآخرون، الصحافة الالكترونية الرقمية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 12- ماهر عودة الشمائلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 13- سعود صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق للنشر، جدة، السعودية، 2003.
- 14- شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2011.
- 15- صابر فلهوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 1999.
- 16- فايز عبدالله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دار الحكمة للنشر والتوزيع، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2003.
- 17- فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2010.
- 18- فوزي شريطي مراد، التدوين الالكتروني و الإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

19- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن ، 2014.

20- ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

ثانيا/الرسائل الجامعية

1-نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015/2016.

ثالثا/المذكرات العلمية

1-طاهر أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، مذكرة ماجستير ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012.

2-عبد الله ممدوح مبارك العود، دور الشبكات الاجتماعية في التغيير السياسي في تونس ومصر، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2011/2012.

رابعا/المقالات العلمية

1-زاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، الأردن، 2003.

2-محمد شكري سلام ، ثورة الاتصال والإعلام من الايديولوجيا إلى الميديولوجيا نحو رؤية نقدية، مجلة عالم الفكر، المجلد 32، عدد 01، يوليو/سبتمبر 2003.

3-محمود علم الدين ، تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر، المجلد23، العدد 1و2 ، الكويت،1994.

خامسا/الملتقيات

1-عباس مصطفى صادق، صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والجديد، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود، جدة، السعودية، 9-10 مارس 2015.

الهوامش :

- 1 محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين ، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال ، دار الشروق، القاهرة ، مصر، ص ص195-207.
- 2 محمود علم الدين ، تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر، المجلد23، العدد 1و2 ، الكويت،1994 ، ص ص 97-103.
- 3 ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 20.
- 4 حارث عبود ومزهر العاني ، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015 ، ص ص 68-69.
- 5 عبد المحسن حامد احمد، الإعلام الجديد و عصر التدفق الإخباري ، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2015، ص 47.
- 6 فوزي شريطي مراد، التدوين الالكتروني و الإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2015 ، ص ص 95-96 .
- 7 على خليل شقرة (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن ، 2014، ص ص 48-49 .
- 8 مصطفى يوسف كافي ، الإعلام التفاعلي ، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2016، ص 21.
- 9 حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ط3، القاهرة، مصر، 2002، ص 106.
- 10 على خليل شقرة ، مرجع سابق ، ص 55.
- 11 مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق ، ص ص 21-22.
- 12 فهد بن عبد الرحمن الشميمري ، التربية الإعلامية ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2010، ص 183.
- 13 مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص ص 23-24.

- ¹⁴ محمد شكري سلام ، ثورة الاتصال والإعلام من الابدولوجيا إلى الميديولوجيا نحو رؤية نقدية، مجلة عالم الفكر، المجلد 32، عدد 01، يوليو/سبتمبر 2003، ص 89.
- ¹⁵ فهد بن عبد الرحمن الشميمري ، مرجع سابق ، ص 183.
- ¹⁶ سعود صالح كاتب ، الإعلام القديم والإعلام الجديد ، مكتبة الشروق للنشر، جدة، السعودية، 2003، ص 53.
- ¹⁷ صابر فلحوط ومحمد البخاري ، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي ، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 1999، ص 8.
- ¹⁸ فايز عبدالله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة ، دار الحكمة للنشر والتوزيع، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص 21.
- ¹⁹ عبد الملك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2003، ص 111.
- ²⁰ إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998، ص 62.
- ²¹ شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت ، دار العالم العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2011، ص 86.
- ²² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن ، 2014، ص 377.
- ²³ زاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، الأردن، 2003، ص 23.
- ²⁴ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور الشبكات الاجتماعية في التغيير السياسي في تونس ومصر، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2011/2012، ص 36.
- ²⁵ نفس المرجع، ص ص 37-38.
- ²⁶ طاهر أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، مذكرة ماجستير ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012، ص 36.
- ²⁷ عباس مصطفى صادق، صناعة الخبر بين الإعلام التقليدي والجديد، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود، جدة، السعودية، 9-10 مارس 2015، ص 16.
- ²⁸ نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015/2016، ص 174.
- ²⁹ ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 141-142.
- ³⁰ حارث عبود ومزهر العاني، مرجع سابق ، ص ص 170-171.
- ³¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص ص 238-240.
- ³² ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة الالكترونية الرقمية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 32.
- ³³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص ص 157-158.