

الوحدة السادسة: مفهوم الإعلام الجديد New Media

تمهيد:

يمثل الإعلام الجديد ثورة حقيقية في عالم الاتصالات والمعلومات، حيث أحدث تحولات كبيرة في طريقة إنتاج المحتوى، توزيعه، واستهلاكه.

1-التعريف التقني والسوسيولوجي للإعلام الجديد وخصائصه:

من المنظور التقني الإعلام الجديد هو مجموعة من الوسائط الرقمية التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في نشر المعلومات والتفاعل بين الأفراد. يتضمن ذلك الإنترنت، الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، والتي تتيح إمكانية الوصول إلى المعلومات بشكل فوري.

أي عبارة أخرى الإعلام الجديد هو مجموعة من الوسائط الرقمية التي تعتمد على:

- الرقمنة: (Digitalization) تحويل المحتوى إلى صيغة رقمية قابلة للمعالجة والتخزين.
- التقارب التكنولوجي: (Technological Convergence) دمج تكنولوجيات الاتصال والحواسيب والإنترنت.
- البنية الشبكية: الاعتماد على شبكات الإنترنت وتقنيات الاتصال اللاسلكي.

أما من المنظور السوسيولوجي، الإعلام الجديد يمثل تحولا في علاقات القوة: من الاتصال الأحادي إلى التفاعل المتعدد الاتجاهات، وإعادة هيكلة الفضاء العام وخلق فضاءات افتراضية للنقاش والتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى تغيير في أنماط الفعل الاجتماعي وظهور أشكال جديدة من الممارسات الاجتماعية والثقافية في إطار ديمقراطية الإنتاج الإعلامي وتحول المتلقي من مستهلك سلبي إلى منتج نشط للمحتوى.

أو هو ظاهرة اجتماعية، ساهمت في تكوين وتغيير الهويات الثقافية والاجتماعية مما يُعزز من قدرة الأفراد على التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات العامة.

ومن الخصائص الرئيسة للإعلام الجديد نذكر ما يلي:

أ. الرقمية (Digitality): تحويل كل أشكال المحتوى (نص، صورة، صوت، فيديو) إلى أكواد رقمية، مما يسهل تخزينها ونقلها ومعالجتها.

ب. التفاعلية (Interactivity): القدرة على التواصل ثنائي الاتجاه بين المرسل والمستقبل، والمشاركة الفعالة في إنتاج المحتوى.

ج. اللاتزامنية (Asynchronicity): إمكانية الوصول للمحتوى في أي وقت ومن أي مكان، دون التقيد بجدول زمني محدد.

د. اللامركزية (Decentralization): غياب السلطة المركزية على الإنتاج والتوزيع، وانتشار مصادر المعلومات.

هـ. التشبيكية (Networking): القدرة على الربط بين المستخدمين والمحتويات في شبكات معقدة من العلاقات.

2. التفاعلية والوسائط المتعددة كسمات مميزة للإعلام الجديد:

1.2- التفاعلية: تشير التفاعلية كميزة مهمة من سمات الإعلام الجديد في الانتقال من الاستقبال السلبي إلى المشاركة النشطة عبر مستويات عدة:

✚ المستوى الأول يتجسد في التفاعل مع المحتوى، بالتحكم في عرض المحتوى (إيقاف، تقديم، إعادة)، واختيار مسارات مختلفة للمعلومات (Hyperlinks)، وكذا البحث والفلتر حسب الاهتمامات.

✚ المستوى الثاني فيتمثل في التفاعل مع المنتجين بواسطة التعليقات والردود المباشرة، والتقييمات والمشاركة (Like, Share, React) والحوار المباشر مع صناع المحتوى.

✚ المستوى الثالث: وهو التفاعل بين المستخدمين من خلال بناء مجتمعات افتراضية، وفتح النقاشات الجماعية والمنديات والتشارك والتعاون في إنتاج المحتوى.

المستوى الرابع: يتميز بالإنتاج التشاركي وهو المشاركة في صناعة المحتوى (الصحافة التشاركية) عبر الويكي والمشاريع التعاونية والحملات الرقمية والتعبئة الاجتماعية.

2.2-الوسائط المتعددة(Multimedia) : هي دمج أشكال مختلفة من المحتوى (نص، صورة، صوت، فيديو، رسوم متحركة) في تجربة إعلامية واحدة متكاملة، وتختص بالتكامل الحسي والمرونة في العرض والثراء المعلوماتي.

3.منصات الإعلام الجديد

النوع الرئيسي	التصنيف الفرعي	أمثلة عن المنصات وخصائصها
الشبكات الاجتماعية (Social Networks): منصات رقمية تتيح للأفراد إنشاء ملفات شخصية والتواصل مع آخرين وتشارك المحتوى وهي أنواع:	شبكات التواصل العامة	• فيسبوك (Facebook): بناء الشبكات الاجتماعية الواسعة ومشاركة الحياة اليومية • تويتر/إكس (X): النقاش العام وتبادل الأخبار والآراء بشكل سريع • إنستغرام (Instagram): المحتوى البصري والتعبير عن الهوية من خلال الصور
	شبكات التواصل المهني	• لينكد إن (LinkedIn): بناء الشبكات المهنية وفرص العمل
	شبكات المحتوى المرئي	• يوتيوب (YouTube): مشاركة ومشاهدة الفيديوهات • تيك توك (TikTok): المحتوى القصير والإبداع الرقمي
	تطبيقات المراسلة	واتساب، تيليجرام: التواصل المباشر والمجموعات المغلقة
ب. المدونات (Blogs): مواقع إلكترونية شخصية أو جماعية تنشر محتوى بشكل دوري، عادة بترتيب زمني عكسي، ونجد أنواع منها:	المدونات الشخصية	• يوميات رقمية تعبر عن التجارب والآراء الشخصية • بناء الهوية الفردية في الفضاء العام
	المدونات المتخصصة	• تقنية، سياسية، ثقافية، طبخ، سفر، إلخ. • تكوين مجتمعات اهتمام متخصصة
	المدونات الصحفية	• الصحافة البديلة والمواطنة • كسر احتكار الإعلام التقليدي
ج. المواقع التفاعلية: وهي منصات المحتوى التشاركي ونذكر منها:	الويكي (Wiki)	• ويكيبيديا: الموسوعة الحرة كنموذج للإنتاج الجماعي للمعرفة • التعاون والتحرير الجماعي
	منصات الأسئلة والأجوبة	• Reddit، Stack Overflow، Quora • بناء مجتمعات المعرفة المتخصصة
	المنتديات الرقمية	• النقاش المتعمق حول موضوعات محددة • تكوين مجتمعات افتراضية مستقرة

مواقع التجارة الإلكترونية والتقييمات	• التقييمات والمراجعات كشكل من أشكال التفاعل • تأثير المستهلكين على بعضهم البعض
البودكاست والمحتوى الصوتي	• عودة الصوت في عصر الفيديو • الاستماع أثناء التنقل والمهام اليومية

4. تأثير الإعلام الجديد على أنماط الاستهلاك الإعلامي والثقافي

أحدث الإعلام الجديد تحولات نوعية في أنماط الاستهلاك الإعلامي والثقافي، حيث تغيرت العادات الإعلامية من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية ذات النمط الساكن والاتجاه الواحد إلى استهلاك محتوى أكثر تفاعلية وشخصنة من خلال منصات رقمية متنوعة، وهذا التحول أدى إلى تعددية المصادر وتنوع الخيارات الإعلامية والثقافية المتاحة للمستخدمين، مما أثر على سيادة تشكيل الهوية الثقافية والاجتماعية والذهنية لدى الأفراد والمجتمعات. كما أن الإعلام الجديد ساهم في تفكيك الاحتكار السابق لمصادر الإعلام الكبرى وفتح المجال أمام تغييرات في أنماط القيم، السلوكيات، والممارسات الثقافية في المجتمع. فهذه النظرة الشاملة توضح كيف جاء الإعلام الجديد ليغير شكل الاتصال الجماهيري والمجتمعي من خلال خصائصه التقنية والسوسيولوجية، مما يستوجب فهم أعمق لاستغلال إمكاناته في السياقات الإعلامية والثقافية الحديثة.