

3. المداخل النظرية للإعلام الجديد:

ساعد الإعلام الجديد بخصائصه التفاعلية وسهولة توفره على ظهور عدد من المداخل لفهم مدلوله وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فالبعض ممن تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد مثل "بافلجك J.Pavlic" الذي يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والانترنت وما يليه ما من تطبيقات في الخمسين عاما الماضية، وباحثين آخرين مثل "ديفيس R. DAVIS" و "أوين D.OWEN" يريا انطلاقة من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني والبرامج المتنوعة والحية لقناة MTV الموسيقية على سبيل المثال وهي برامج غيرت شاشة التلفزيون بشكل انقلابي، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية وظهور الانترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام، ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد. وسوف تقدم هنا مجموعة من الرؤى النظرية حول الإعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد، ومن أبرز هذه المداخل:

1.3.11 مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد:

يحصّر "نيكولاس نيغروبونتي N.Negroponte" الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البيئات بدل الذرات، كأدوات رئيسية في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي،⁽¹⁾ والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة. أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية، يلي الاهتمامات الفردية، ومن ناحية أخرى يلي الاهتمامات العامة،⁽²⁾ أي أن الرقمية تجعل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم.

^{**} نيكولاس نيغروبونتي : باحث في مجال الاتصال بين الإنسان والآلة ولد بالولايات المتحدة الأمريكية درس في نيويورك ثم سويسرا لينظم بعدها الى معهد ماساشوتس لتكنولوجيا الإعلام الآلي والموارد البشرية بين سنتي 1982 و 1983 ليعود الى بوسطن ويؤسس مخبر وسائل الإعلام وهو المسؤول عن مشروع كومبيوتر لكل طفل بالولايات المتحدة الأمريكية كما عمل مستشارا في إدارة الرئيس بوش الابن.

(1) - ياس خضر البياتي: الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، م.س.ذ، ص359.

(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، م.س.ذ، ص35.

والميزة الأكثر أهمية في أن هذا الإعلام الجديد خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف وأخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.⁽¹⁾

2.3.11 النموذج الاتصالي الجديد لدى كروسبي:

ويشترك "فين كروسبي v.crosbie" مع "نيغروبونتي" في الأفكار نفسها، ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشر الذي كان من نوع الاتصال الشخصي وهو اتصال ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم، وله حالتان تميزانه هما:⁽²⁾

✓ **الاتصال الشخصي:**

- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.
 - يحمل المحتوى ترميزا يؤكد حالة الفردية التي تحقق حاجات ومصالح صاحب المحتوى، كما أن المنافع و الأضرار متساوية بين الطرفين.
 - التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد المشاركين في العملية الاتصالية.
- ✓ **الاتصال الجمعي:**

- يرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كانت يتبعها قادة المجتمعات القديمة والملوك والزعماء الدينيون، فيما وسعت التكنولوجيا من مداه إلى المستوى العالمي.
- من أدواته التقليدية: الإذاعة، التلفزيون والسينما وما إليها
- يقوم على نمط الاتصال من نقطة أو فرد إلى المجموعة، وما يميز هذا النوع أن الرسالة نفسها تصل إلى كل الجمهور.
- الذي قام بإرسال هذه الرسالة، يكون بلا شك هو المتحكم في محتواها وهذا معناه:
 - أن المحتوى لا يمكن تفصيله لتلبية احتياجات ومصالح كل فرد على حدة.
 - أن الفرد لا بد له من التحكم فيما يصله من محتوى
- ويتميز الإعلام الجديد حسب كروسبي بما يلي:
 - يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر

⁽¹⁾ -ياس خضر البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة ، ص360.

** - فين كروسبي خبير في توجهات الاعلام الجديد وصناعة المضامين الاعلامية يلقب بالمستقبلي العملي كونه خبير إستراتيجيات البث والنشر الرقمي ، قام بإعداد التقرير المشهور : تحول صناعة الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية عمل مديرا تنفيذيا للأخبار في العديد من وكالات الانباء كما إشتغل محرر ومراسل ومارس التدريس في جامعة ساوثرن كاليفورنيا ومدرسة مارشال للأعمال بالولايات المتحدة الأمريكية .

⁽²⁾ - بشرى جميل إسماعيل ، م.س.ذ، ص18-19.

- أن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها في هذه الرسالة. ويقول "فين كروسي" "لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد علينا أن نتذكر بأن ملايين الكمبيوترات التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر، وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد، في بيئة تسمح لكل فرد مشاركة مرسلات كان أو مستقبلاً بفرص متساوية من درجات التحكم، كذلك عندما يقوم أي منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الانترنت فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسية فيه فقط، ولكننا نرى أجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر، ولا يعني هذا الأمر الزائر وحده، وإنما عملية التخصيص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد، ولا يمكن أن يتحقق هذا الأمر في ظروف نظم الاتصال السابقة.⁽¹⁾

3.3.11 مدخل ديفيس و أوين: التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد:

ظلت مجموعة الوسائل التقليدية في ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي لا سيما وأن بعضها أصبحت وسائل تفاعلية وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الإعلام الجديد فضلاً عن تعبيرهما لمفهوم الخبر من حدث إلى يحدث بالتواجد الحي في مواقع الأحداث الكبيرة التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي مثل: الحروب في أفغانستان والعراق وكذلك الأمر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الإنتاج، تماماً إلى وسائل تنتهي كلياً إلى المرحلة الرقمية.⁽²⁾ وللبحث عن مخرج لحالة التقليدية هذه في تصنيف الإعلام الجديد، يضع "ديفيس * R. DAVIS" و"ديانا أوين * D. OWEN" في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي:⁽³⁾

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

يعود وفق هذا التصنيف إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيون الحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي، وبرامج الحوار

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، م.س.ذ، ص 37-38.

(2) - بشري جميل إسماعيل، م.س.ذ، ص 18.

* ريتشارد ديفيس : بروفيسور في العلوم السياسية متخصص في الاتصال السياسي، ألف العديد من الكتب ونشر العديد من المقالات حول : التأثيرات السياسية لأحداث الراديو - النقاشات السياسية على الانترنت. ناشط سياسي ومستشار للحملات الانتخابية شغل منصب رئيس قسم الإتصال السياسي في الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية.

** ديانا أون: أستاذة العلوم السياسية وتدرس الاتصال الثقافي وهي مدير برامج الدراسات الأمريكية، ألفت العديد من الكتب منها : الإعلام الجديد والسياسات الأمريكية مع ريتشارد ديفيس - الرسائل الإعلامية في الانتخابات الرئاسية الأمريكية - السياسات والحكم في الولايات المتحدة الأمريكية في عصر المعلومات، كما كتبت العديد من المقالات حول الانتخابات والسلوك التصويتي والسياسات الاجتماعية والتعليم .

(3) - ياس خضر البياتي، م.س.ذ، ص 360-362.

الحية وبرامج الأخبار الحية ويشمل التجديد في حالات أخرى، نموذج برنامج أوبرا، وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها.

النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة:

تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت والبريد الإلكتروني وغيره ما، وهي الوسائل التي مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم، ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وهذه الوسائل تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد لها ومجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تماهي وتبادل المنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، وكما يعترف الأفراد تعترف المؤسسات القديمة أيضا بأهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته.

4.3.11 مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد:

يقول "ليف مانوفيتش L.Manovich*" في مدخله لفهم الإعلام الجديد " لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات، وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغيرات هائلة في طبيعة الاتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضا، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم والصور والمؤثرات والأصوات والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق وهي استخدام الكمبيوتر ووسائل الإعلام ونظم الاتصالات.⁽¹⁾

* ليف مانوفيتش : فنان وكاتب ومبرمج ولد في موسكو وانتقل الى مدينة نيويورك ليحصل من جامعتها على درجة الماجستير ثم الدكتوراه من جامعة روشستر بعنوان : هندسة الرؤيا والتي تتبع فيها جذور ميديا الكمبيوتر منذ 1920، يعمل حاليا أستاذا في قسم الفنون المرئية بجامعة كاليفورنيا سان دييغو ومديرا لمخبر التحليل الثقافي في معهد كاليفورنيا للمعلومات ، تحظى كتاباته بتقدير عال داخل أمريكا وخارجها ، من أهم كتبه : الميديا الجديد - سينما ناعمة.

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، م.س.ذ، ص 41.

ويحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي: (1)

- التمثيل العددي: ويتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام.
- حالة الانتقال: وتعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض، بينما تحافظ على صفاتها المنفردة أو الخاصة، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية للإعلام الجديد.
- حالة الأتمتة: حيث تخضع جميع وسائل الإعلام الجديد بشكل ما إلى حالة أتمتة في كل أو بعض عملياتها بدرجات معقدة أو بمستوى بسيط من التعقيد.
- القابلية للتغيير: وهذه الحالة يمكن أن تشمل:
 - إمكانية فصل المحتوى/ إمكانية التعديل/ إمكانية التحديث/ التخصيص والتفاعلية
- الترميز الثقافي، وهو يلخص الفهم الخاص ل مانوفيتش بخصوص عملية التأثير الثقافي لاستخدام الكمبيوتر.

5.3.11 رؤية بافلك للإعلام الجديد:

يرى "جون بافلك J.PAVLIC" أن المشهد الخاص بتكنولوجيا الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغيرا راديكاليا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها، وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تسارع وفي كل صباح يعلن على مبتكر جديد.

يري "بافل" أيضا ضرورة توفر خارطة طريق وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وأثار تكنولوجيات الإعلام الجديد، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج، والتوزيع والعرض والتخزين، وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدودا بسبب حالات التلاقي والتماهي بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال:

- **نظام الإنتاج:** تكنولوجيات الإنتاج هي تلك المستخدمة في جمع ومعالجة المعلومات وهي تشمل: الكمبيوتر، أجهزة التصوير الإلكتروني والماسحات الضوئية، وهذه التكنولوجيات لم تضع لنا فقط طرائق جديدة لجمع وتفسير المعلومات، بل أيضا مكنتنا من تجميع أنواع جديدة من المعلومات وحل المشكلات القديمة والجديدة بشكل أسرع.

- **نظام التوزيع:** وهي تلك المتصلة بعمليات العرض أو الحركة للمعلومات الإلكترونية وهي تشمل على سبيل المثال: البث الهوائي، وتكنولوجيا الاتصال الأرضي... كما أن هذه التكنولوجيات لها آثار إيجابية وأخرى سلبية اقتصاديا واجتماعيا.

(1) - المرجع نفسه، ص 42.

- **نظام العرض:** ويشير إلى مجموعة التكنولوجيات المستخدمة في تقديم المعلومات إلى المشاهد أو المستهلك وما إليها، وهي تشمل مجموعة من الأجهزة المخصصة في عرض المعلومات الإلكترونية في أشكال مختلفة مثل: الصورة والنص والفيديو أو الوسائط المتعددة.

- **نظام التخزين:** يشير إلى التكنولوجيات أو الوسائل المستخدمة في استضافة المعلومات في أنساق إلكترونية مثل الاسطوانات المرنة والصلبة والليزرية. (1)

II.3.6 مدخل بوتلر وجروسين: (BOTLER&GRUSIN)

يرى هذان الباحثان تكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل الذي يطلق عليه تعبير المعالجة أو بلفظ آخر الإصلاح التي يطرحانه كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة، ويقولان: " أن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلال تكنولوجيا الإعلام الجديدة في إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها، مثل درجة الآنية والتشعبية، فال رغبة الآنية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام.

ويضع الباحثان **بوتلر وجروسين** منطق المعالجة ضمن سياق تاريخي مرتبط بتطور جميع أجهزة الإعلام كل واحدة على حدة، وإصلاح نفسها لنفسها. (2)

II.3.7 مدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد

يبني " **فيدلر R.FIDLER** " مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيها باستقراء النموذج الفلاسكي لتبني المستحدثات " **لايفرت روجرز** " ورؤى " **بول سافو** " التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول " **فيدلر** " أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير **media morphocis** وهو مصطلح نحتة **فيدلر** بنفسه في بداية التسعينات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات والضغطات السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية.

ويحدد **فيدلر** ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هاته وهي:

- تعايش وتطور مشترك للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.
- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديد.
- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديد.

(1) - ياس خضر البياتي: م.س.ذ، ص 65-67.

(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، م.س.ذ، ص 45-46.