نظرة على تطور الاعلام الجديد

وفي السابع من تموز عام 2005 انطلقت ثورة إعلامية في مجال صحافة المواطن، في ذلك اليوم وحسب برتراند بيكيري مدير المنتدى العالمي للمحررين في باريس ولاري كليمان مدير الاتصالات في الجمعية العالمية للصحف المنتسبة إلى هذا المنتدى حيث اغرق المواطنين الذين شاهدوا بأم أعينهم تفجيرات إرهابية في قطاع الإنفاق بلندن وسائل الإعلام بأعداد هائلة من الصور والتسجيلات والتقارير، لكن نقطة التحول الأهم كانت في الحادي عشر من كانون الثاني من العام نفسه، حيث أثار انفجار وقع في مستودع النفط في بونسفيلد بالمملكة المتحدة ردة فعل غير مسبوقة لدى المواطنين الذين أرسلوا آلاف الرسائل الالكترونية ومقاطع الفيديو على المواقع الإخبارية الالكترونية قبل أن يتمكن الصحفيون المحترفون من الوصول إلى مكان الانفجار.

وبعد تلك المرحلة ظهرت المدونات الشخصية وصفحات التواصل الاجتماعي حيث أصبح بإمكان أي شخص نشر ما يريد من الأخبار وتعميمها في أي وقت ولمن أراد، وبالتالي تبادل غير محدود للمعلومات والإخبار.[10]

أما الدكتور عباس مصطفى صادق فيرى أن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغير الذي نشهده حاليا في كافة مناحي الحياة، فعند انهيار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس كثيرا عن النظام العالمي والإعلام الجديد، وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم ومنها فكرة بناء نظام عالمي جديد.[11]

وكما يرتبط النظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي، مثلما حدث بعد المطبعة، التيليغراف، الراديو والتلفزيون ثم الانترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا قديمة وأخرى مستحدثة وجديدة، فانه أيضا يرتبط بالنظام الإعلامي نفسه، وقد قسمه البعض إلى نظام جديد ونظام قائم رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات الاستقلال السياسي بعد التخلص من سيطرت

---

[9] محمد بوحوالي: **واقع الصحافة الالكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي"بين التكامل والممارسة"**،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الاتصال الجديدة، جامعة الجزائر3، 2014/2013، ص49.

[10] **نفس المذكرة السابقة**، ص49

[11] عباس مصطفى صادق، **مرجع سبق ذكره**، ص15.

الاستعمار على ارض الواقع، وقد كان القرن العشرين في حالة تباين واسع في النظام الاتصالي بين دول لها أنظمة اتصال قوية عابرة للحدود ودول بالكاد تستطيع تدبير أمور اتصالاتها محليا، وهناك من يؤمن بحرية الاتصال وحق الإنسان به، وهناك من يرفضه.[12]

وبدون شك فان وراء ظاهرة الإعلام الجديد عده **عوامل** لخصها الدكتور **ياس البياتي** فيما يأتي [13]:

1)العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكومبيوتر: تجهيزاته، برمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلا أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حاليا وسيطا يحوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة، المسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس اثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفزيون، واعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بن الواقعي والرقمي وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي وبين الحاضر والغائب وبين الكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

2)العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد: وما يتطلبه من إسراع حركات السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع الأنشطة الاقتصادية دون استثناء، بل لكون المعلومة سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم، وبمعنى أخر، أن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى والعاب وبرامج تلفازيه من جانب أخر.

---

[12] **نفس المرجع السابق**، ص15.

[13] ياس خضير البياتي، **مرجع سبق ذكره**، ص318/317.

3) العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية:

بهــدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، وساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والحلية.[14]

وفي الوقت الحالي أصبح الإعلام الجديد بمميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور حياة الإنسان، فهو ثورة بكل ما تحمله الكلمة من معنى في عالم الإعلام والاتصال حيث انه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالقنوات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر جهاز الحاسوب والموباي، وكذلك المحطات الإذاعية أصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخلوي، وكذاك صبح من السهولة تصفح المواقع الالكترونية عبر الهواتف الجوالة بسرعة ووضوح.[15]

3- خصائص الإعلام الجديد

على الرغم من وسائل الإعلام الجديد التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الراهنة تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية إلى أن هناك سمات مميزة تنفرد بها الوسائل الإعلامية الجديدة وتؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الإنساني، ومن ابرز السمات التي يتصف بها الإعلام الجديد هي :

3-1 التفاعلية :

هي خاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها مصححا أو مضيفا أو موضحا ،وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات وذلك بطرح أرائه.[16]

حيث انه في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الالكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا ،ثم

---

[14] سميرة شيخاني: **الإعلام الجديد في عصر المعلومات**،مجلة جامعة دمشق-المجلد 26، العدد الأول والثاني 2010، ص444.

[15] علي خليل شقرة، **مرجع سبق ذكره**، ص49

[16] علي خليل شقرة: **مرجع سبق ذكره**، ص55

انتقلت بعد ذلك إلى التحرر بسبب وجود المنديات ومجموعات الأخبار، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي والموسوعات ،وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.[17]

3-2 تفتت الاتصال أو اللاجماهيرية :

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معية وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي ،وبسبب التحكم أيضا في درجة الاتصال حيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.[18]

3-3 اللاتزامنية :

وهي تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا يتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منبع الرسالة إلى مستقبلها في إي وقت دون الحاجة إلى وجود مستقبل الرسالة.[19]

3-4 الشمول أو التنوع :

حيث كان الصحفي أو الإعلامي يعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين ، أو نشر تحقيق أو انجاز إي مادة إعلامية ، لكن عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الالكتروني المختلفة أن يقوم بذاك دون حاجز من ضيق مساحة أو غيره ، كذلك أصبح بإمكان المتابع أن يستفيد في كثير من روابط والمواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمه، والتي تتعلق بهذا الموضوع في زيادة معلوماته واطلاعه على كل ما له علاقة بموضوعه.[20]

3-5 قابلية التحريك أو الحركية :

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال مناي مكان إلى أخر في أثناء تحرك مستخدميها وكمثال على هذا نذكر أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائـــرة.

---

[17] سميرة شيخاني، **مرجع سبـق ذكره**، ص446.

[18] **نفس المرجع السابق**، ص446.

[19] **نفس المرجع السابق**، ص447/446.

[20] علي خليل شقرة: **مرجع سبق ذكره**، ص57/56.

3-6 قابلية التحويل :

هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى أخر كالتقنيات ألي يمكنها تحويل الرسائل المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو العكس.

3-7 قابلية التوصيل :

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأجهزة أخرى بغض النظر عن الأجهزة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع ومثال ذلك توصيل جهاز التلفزيون بجهاز الفيديو DVD.[21]

3-8 الحرية الواسعة :

بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها، جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية التي تهم الوطن والمواطن.

3-9 المرونة :

حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى الكثير من مصادر الاتصال بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على المعلومات المختلفة والمفاضلة فيها واختيار الأنسب منها.[22]

3-10 الكونية :

البيئة الأساسية لوسائل الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الكترونيا عبر الحدود الدولية ذهابا وإيابا من أقصى مكان إلى أدناه في أجزاء على الإلف من الثانية.[23]

3-11 التكاملية :

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوبا للتخزين بالبريد الالكتروني وذلك لان النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.[24]

---

[21] سميرة شيخاني: **المجلة السابقة**، ص447.

[22] علي خليل شقرة: **مرجع سبق ذكره**، ص57/56.

[23] سميرة شيخاني: **المجلة السابقة**، ص448.

[24] نسرين حسونة: **مرجع سبق ذكره**، ص9.

كما وتحدث الدكتور سعود صالح عن خصائص الإعلام الجديد بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر – الرسالة – الوسيلة – المتلقي – الاستجابة، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك[25]:

1– مركزية الإعداد (المصدر)

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى. أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور.

2– المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

3– التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم.

4– المتلقي

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.[26]

---

[25] سعود صالح كاتب: **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص**، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز–جدة، 2011، ص9/8.

[26] **نفس المرجع السابق**، ص9.

5- الاستجابة

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير, حتى أصبح المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا.