

دعوة إلى فهم "الإعلام الجديد"
حفصة كويبي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

ملخص

تتناول هذه الدراسة إشكاليات ترتبط بالإعلام الجديد الذي يمثل حقلاً بحثياً جديداً لم تتضح معالمه بعد، حقلاً في طور التشكل ضمن الحقل الواسع لعلوم الإعلام والاتصال، يمكن تحديد خصائصه ومميزاته مقارنة بالإعلام الكلاسيكي. لذلك تظهر ضرورة التفكير النظري في "ماهية" الإعلام الجديد، وشرعية تداول هذا المصطلح، وخاصة في الأدبيات العربية، لأن النشاط العلمي نظري بالدرجة الأولى. فما المقصود بالجدّة في مصطلح الإعلام الجديد؟ وما هي مظاهره؟

الكلمات المفتاحية: إعلام جديد، صحافة المواطن، تكنولوجيات الإعلام والاتصال، مدونات، شبكات اجتماعية.

Comprendre les nouveaux médias

Résumé

Cette étude aborde des problématiques théoriques et épistémologiques liées aux nouveaux médias, qui représentent un nouveau champ de la recherche dont le statut est encore indéfini et naissant dans le domaine des sciences de l'information et de la communication, et qui jouit de certains avantages par rapport aux médias classiques. Une réflexion théorique autour des "nouveaux médias" en tant que concept, et de la légitimité de son usage en média s'impose dans ce contexte. En particulier dans la littérature arabe, parce que l'activité scientifique est une activité théorique principalement. Donc montrer les problématiques suivant : Ce qu'il est censé "nouveau" dans les nouveaux médias? Quelles sont les aspects de cette nouvelle sphère médiatique ?

Mots clés: nouveaux médias, citoyen journalisme, nouvelles technologies de l'information et de la communication, blogs, réseaux sociaux.

Understanding New Media

Abstract

This study aims to discuss theoretical and epistemological issues related to new media as a new field of research with an indetermined statut and as a recent presence in information and communication sciences. Although it has done a great change in comparaison with classical media by showing the need for a conceptual reflection about the concept of "new media" and the legitimacy of the use of this term to refer to this field in this crucial context especially in the Arabic literature, as scientific activities are mainly theoretical. In this study we attempt to understand the following issues: What is supposed novelty in the new media? What are the aspects of the new media sphere?

Keywords: New media, citizen-journalism, new technologies of information and communication, blogs, social networks.

مقدمة:

نتيجة لتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال واستخداماتها، ظهرت بيئة إعلامية جديدة، أصبحت بالغة الأهمية والتأثير في الساحة الإعلامية وفي المجتمع ككل، فكان لزاماً على الباحثين الأكاديميين أن يواكبوا الركب بدراسة هذه الظواهر الجديدة. ومن الناحية النظرية أولاً، لكي تكون الانطلاقة لبحوث أخرى إمبريقية، فهذه البيئة أفرزت العديد من المفاهيم والمصطلحات المستحدثة، وخاصة في المنطقة العربية، ذلك لأننا نتعامل مع مصطلحات ومفاهيم وافدة، غريبة المنشأ.

فمفهوم الإعلام الجديد مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحد بين منظري العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء في دراسته⁽¹⁾.

فما هو الإعلام الجديد؟ وما معنى الجودة في المصطلح؟ وما هي أهم خصائصه؟

إن طرح هذه الإشكاليات لها أهمية كبيرة نظراً للغموض الذي يتسم به المصطلح من جهة، كما توجه هذه الأسئلة النظر إلى أهمية تحديد البناء المفاهيمي في البحث العلمي من جهة أخرى.

1- مفاهيم ومصطلحات: يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة high the ch dictionary⁽²⁾ الإعلام الجديد new media بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

حيث ينطبق مصطلح الإعلام الجديد new media على الزيادة المفرطة في المعدات التكنولوجية الجديدة، مثل الكام كودر، واللاب توب، والهواتف الخليوية، وشبكات الكمبيوتر وما يماثلها والتي فتحت إمكانات جديدة لجمع ونقل المعلومات بجانب ظهور الشركات والمنظمات والتي يتم تعريفها طبقاً لاستخداماتها لهذه المعدات لعرض المعلومات⁽³⁾.

و تعرف new media أيضاً على أنها⁽⁴⁾:

- أشكال التواصل في العالم الرقمي، والذي يتضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية، والأهم من ذلك عبر الإنترنت. فإنه يعني أن المستخدم يحصل على المواد عبر سطح المكتب والكمبيوتر المحمول، والهواتف الذكية الأقراص. وتشارك كل شركة في العالم المتقدم مع وسائل الإعلام الجديدة. على النقيض مع وسائل الإعلام القديم، والذي يعرف على أنه أشكال التواصل قبل العالم الرقمي، والتي تشمل الراديو والتلفزيون التناظرية والمواد المطبوعة مثل الكتب والمجلات⁽⁵⁾.

- أساليب جديدة للتواصل في العالم الرقمي تسمح للمجموعات الصغيرة من الناس أن يتجمعوا على الأنترنت كما تسمح ببيع وتبادل البضائع والمعلومات، وتسهل أن يكون لعدد أكبر من الناس صوت في مجتمعهم وفي العالم بشكل عام، وتعرف بوسائل الإعلام الاجتماعية.

أما اللغة الفرنسية فنجد تعبير nouveaux médias، وقد أثار فرانسيس بال Francis Balle في كتابه Les nouveaux médias إشكالية "الجدة" في مصطلح les nouveaux médias، حيث يطرح مجموعة من الأسئلة ويقول⁽⁶⁾: في نهاية القرن العشرين، يتوجه التفكير المعمق حول الإعلام والاتصال، بالضرورة حول هذه الأسئلة المختلفة في مدلولها، والمتجهة نحو سؤال واحد: كيف تعتبر هذه الوسائل جديدة؟ هل هذا يعني أن يوصف النيبذ بالجديد؟ أو كما يتكلم أندريه شينييه عن تفكير جديد؟ هل كون هذه الوسائل جديدة كأن يقال عن فن أو أسلوب أو لفظ بأنه جديد؟ بمعنى أنه مبتكر، غير عادي، مجدد، ضد ما هو تقليدي ومتعود مألوف؟ وهل يجب التفكير في أن

وصف "الجديد" يعني فقط التغيير في حالة؟ وأن وسائل الإعلام لم تصبح جديدة إلا بفعل استخداماتها المختلفة.

كما يتساءل إن كانت هناك وسائل إعلام جديدة نستطيع التحدث عنها كما نتحدث عن السنة الجديدة المقبلة أو عن العهد الجديد، وينهي المسألة بأنها مسألة تقييم وتعود. فالإيميلات والقوائم الإلكترونية mailing lists ومجموعات الدردشة chat groups، وجرائد الواب الشخصية personal web journal، جميعها مصادر أخبار غير معتادة (7).

يعد التحول عبر التطور التكنولوجي جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة وجديدا مع تطور الصحافة وجديدا مع ظهور الإذاعة وجديدا مع ظهور التلفزيون كل ذلك لأن طبيعة التحول التي تقود إليها التقنية. في بعدها العلمي والإيديولوجي تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالاحتمية التكنولوجية. إذن مفهوم الإعلام الجديد هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل (8).

فوسائل الإعلام الجديدة، تدل في سنوات السبعينيات على التكنولوجيات المتاحة (من الفضائيات والاتصالات السلكية والراديو والتلفزيون) وفي سنوات الثمانينيات دلت على ذلك التزاوج الحاصل بين الاتصالات عن بعد والإعلام الآلي وهي مرتبطة بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال nouvelles technologies de l'information et de la communication. أو ما تعرف اختصارا NTIC (9)، التي اقترنت - أي هذه التكنولوجيات الحديثة - منذ سنوات التسعينيات بذلك التزاوج الحاصل بين الاتصال السمعي-البصري والإعلام الآلي والاتصالات عن بعد

المتعددة الوسائط والاتصال على الخط المباشر وخارجه "en ligne; ou hors ligne" (10) علينا تقبل المعنى الأوسع لصفة "جديد"، بمعنى أنه يحل مكان شيء آخر، مؤقتا على الأقل، بدون أي أمل بالعودة إلى الوراء (11). وبما أنه يحل مكان شيء آخر بمعنى أنه يستبدله، لذلك يفضل بعض الباحثين استخدام مصطلح الإعلام البديل.

أما في الأدبيات العربية التي تناولت هذه الظاهرة، فقد تعددت المصطلحات الدالة عليها من إعلام جديد، وإعلام تشاركي وإعلام شبكي وإعلام بديل وإعلام رقمي وسبيروني وغيرها.

فهناك من يؤكد أن "الإعلام الجديد" أو ما يعرف بـ new media في اللغة الإنجليزية أو nouveaux medias بالفرنسية، في علوم الإعلام والاتصال مصطلح لم يعترف به من قبل الباحثون لأن كلمة إعلام بحد ذاتها محل جدل (12). كما أن ترجمة مصطلح media بالإعلام ترجمة خاطئة، فمصطلح ميديا media نجد مشتق من medium بمعنى الوساطة، بكل مستوياتها، كما يحيل إلى الوسط milieu (13).

كما أن مصطلح الإعلام في التمثيل العام -العربي- يحيل إلى الوسائل الإعلامية، التي أصبحت توصف بالتقليدية أو الكلاسيكية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة، فالمصطلح يحيل مباشرة إلى المؤسسات الإعلامية التي تنشر رسالتها الجماهيرية.

فالإعلام الجديد يمثل كوكبة ومجالا متعددًا تتعايش فيها الوسائل الكلاسيكية من صحافة وراديو وتلفزيون، سواء بمضامين جديدة أو بمجرد إعادة إنتاج المضامين التقليدية، عن طريق مواقع خاصة بها أو من خلال الشبكات الاجتماعية، كما تتضمن أيضا أشكالًا تواصلية إعلامية تفاعلية جديدة، التي

يمارسها مختلف المستخدمون للشبكة كالتدوين مثلا، فهي تتطلب أجهزة إلكترونية مرتبطة بالشبكة واختصرت الهواتف الذكية واللوحات كل هذا، فهذه الكوكبة توصف بـ: "مابعد ميديا" Meta media، وتختزلها استعارة الشبكة the network metaphore. إذا كيف يكمن اختزال كل هذه الكوكبة المتداخلة المتشعبة الثرية في مصطلح "إعلام"، الذي يحيل دائما إلى الإعلام بمعنى الإخبار والتبليغ؟

إن الاحتفاظ بمصطلح الإعلام يوحي بأن التجديد يشمل الوسائط فحسب أو نسخة جديدة لإعلام قديم، موازية لها تلفزيون كلاسيكي مقابل تلفزيون جديد، إذاعة كلاسيكية تناظرية مقابل إذاعة جديدة رقمية، صحافة ورقية مقابل صحافة إلكترونية، في حين أن الفاصل بين المجالين ليس دائما في الحقيقة الطابع الجديد أو القديم للوسائط لأن الجديد ليس دائما جديدا وإنما هو ظهور مجال مختلف إلى حد ما من جهة الوسائط التي تكونه والممارسات التي تتشكل داخله⁽¹⁴⁾.

لذلك هناك مجموعة من الباحثين يؤكدون على ضرورة التخلي عن مصطلح الإعلام الجديد⁽¹⁵⁾، لتوصيف هذه البيئة الإعلامية الجديدة، ومن المفضل استخدام مصطلح الوسائط الجديدة، ووسائل الاتصال الجديدة مع إبقاء "الإعلام الجديد" بين هالين⁽¹⁶⁾. فالوسائط الجديدة هي التقنيات التي ولدت من تزواج الإعلام الآلي بتقنيات الاتصال عن بعد، وسمحت بفضل الكابلات والأقمار الصناعية بتطوير مفهوم الإعلام والاتصال، فظهرت أشكال جديدة من الاستخدامات الاتصالية، دخلت على الوسائط الإعلامية التقليدية وطورت وظائفها في السنوات الأخيرة⁽¹⁷⁾.

كما تفضل مجموعة أخرى من الباحثين استخدام مصطلح "ميديا جديدة" وذلك بتعريب الحروف

الإنجليزية فقط ما دام أن الشق الثاني من المصطلح لا يشكل إشكالا في الترجمة. لأن مصطلح "الإعلام" لا يبدو الترجمة الأمثل لـ: media أو médiat⁽¹⁸⁾، ويفضل البعض الآخر استخدام مصطلح "الإعلام البديل" بظهور أشكال جديدة من الإعلام والاتصال لم نشهدها من قبل، وبظهور فاعلين جدد على الساحة الإعلامية. ولأنه يستقي دلالاته من جمهوره، فالجمهور اتخذه بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية، ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد ويولد أفكارا وطرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، ويشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية وبين العمل والبطالة وبين المعارضة والحكومة⁽¹⁹⁾.

غير أن مصطلح وسائل الإعلام البديلة Alternative Media يصعب تعريفه بسهولة، فكلمة بديل Alternative يمكن أن تقوم بتوصيف المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام، والذي يتم تكريسه لتناول الآراء المعارضة والقضايا والأحداث التي عادة ما لا يتم تناولها أو عرضها والدفاع عنها في أي وسائل أخرى⁽²⁰⁾.

وقد وضعت الجمعية الأمريكية للنشر البديل ثلاثة معايير يمكن من خلالها تمييز ما هو بديل عن ما هو سائد ومهيمن من الإعلام وهي⁽²¹⁾:

- يجب أن لا يكون المنشور ذا صيغة تجارية، أي تقديم نوعية الأفكار على حساب الخلفية الربحية.
- يجب أن يتجه اهتمام النشر إلى عنصر المسؤولية الاجتماعية أو خدمة الصالح العام.
- على الناشر أن يعتبر نفسه ناشرا يعبر عن تيار الإعلام البديل.

تتأسس بدورها على نماذج تحريرية واقتصادية مخصصة⁽²⁶⁾.

ويمكن القول إن "الإعلام الجديد" new media كمصطلح واسع النطاق، ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنظومة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي أحدثت تغييرا بنويا في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام، وتعني أيضا وسائل الإعلام الرقمية digital والشبكية والتفاعلية وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)⁽²⁷⁾.

1- تصنيفات الإعلام الجديد: بصفة عامة يمكن القول إن الإعلام الجديد يتمظهر في الأشكال الآتية⁽²⁸⁾: المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت والصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة والإذاعة الإلكترونية: خدمات البث الحي على الأنترنت، وخدمات الأرشفة الإلكتروني والإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني على الأنترنت وخدمات إعلانية ترفيهية والمدونات وقنوات التواصل الاجتماعي وخدمات الهاتف الجوال وتشمل البث على الهاتف المحمول ورسائل sms و mms على الهاتف وبث خدمات الأخبار العاجلة. هذه الأشكال يمكن تصنيفها ضمن أربعة أقسام هي⁽²⁹⁾:

1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت online وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات وميزات غير مسبقة، ومجموعة من تطبيقات لا حصر لها، فهو بالنسبة للإعلام يمثل المنظومة الرابعة تضاف

يمكن القول أن مفهوم الإعلام الجديد أو new media باللغة الإنجليزية يشير عموما إلى الجمع بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديد والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، وقريبا منه نجد مفهومي "الإعلام الشبكي الحي on line media والإعلام السيبروني أو الرقمي cyber media⁽²²⁾. وليكن الإعلام الجديد وسيلة يستخدمها من يشاء لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي "متعدد الوسائط"⁽²³⁾.

قد عكس هذا المفهوم في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقا بعد ثورة الأنترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية⁽²⁴⁾.

تقترح الباحثتان "ليفرو" و"ليفينستون" Sonia Livingstoe & Leah A. Lievrouw تعريفا دقيقا للميديا الجديدة من منطلقات تقنية أو تكنولوجية (التكنولوجيا الرقمية مقابل التكنولوجيا التناظرية) أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين (المضامين الشبكية مقابل المضامين الكلاسيكية). فالميديا الجديدة حسب الباحثتين هي تكنولوجيات المعلومات والاتصال والعوالم الاجتماعية المرتبطة بها⁽²⁵⁾.

يمثل بالتالي "الإعلام الجديد" منظومة تواصلية جديدة تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة، فإذا كان الأنترنت يمثل الوسيط الإعلامي السادس 6^{eme} média الذي تعتمد المؤسسات الاقتصادية في إستراتيجيتها الاتصالية (بعد الإذاعة والتلفزيون والصحافة والسينما والمعلقات affichage) فهو بالنسبة للإعلام الجديد منظومة Dispositif رابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة المكتوبة والتلفزيون والإذاعة إضافة إلى الهاتف الجوال كمنظومة خامسة في طور التشكل

2- خصائص الإعلام الجديد

يعارض بعض الباحثين كيفية التمييز بدقة بين وسائل الاعلام البديلة Alternative Media ووسائل الإعلام السائدة Mainstream Media ويناقشون هذه الفروق بين كلا النوعين من الوسائل، إلا أنهم يرون أن هذه التفرقة قد تكون مفيدة للتعرف عليها. إذ يعد الإعلام البديل انعكاسا مضادا للإعلام السائد⁽³¹⁾.

يجمع الباحثون على أن الإعلام الكلاسيكي كان يشغل في بيئة مستقرة نسبيا فالتغيرات كانت بطيئة على العكس من البيئة الإعلامية الجديدة التي تشغل في وسط متقلب ومتغير باستمرار وذات تفاعلات شبكية ديناميكية وفاعلين جدد ذوي أدوار وأهداف متشعبة.

قام نيكولاس نيغروبونتي Negroponte Nicholas بإجراء مقارنة بين أبرز مميزات وخصائص هذا الإعلام بما سبقه ويظهر ذلك في⁽³²⁾:

- استبدال الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسة في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي.

- خروج هذا الإعلام من أسر السلطة - قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة - إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور المطبعة والتلغراف، وأخذ سمته الكاملة بظهور الأنترنت التي حققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.

فلو أردنا أن نجري مقارنة بين الإعلام التقليدي والجديد، سيبرز أهم فارق، هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعلية interactivity، وتبادل الأدوار بين

للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة والإذاعة والتلفزيون.

2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها، وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3- إعلام جديد قائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، والتي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

4- الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر offline ويتم تداول هذا النوع إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

يمكن القول إن هناك ثلاث منظومات تواصلية داخل شبكة الأنترنت بشكل عام وهي⁽³⁰⁾:

- المنظومة الفردية- الجمعية وتشمل مختلف المضامين التي تنتجها المجموعات الافتراضية والتي تنشئ علاقات اجتماعية عبر مختلف شبكات التواصل، وهذه المنظومة الفردية أو الجمعية تتخذ عدة أشكال كالصفحات الشخصية والمدونات blogs ومنتديات الحوار forums والبريد الإلكتروني e-mail، والدرشة ومواقع الويكي wiki .

- المنظومة الإعلامية: المواقع الإعلامية والإخبارية (الصحافة الإلكترونية) التي تنشئها المؤسسات الخاصة بإنتاج الأخبار، وهي تخضع لضوابط وأدبيات الممارسة الإعلامية.

- المنظومة المؤسساتية: تضم مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية والجمعيات الحكومية وغيرها، ومختلف المضامين التي تنتجها بهدف الاتصال بجمهورها من جهة، وتحسين صورتها (هدف دعائي - تجاري) من جهة أخرى.

- الانتقال من النموذج الخطي إلى النموذج المتشعب.
- إعلاء حالات الفردية individuality والتخصيص customization.
- الانتقال من الإعلام الجماهيري إلى الإعلام الشخصي الفردي.
- تجاوزه مفهوم الدولة الوطنية والحدود الوطنية.
- إعلام ديناميكي متعدد الوسائط يجمع بين النص والصوت والصورة.
- اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.
- سهولة الاستخدام، كما أنه متاح للجميع بدون استثناء.
- اختزال الخبر في تغريدة أو حالة statut.
- ذو طبيعة ديناميكية، يتسم بالتغير والتدفق المستمر.
- ذو طبيعة إجتماعية، ترتبط بمختلف السياقات الاجتماعية والثقافية، في علاقة تأثير وتأثر.

خاتمة:

بعيدا عن الانبهار بالتكنولوجيا وحتميتها، أثرت التكنولوجيات الحديثة على المجال الإعلامي تأثيرا ملحوظا، فتم الانتقال من صحافة الصحفي إلى صحافة الدولة، مروراً بصحافة الجمهور وصولاً إلى صحافة المواطن⁽³⁵⁾، وكثر الحديث - منذ بداية العشرية الثانية من القرن الحادي والعشرين - عن صحافة شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات، مشكلة بذلك بيئة إعلامية جديدة تختلف عن سابقتها، اصطلح عليها في الكثير من الأدبيات بالإعلام الجديد، وتباينت الآراء حول هذا المصطلح ودلالاته المختلفة، وحول علاقة هذا الإعلام بنظيره التقليدي، فبعض المتحمسين للإعلام الكلاسيكي

المرسل والمستقبل، وظهور فاعلين جدد، فقد سمحت تكنولوجيات وسائل الإعلام الجديدة للناس العاديين القاطنين في الأحياء والقرى الصغيرة، خلق معلومات على الأنترنت لا يكتشفها رادار وسائل الإعلام التقليدية كالصحف ومحطات التلفزيون والإذاعة. وتمكن هذه المقاربة التي تهتم بما يحدث على أضيق نطاق محلي المواطنين أيضا من توحيد صفوفهم وتنظيم جهودهم بشأن القضايا المحلية⁽³³⁾. فالمعلومات الصادرة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية منسجمة وغير مشتتة، بالمقابل الإعلام الإلكتروني الذي ليس له مصدر محدد ومكان معلوم وفضاء واسع لا ينص على الحقيقة المطلوبة ولكن مع ذلك يتوجه الناس للإعلام الإلكتروني.

قد دمجت هذه البيئة الإعلامية الجديدة الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على الكمبيوتر وشبكاته. كما أتاح النشر الإلكتروني للصحف الإلكترونية تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظرا للسرعة التي تتمتع بها الشبكة، وفيما كانت تنتظر الصحف الورقية يوما كاملا ليصدر طبعة جديدة لتحديث أخبارها، فإن الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث صفحاتها بشكل مستمر كما تفعل بعض كبريات الصحف الأمريكية New York Times التي تقوم بتحديث موقعها كل 20 دقيقة وتصل في بعض الأحيان إلى خمس دقائق⁽³⁴⁾.

يمكن ذكر مميزات وخصائص الإعلام الجديد في النقاط الآتية:

- التفاعل بين المصدر - المتلقي (من خلال التعليقات و النقد ...)
- تحول المتلقي إلى مرسل، ينشر ما يشاء.
- تغير الجمهور من متلق بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابية.

يرفضون بشدة الإعلام الجديد، وبعض المتحمسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً، غير أن العلاقة بينهما تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء، فالإعلام الجديد لا يقصي ما سبقه وإن كان يحتويه، بل ويتجاوزه.

ما زال هذا الحقل الإعلامي الجديد في إطار التشكل وخاصة مع التطورات التكنولوجية السريعة والمتتالية، التي سبقت التفكير والتنظير في هذه الظواهر المستحدثة.

فهناك العديد من الإشكاليات التي تترصد بالإعلام الجديد، على الصعيد النظري والإمبريقي، وفي مقدمتها إشكالية المفهوم والمصطلح وإشكاليات المنهج في الدراسات التطبيقية، ناهيك عن الإشكاليات القانونية والتشريعية والضوابط الأخلاقية التي يمكن أن تحكم هذه الممارسات الإعلامية المستحدثة.

الهوامش:

- 1- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، ع. 2011، 14، ص. 10.
- 2- <http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html%3E?name-directory-search-value=new+media>
- 3- إدوارد هـ. سبنس ، أندرو الكسندرا، أرون كوين، آني دون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، تر. شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، الجزائر، 2012، ص. 54.
- 4- <http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/New+media>
- 5- <http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/old+media>
- 6- Francis Balle : les nouveaux médias, presses universitaires de France, paris, 1984, p.p.09-08.
- 7- Dan Gillmor: we the media, grassroots journalism by the people for the people, O'Reilly media, Sebastopol, U.S.A, 1st Ed, 2004, p. 10.
- 8- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 11.
- 9- Francis Balle: dictionnaire des medias, la rousse, Paris, 1998, p.p.164-165
- 10- Ibid. p. 166.
- 11- Francis Balle: les nouveaux médias, op. cit. p. 10.
- 12- مي العبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، ط. 2014، 01، ص. 47.
- 13- للاطلاع أكثر: الصادق الحمامي: مفهوم الوساطة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، القاهرة، ع. 1999، 01، http://www.asbu.net/asbutext/pdf/1999_01_052.pdf.
- 14- الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، الإستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية منوبة، تونس، ط. 2012، 01، ص. 14.
- 15- المرجع نفسه، ص. 17.
- 16- مي العبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص. 47.
- 17- المرجع نفسه، ص. 285.
- 18- الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره ، ص. 13.
- 19- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 11.
- 20- شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، دار العالم العربي، القاهرة، ط. 2011، 01، ص. 73.

- 21- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 12.
- 22- فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم - الاستعمالات- الآفاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط. 2010، 01، ص. 35.
- 23- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 09.
- 24- المرجع نفسه، ص. 10.
- 25- الصادق الحمامي : الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص. 19.
- 26- الصادق الحمامي: الإعلام الجديد، مقارنة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحادات إذاعات الدول العربية، ع. 04، 2006، ص. 05.
- 27- قينان عبد الله الغامدي: التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الامير نابف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، ماي 2012، ص. 07.
- 28- المرجع نفسه، ص. 09.
- 29- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 10.
- 30- الصادق الحمامي: الإعلام الجديد، مقارنة تواصلية، مرجع سبق ذكره، ص. 05.
- 31- بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مرجع سبق ذكره، ص. 11.
- 32- صادق مصطفى عباس: مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد (من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي)، أبحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، جامعة البحرين، 07-09 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009، ص. 31.
- 33- ديفيد فاينا: مقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم، المجلة الإلكترونية - يو أس أس: الإعلام يصنع التغيير، مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، ديسمبر، 2007، ص. 29.
- 34- صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط. 2012، 01، ص. 116.
- 35- جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، ع. 2012، 17، ص. 20.