

الإعلام الجديد، نحو فلسفة جديدة

**The new media, towards a new
philosophy**

د. عزوز وهيبة حنان¹

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

ملخص المقال:

مع التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تزاوجا مع فلسفة الويب المبنية على التفاعلية والتشعب، ظهر ما سمي بالإعلام الجديد، إعلام تلاشى فيه الجمهور التقليدي نحو المستخدم النشط والمنتج للمضمون، كما اختفت فيه الوسيلة نحو فلسفة استخدام جديدة، سادتها السرعة والتبادل الكبير، أما المعلومة التي شكلت محور العملية الاتصالية فقد تحولت طبيعتها، ذلك أنها تشبعت بخصائص أخرى كالآنية، الإنتاج المستمر، الكثافة واختلاط المصادر.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد؛ الأنترنت؛ الويب؛ تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛ المستخدم.

¹- اسم الباحثة ولقبها: د. عزوز وهيبة حنان، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، البريد

الالكتروني: azzouz.777@hotmail.com

Abstract

The new media, towards a new philosophy

The internet brought about changes as never before, affecting all domains of the human life, it create an equivalent world, a new space designed by the crossing of technology, personal relationships, and the new philosophy of the web 2.0, it gives interactivity, hypermedia, personalization, the transformation of the information, and the appearance of the actives users.

Key words:New media, internet, web, technology of information and communication, users.

مقدمة :

مع التطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي جعلت من السرعة والسهولة من أولياتها، دخلت الأنترنت عهدا جديدا، اتسم بالاستخدام التفاعلي وبالتشارك اللامتناهي، ليبدأ التحول إلى ما سمي بالإعلام الجديد ، ذلك بتحول مراحل و عناصر انتقال المعلومة ، فالمرسل التقليدي أصبح مرسلا و مستقبلا في آن واحد، أما القناة التقليدية فتحوّلت إلى قنوات شفافة وإلى وسائط لا تهم بقدر ما تنقله من مضامين، أما المعلومة فتميزت بالكثافة، الغزارة والآنية، وبالتلف السريع واختلاط المصادر، كما مال الجمهور إلى اللاجمهرة والتشتت إلى جماعات و أفراد محايدين لكنهم عالميين يتسمون بالعزلة وبالتجمع الكثيف، هذا الانقلاب الجذري جر في

طياته العديد من البحوث التي حاولت تسليط الضوء على هذا الإعلام المسمى "جديدا" وإزالة الغموض حول العنصر الأساسي للمجتمع الحديث ألا وهو (المعلومة)، فما هو الإعلام الجديد؟ وعلى أي أساس سمي جديدا؟ وما الفلسفة التي جاء بها؟

أهمية الورقة البحثية:

يعتبر انتقال المعلومات في الواقع البديل من بين العمليات المعقدة والمتشعبة، أعطت الإعلام الجديد خصائصا أخرى ذلك أنها شكلت تلاقي بين الجانب التكنولوجي باعتبار الأنترن أولا منصة لتبادل المعلومات، وبين فلسفة الاستخدام التي تشكل الجانب الإنساني من الشبكة، وبين الواقع الافتراضي الذي أنتج هالة تخيلية أثرت بشكل مباشر في تبادل المعلومات ونشرها، إضافة إلى تعلق هذه العملية ببيكولوجية الأفراد، ذلك أن الواقع البديل مفعول من طرف مستخدمين لهم خصائص وطريقة تفكير جعلتهم يتعاملون مع المعلومات بكل أنواعها بطريقة مختلفة، كل هذا جعل من الإحاطة بمفهوم الإعلام الجديد وبخصائصه إجابة عن إشكالية في حد ذاتها، قد تفتح المجال لتساؤلات أخرى ذلك أن الواقع البديل في تطور مستمر.

أهداف الورقة البحثية ومحاورها:

تهدف من خلال الورقة البحثية إلى الإحاطة بمفهوم الإعلام الجديد وعلاقته بالإعلام التقليدي كعملية واحدة تتمثل في إنتقال المعلومات لكن بخصائص مختلفة، وفي مرحلة ثانية تبيان المميزات التي اتخذها الإعلام الجديد بما فيه اعتماده على شبكة الأنترن بصفة جوهرية، مركزين على الفلسفة

الجديدة التي جاء بها الويب 2.0 التي أدت إلى تلاشي الجمهور. بمعناه الأولي، ليكون الهدف الأساسي لهذا البحث إعادة النظر في عناصر العملية الاتصالية التقليدية في ظل الإعلام الجديد.

ومن أجل ذلك، قسمت الورقة البحثية إلى عدة محاور، ابتداء بالمحور الأول الذي عالج مختلف التعريفات للإعلام الجديد من أجل الخروج بتعريف شامل، أما المحور الثاني فقد حاولنا فيه تقسيم خصائص الإعلام الجديد بما فيه الجانب التكنولوجي مركزين على الأنترنت في شقها التقني، إضافة إلى معالجة جانب الاستخدام الذي شكل فلسفة جديدة قلبت عناصر العملية الاتصالية التقليدية، بما فيه اختفاء الجمهور وظهور المستخدم الفردي، وتلاشي الوسيلة ليحل محلها الاستخدام.

أولاً: الإحاطة بماهية الإعلام الجديد

في اللغة الفرنسية (information) هي المعرفة المقدمة للآخر في شكل يسمح له بفهمها¹ وهي فعل أخذ أو إعطاء المعرفة حول حدث ما²، وتشير الكلمة نفسها إلى الإعلام كمنظومة بكل تقنياتها وميادينها الناشئة مع الصحف اليومية في القرن 19³.

¹ Janet Stevenson, Dictionary of library and information management, Petter Colling, Britain 1997, p 71.

² Dictionnaire Quillet, Aristide, France, 1975, sans page.

³ Francis Balle, dictionnaire des médias, Larousse, Paris, 1998, p 25.

ويعرف الإعلام أنه "عملية ديناميكية تهدف إلى توعية و تثقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير، التي تستقبل موادها المختلفة و تتابع برامجها وفقراته¹، وهو كذلك "نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، من خلال أدوات ووسائل بقصد التأثير في عقلية وغرائز وسلوك أفراد المجتمع"².

ليكون الإعلام الجديد العملية نفسها التي طرحت بشكل آخر ذلك أنه "إعلام متعدد الأشكال (مسموع، مقروء ومرئي) ومتعدد الوسائط والنماذج (فديو، مدونات، مواقع، صحافة...) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت بـمميزاتها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدي إلى وسائل إلكترونية تتميز بالحرية، التفاعل، التنوع والشمول"³.

هذا التحول أدى إلى التساؤل عن الشيء المشترك بين الأدوات والمحطات التلفزيونية، التي يطلق عليها اسم الوسائل الجديدة⁴، حيث أثارت البحوث إشكالية تسمية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، لأنهما شكلت

¹ عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا، الأردن، 2014 ص 7.

² عامر إبراهيم، الإعلام والمعلومات والأنترنت، اليازوري، الأردن، 2013، ص 21.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، دار أسامة، الأردن،

2014، ص 53.

⁴ فرنسيس بال، جيران إيميري، وسائط الإعلام الجديدة، ترجمة فريد أنطونوس، ط 1،

عويدات، لبنان، 2001، ص 10، 11.

قطيعة بين "الإعلاميين" وقلصت من احتواء الجديد للقديم، لذلك فإن الإحاطة بمفهوم واضح لما سمي "بالإعلام الجديد" يشكل خطوة في حد ذاتها.

وإضافة إلى "الإعلام الجديد" ظهرت مسميات أخرى منها "الإعلام التفاعلي"، "الإعلام الإلكتروني"، "إعلام الوسائط المتعددة"، "الإعلام الرقمي"، "الإعلام الكوني"، "الإعلام البديل"، "الإعلام التشاركي"، كلها تتقاطع في وصف "نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة، إلا أنه يختلف لأنه يعتمد على وسيط اتصالي جديد هو الأنترنت"¹ "الذي جعل منه إعلام كل شيء...يختص بالرأي و المعلومة والخبر...و الصور و مشاهد الفيديو التي تنشر الكترونيا من قبل أشخاص مستقلين غير خاضعين لأي نظام...سوى التزامهم الشخصي بما يؤمنون به"².

ويمكن تعريف الإعلام الجديد أنه إعلام تختلط فيه المعالم بين المستقبل والمرسل، كما تختلط فيه المؤسسات الإعلامية ونواياها بالمستخدمين ونواياهم الفردية، تبث، تنشر، تعرض فيه المعلومات متعددة الوسائط والمتشعبة، عبر التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والسمعي البصري، وفي مقدمتها الأنترنت، يكون فيه الأثر أو رجوع الصدى لاستهلاك المعلومات خالقة لمعلومات جديدة (تعليق، تدوين، تشارك، إعادة بث)،

¹ عباس ناجي، الصحفي الإلكتروني، ط 1، دار صفاء، الأردن، 2013، ص ص 19، 20.

² رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، ط 1، جسور، الجزائر، 2014، ص 11.

وتحتل التفاعلية دورا أساسيا في فلسفته الجديدة المعتمدة على التمرکز على المستخدم.

ثانيا: جوانب الإعلام الجديد

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى شقين أو جانبين متداخلين

1- الجانب التكنولوجي¹ :

Technology¹ "المشتقة من اللاتينية techne تعني فن أو مهارة، وlogy مأخوذة من logos لوهي العلم أو الدراسة، ومعنى الكلمة كلها هو علم الوسيلة، وتوظيف العلم لخدمة مختلف نواحي الحياة التطبيقية".

(عمر عباس ابن تاج، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، سلسلة الأطروحات، مصر، 2014، ص 13).

وهي كذلك تطبيق المعرفة العلمية في العمليات الصناعية.

(Sherif Fahmi Badawi dictionary of computer, internet and informatics, HB , Lebanon, 2008, p 416).

وتعرف أهما العلوم التطبيقية، علم التقنية.

(The Alkilani dictionary of computer and internet terminology, 1ed, library of Lebanon, Lebanon, 2004, p747).

ويشير قاموس لاروس أن technologie هي علم الأدوات والآلات والتقنيات أو مجموع المعارف والممارسات المبنية على أسس علمية.

(Le petit Larousse, Hachette, Paris, 2010, p 995).

بالتالي فالتكنولوجيا في عصرنا هي الأدوات والآلات (الحديثة خاصة) التي تستعمل في مجال معين، مثلا النانو-تكنولوجيا أي تكنولوجيا كل ما هو غير مرئي بالعين المجردة.

المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية العدد: 01 جوان 2019

إن "تكنولوجيا المعلومات IT هي المصطلح المستخدم لوصف التجهيزات (المعدات)، وبرامج الكمبيوتر (البرمجيات) التي تسمح بالنفاد، الإسترجاع، التخزين، التنظيم، والتشكيل والعرض التقديمي للمعلومات بواسطة وسائل إلكترونية، من أمثلتها المساحات الضوئية، الحاسبات الإلكترونية، تجهيزات العرض، وقواعد البيانات، وبرامج الجداول الإلكترونية والوسائط المتعددة"¹

حيث يركز الإعلام الجديد على الجانب التكنولوجي بصفة أساسية، لذلك فقد حاولنا تقسيم وترتيب ما سمي بتكنولوجيا المعلومات كمجال واسع ناتج عن تفاعل وتآلف عدة عناصر، على النحو التالي:

1-1- تكنولوجيا صنع المعلومات: التي تمثل المرحلة الأولى من

العملية الاتصالية ألا وهي صنع المعلومة، إذ تشمل كل آليات وتقنيات صنع وكتابة المعلومة، والتي تتمثل أساسا في التصوير الرقمي (التكبير والتصغير)، الحواسيب الإلكترونية والأجهزة المحمولة، الطباعة والنسخ بالتقنيات الجديدة، أنظمة التسجيلات الرقمية البرامج الحديثة، إضافة إلى الكتابة باللغة الرقمية.

1-2- تكنولوجيا التعامل مع المعلومات: والتي تشمل بدورها

برامج المعالجة الإلكترونية وكل ما يسهل عملية " فرز

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص

classification فهرسة (cataloging) عمل الكشافات
(indexing) المستخلصات (abstracting) التوثيق
(documentation) التخزين (archivage) والاسترجاع¹،
سعات التخزين: بعد (méga octet) و (giga octet) نتكلم عن
(terra octet)، الأقراص المضغوطة والحاملات والذاكرات الافتراضية،
النسخ والطباعة بأبعاد ثنائية وثلاثية والآلات الرقمية.

1-3- تكنولوجيا الإعلام والاتصال² (إيصال المعلومة) حيث

تشير (Communication technology) إلى "أي أداة أو جهاز
أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض
البيانات"³، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال هي تلك الوسائل والأدوات التي
ظهرت إلى الوجود وإلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة التطورات الحاصلة
في الميدان⁴، حيث تشمل الاتصالات من خلال ظهور الهواتف متعددة
الاستخدام التي تمكن من صنع المعلومة وبعثها بسرعة، وذلك بفضل ظهور
الأجهزة المزودة بخدمة الأنترنت وتطور الشبكات الاتصالية، إضافة إلى

¹ محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 316

² الإعلام هو في حد ذاته إيصال - تكنولوجيا الإعلام هي تكنولوجيا إيصال المعلومة.

³ محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 139.

⁴ محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة،

الاستخدام والتأثير، ط1، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص3.

السمعي البصري التمثل في التلفزة الرقمية والفيديو الرقمي¹، من خلال ظهور التسجيلات السمعية البصرية على الأقراص والصور ثلاثية الأبعاد 3d، إضافة إلى البث المباشر (إذاعة وتلفزة) الذي احدث تقدم كبير حيث أصبح الجمهور يشهد آنيا ما يجري، وكذلك المشاهدة بالطلب أو ما يسمى (streaming)، إذ يبحث المستخدم عن ما يريد مشاهدته على شبكة الأترنت ثم يشغل في دقائق، إلى جانب التلفزة التفاعلية التي تمكن المستخدم من التحكم في المشاهدة (تسجيل-توقف-إعادة).

وصولا إلى جوهر الإعلام الجديد ألا وهو الأترنت حيث تعتبر هذه الشبكة التي مررت إلى شبكات مفتوحة للجمهور في أوائل الثمانينات، قاعدة تقنية للذكاء الجمعي، لذلك يعتقد البعض أنها أفضل إختراع²، لأنها شكلت منصة لكل ما لحقها من تجديدات، وتلخص الثورة الثالثة في العصر الحديث ألا وهي الثورة الرقمية أو ثورة المعلومات (la révolution

¹ كلمة رقمي هي في الفرنسية numérique أي معلومة مسجلة بأرقام info en nombre، من اللاتينية numerus أي تمثيل بالأرقام nombre/multitude وكذلك يمكن ذكر كلمة digital التي تستعمل في ألمانيا وضواحيها وهي من اللاتيني digitus أي.doits.

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Num%C3%A9rique> 11-06- (18: 22 -2019).

² Philippe Breton, le culte de l'internet, une menace pour le lien social, ed Casbah, Alger, 2004, p p 45, 46.

(numérique des données) التي تستمد جذورها من التغيرات الطارئة على الإعلام الآلي (المعالج micro-processeur 1971) و(الحاسوب الشخصي 1981)، حيث إنتقلت من عصر الأجهزة (1945-1985) إلى عصر البرامج (1985-2005)، نحو عصر المعلومات(2005...)¹، حيث تكلم البعض عن "ثورة" حقيقية، لأن الأنترنت أدخلت تغيرات عميقة وواسعة².

ولعل من أهم ما غيرته هذه الوسيلة هو نمط الاستخدام بواسطة التمركز على الكونية، العالمية (mondiale, globale) ، والحرية (liberté) ، حيث أدخلت خاصية تعدد الاستخدامات، وفتحت مجال لاستخدام الوسائل التقليدية بشكل جديد، مثل التلفزة والراديو³، من جهة أخرى أسست حول فكرة التأقلم (l'interopérabilité) من خلال جعل كل الأدوات مقبولة بين بعضها البعض من الجانب التقني، هذا لمنع

¹Martial Pasquier, communication publique, de boeck, Belgique, 2011, p p 7, 8.

²Maryann P. Feldman, la révolution d'internet et la géographie de l'innovation, revue internationale des sciences sociales, la société du savoir, n° 171, mars 2002, France, p53.

³ Martial Pasquier, op.cit, p 239.

عزل بعض المواقع والتطبيقات¹، إضافة إلى ذلك، أعطت الأنترنت طابع التفاعلية² مع المضمون من أجل الاستخدام النشط والفعلي، كما أدخلت طابع الشخصية³ حيث يختار المستخدم أي موقع يريد دخوله، من أي مكان وفي أي وقت، كما يختار أي مضمون يريد التعرض له، إذ مكنته من التصرف بحرية تجاه البرامج المفتوحة، لتشغيلها، نسخها، توزيعها، دراستها وتطويرها، لتتأقلم مع حاجياته⁴.

2- جانب الاستخدام (فلسفة جديدة)

دخلت الأنترنت مرحلة الويب التفاعلي الذي أنتج تلاشي المستخدم السلبي، ليحل محله مفهوم المستخدم الفاعل والنشط، حيث طور (مانويل كاستل)⁵ مفهوم الاتصال الجماهيري الفردي (communication de masse individuelle) ليعبر على نمط تاريخي جديد من الاتصال، يضم مخاطبة عدد كبير من الأشخاص حول كل

¹ David Fayon, géopolitique d'internet, qui gouverne le monde, economica, Paris, 2013, p 13.

² التفاعلية: من أساسيات الويب، ومن خصائص الأنترنت، بالرغم من أنها لم تبلغ ذروتها إلا مع الويب 2.0، لذلك فتعتبر من خصائص الويب 2.0.

³ تعتبر الشخصية كذلك من خصائص الويب 2.0، بالرغم من أن فكرتها ظهرت مع الأنترنت.

⁴ David Fayon, op.cit, p 10.

⁵ Manuel Castells (1942) سسيولوجي إسباني.

العالم، وتعميم المشاركة على الأترنت ، لتكون الرسائل مصنوعة من طرف هؤلاء الأشخاص (l'auto-production) كما أن استقبالتها يكون مختار من طرفهم (l'auto-selection)¹، حيث إرتكز الويب 2.0 أساسا على فكرة كسب معطيات تصعد قيمتها مع الاستخدام والتركيز على معلومات يضعها المستخدم مجانا، إضافة إلى اعتبار المستخدمين صانعي المواقع، ومطوريتها²، إذ بني على منطق الذكاء الجمعي (intelligence collective) وعلى حكمة الحشود³ (la sagesse des foules) . كما أن المرونة في الاستخدام حررت المستخدم من الحاسوب، إلى أجهزة أخرى كالهاتف المحمول والتلفزة⁴، حيث إقترح الويب 2.0 خدمات تتمحور أساسا حول المستخدم ، فمكنته من شخصنة المواقع

¹ Julie Denouel, Fabien Granjon, Aurélie Aubert, médias numériques et participation, entre engagement citoyen et production de soi, Mare et Martin, Paris , 2014, p15.

² Stephen Ley, Brad Stone, la révolution 2.0, courrier international, n 826, France, 2006, p 27.

³ Francis Pisani, Dominique Piotet, comment le web change le monde, des internautes aux webacteurs, 2ed, pearson, Paris, 2011, p6.

⁴ Stephen Ley, Brad Stone, op.cit, p27.

والمشاركة فيها¹، وبوضعه في وسط السيورة الاتصالية ، لم يصبح زائر، لأنه يعطي معنى للمضمون².

ومزجت هذه الفلسفة الجديدة التي جاء بها الويب 2.0، بين التقنية (استعمال التكنولوجيا المختلطة) والعلاقات الاجتماعية (تفاعل - تشارك) والمعلومات (تراكم - سهولة)³، إذ لمست كل الجوانب، لينتقل الزائر في الويب 1.0 إلى مشارك في الويب 2.0، أما الشركات التي كانت تشتري إسم المواقع فأصبح همها الوجود في نتائج البحث، أما الاشهار الذي أسس على عدد الزيارات، فأصبح يتعلق بحركة المستخدم إضافة إلى أن خلق المضمون حل مكان النشر المتحكم فيه، في إطار المشاركة والتشارك في صنع المضمون (participation, partage) ، أما المواقع الشخصية فطغت عليها المدونات ، ليكون التحرك من (إقرأ) إلى (اجتمع، شارك)⁴.

¹ David Fayon, op.cit, p 19.

²Ludovic Boursin, Leatitia Puyfaucher, le média humain-dangers et opportunités des réseaux pour l'entreprise, Eyrolles, Paris, 2011, p 220.

³ Davis Fayon, Christine Balagué, Facebook, Twitter et les autres..., Pearson, France, 2010, p 224.

⁴ Dominique Gany, nouveaux médias, mode d'emploi, Edipro, Belgique, 2009, p 13.

كما مالت المضامين إلى التشعب الكبير من خلال ظهور الوسائط المتعددة (multimédia) والمتشعبة "معطيات تمزج بين النص، الأصوات، الفيديو، الصور والرسوم ، ليكون نتاجا تفاعليا..."¹. كما "أصبحت الرسائل تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة صغيرة"² مع الحرية في إختيار التعامل مع المضمون، نمط الإبحار، ونوعية التلقي ، خصائص تستوعبها المحركات من خلال تتبع الحركة والإبحار في المواقع، في إطار الشخصية (la personnalisation) ، ليكون كل مستخدم قادر على "تحديد الشكل الذي يريده، والتركيز على الأبواب... وانتقاء الخدمات... في أي وقت يرغبه حسب ما يتوافق مع اختياراته الشخصية"³.

وتظهر قيمة التفاعلية كعنصر فاصل بين المخطط التقليدي و الجديد، لأنها لب تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل وجوهر إثراء المضمون و انتقاله بالسرعة اللازمة لخلق مضمون آخر، فهناك من يرى أن التفاعلية هي "نظام بنوي وتقني، يسمح للمستخدم بالتحكم في المعلومات..."⁴ ليتجاوز هذا النظام الناحية التقنية فيصبح فلسفة حقيقية، ينسى فيها الجانب

¹ فرانسوا لسلي، نقلا ماركيز، وسائل الاتصال المتعددة (ملتيديا) ، ترجمة شاهين فؤاد، ط1، عويدات، بيروت، 2001، ص 7 .

² ماجد فاضل الزبون، الإعلام وثقافة التفكيك، ط 1، العربي، القاهرة، 2013، ص 151.

³ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان، 2010 ، ص 129 .

⁴ فيصل أبو عيشة ، مرجع سابق، ص 128.

المادي، ذلك أنها تداخل ذكائين على الأقل، من أصل إنساني عامة، في علاقة تدفق ثنائي أو أكثر، مع رجوع الصدى¹.

ولعل ما جاء به الويب هو فلسفة الشبكات فمع تطور أدواته، تغيرت الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى يومنا هذا، حيث أصبحت منصات علائقية للبناء والتشارك، مركزة على الحوارية مع التخلص من الحدود المادية والمكانية، كما أصبحت تسمح للمستخدم من غربة المعلومات التي تمهه من بين ذلك الكم الهائل².

ثالثا: تلاشي الجمهور كحلقة أساسية

إن فلسفة الإعلام الجديد المبنية على التمرکز على المستخدم، أدت إلى تلاشي مفهوم الجمهور الذي يعد حلقة أساسية في معادلة الاتصال، ذلك أن المرسل والرسالة كانا مقر اهتمام أكثر من المتلقي، ففي تاريخ الاتصال وجدت الوسائل مثل الكتاب، الجريدة والإذاعة دائما جمهورا لها، ليتغير ذلك مع تضاعف التقنيات التي أوسعت من قدرات العرض، وأتمت سوق الاتصال³، بالتالي أصبح المتلقي أي (الجمهور) مقر اهتمام، لاسيما أن

¹ Ghislaine Azémard , les 100 notions pour le crossmédia, l'immatériel, France, 2011, p 102.

² Ludovic Boursin, Laetitia Puyfaucher, op.cit, p 63.

³ Régime Chiniac et autres et autres, l'audience, ed CNRS , France, 2009 , p 37.

رد فعله أعتبر رسالة جديدة، مع التفاعلية الكبيرة التي تتيحها هذه التقنيات الجديدة.

بهذا انتقلت البحوث الرامية إلى دراسة تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الجمهور من النظر في الأثر المرتبط بمخطط القائم بالاتصال وهدفه المحدد سابقا، إلى التنبؤ بآثار التعامل مع الوسيلة الجديدة، ذلك أن المضمون لم يعد يهم بقدر الاستخدام، إذ نظر (مارشال ماكلوهان)¹ إلى التاريخ بموقف "الاحتمية التكنولوجية، التي ترى أن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيرا أساسيا على المجتمعات"² ذلك أن "الوسيلة هي التي تشكل وتتحكم في مقياس نشاط الناس وعلاقاتهم ببعضهم البعض، فمن مميزات الوسائل أن مضمونها يخفي طبيعتها، وإن فكرة الوسيلة هي الرسالة تستند إلى أن وسائل نقل المعلومات تؤدي إلى التأثير على السلوك البشري بغض النظر عن الرسالة..."³ ، بالتالي "فالوسيلة التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة هذا المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان ستشكل ظروفًا جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون بها ويعملون وفقا

¹ Marshall McLuhan (1911-1980) مفكر كندي وسيولوجي، منظر في

علوم الاتصال، من مؤسسي الأبحاث المعاصرة حول وسائل الإعلام.

² علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال الحديثة، دار الأيام، عمان، 2015، ص 62.

³ برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي، عمان،

2014، ص 201.

لها، أي أن الوسيلة امتداد للإنسان...¹ " فكل حاسة من حواس هذا الأخير ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، فهي امتداد لها، هذا ما سيغير طريقة التفكير بالتالي يغير الإنسان².

هذه الوسيلة أصبحت شفافة في عهد الأنترنت ليحل محلها الاستخدام، فبعد أن كان الفرد جزءا من الجمهور المتلقي للمعلومة دون أي رد فعل آني أو إنتاج مباشر للمضمون، ظهر المستخدم الإيجابي الذي أصبح منتج المعلومة، مستخدمها وموزعها، ليظهر نمط جديدا لنموذج الاتصال، حيث اتخذت المعلومات خصائص أخرى، فاختلطت الأدوار بين مستقبلها ومرسلها، كما شكل رد الفعل مضمونا جديدا، أما قيمتها فتلاشت لتصبح سريعة التلف، آنية، وذات كثافة كبيرة لأنها تشبعت بالتفاعلية، التشعب والتشارك في المضمون والعلائقية الكبيرة، حيث شملت هذه الخصائص في مرحلة أولى بناء المجتمع ككل، ذلك أن هذا الأخير مبني على المعلومة، وفي مرحلة ثانية غيرت نظرة الأفراد إلى أنفسهم حيث أصبحوا يعيشون في الوسيلة، لتخضع بناء ذواتهم إلى مميزاتها الجديدة.

خاتمة:

لا شك أن الإعلام الجديد يحمل في طياته عناصر الإعلام التقليدي، لأنه امتدادا له، فالتطور هو الترابط لا الانفصال بالتالي فالإعلام الجديد هو

¹ علي عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص 63.

² برهان شاوي، مرجع سابق، ص 197.

أولا "إعلام" يعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وخاصة الأترنت، فما جعله جديدا هو درجة التفاعلية التي يمنحها، ليشهد المرسل الذي كان يعتبر صحفيا في الإعلام التقليدي مرحلة التلاشي، ذلك أن كل المستخدمين يمكنهم أن يصبحوا صحفيين في وقت ما، هنا نتكلم عن مفهوم (الصحفي المواطن)، فالإحترافية لم تصبح مهمة بقدر المضمون المقدم، أما رجع الصدى أو رد الفعل فأصبح مضمونا جديدا و فوري ربما هذا ما جعل من الإعلام (الجديد) جديدا.

ونظرا إلى أن المجتمع في تطور مستمر وفقا لتطور التكنولوجيات الجديدة، صعبت الإحاطة بالإعلام الجديد ذلك أنه متعلق بهذه التطورات، هذا ما أثار العديد من التنبؤات حول مستقبل المعلومة، في مجتمع المعلومات خاصة مع ظهور الافتراضية والانخراط الكلي للأفراد في العالم الذي تتيحه بعض الوسائل، حيث يتكلم البعض عن إنتاج (أفراد جدد) أو أفراد 2.0.

• المراجع

باللغة العربية

الكتب:

- ابن تاج عمر عباس ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، سلسلة الأطروحات، مصر، 2014.

- أبو عيشة فيصل ، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان، 2010 .
- الزبون ماجد فاضل ، الإعلام وثقافة التفكيك، ط 1، العربي، القاهرة، 2013.
- الشريف عبد العزيز ، الإعلام الإلكتروني، ط1 ، دار يافا، الأردن، 2014.
- الفاتح محمد حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، ط1، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
- بال فرنسيس ، إيميري جيرار ، وسائط الإعلام الجديدة، ترجمة فريد أنطونيوس، ط 1، عويدات، لبنان، 2001.
- بلخيري رضوان ، مدخل إلى الإعلام الجديد، ط 1، جسور، الجزائر، 2014.
- شاي برهان ، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي، عمان، 2014.
- شقرة علي خليل ، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة، الأردن، 2014.
- عامر إبراهيم، الإعلام والمعلومات والأنترن، اليازوري، الأردن، 2013.

- عباس ناجي ، الصحفي الإلكتروني، ط 1، دار صفاء ، الأردن، 2013.
- عبد الفتاح علي ، نظريات الاتصال الحديثة، دار الأيام، عمان، 2015.
- علم الدين محمود ،تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التعليم المفتوح، القاهرة، 2000.
- لسلي فرانسوا ، ماركيز نقلا ، وسائل الاتصال المتعددة (ملتمديا)، ترجمة شاهين فؤاد، ط1، عويدات، بيروت، 2001.
- باللغة الفرنسية
- الكتب
- Boursin Ludovic, Puyfaucher Leatitia, le média humain-dangers et opportunités des réseaux pour l'entreprise, Eyrolles, Paris, 2011.
- Breton Philippe, le culte de l'internet, une menace pour le lien social, ed Casbah, Alger, 2004.
- Chiniac Régime et autres et autres, l'audience, ed CNRS , France, 2009.
- Denouel Julie, Granjon Fabien, Aubert Aurélie, médias numériques et participation, entre engagement citoyen et production de soi, Mare et Martin, Paris , 2014.
- Fayon David, Balagué Christine, Facebook, Twitter et les autres..., Pearson, France,

2010Pasquier Martial, communication publique, de boeck, Belgique, 2011.

- Fayon David, géopolitique d'internet, qui gouverne le monde, economica, Paris, 2013.
- Gany Dominique, nouveaux médias, mode d'emploi, Edipro, Belgique, 2009.
- Ghislaine Azémard , les 100 notions pour le crossmédia, l'immatériel, France, 2011.
- Pisani Francis, Piotet Dominique, comment le web change le monde, des internautes aux webacteurs, 2ed, pearson, Paris, 2011.

- القواميس

- Balle Francis, dictionnaire des médias, Larousse, Paris, 1998.
- Dictionnaire Quillet, Aristide, France, 1975.
- Le petit Larousse, Hachette, Paris, 2010.

- المقالات

- Feldman Maryann P., la révolution d'internet et la géographie de l'innovation, revue internationale des sciences sociales, la société du savoir, n° 171, mars 2002, France.
- Ley Stephen, Stone Brad, la révolution 2.0, courrier international, n°826, France, 2006.

- المواقع

- <http://fr.wikipedia.org/wiki/Num%C3%A9rique>
11-06-2019- 22 :18.

● باللغة الإنجليزية

- القواميس

- Sherif Fahmi Badawi, dictionary of computer, internet and informatics, HB, Lebanon, 2008.
- Stevenson Janet, Dictionary of library and information management, Petter Colling, Britain 1997.
- The Alkilani dictionary of computer and internet terminology, led, library of Lebanon, Lebanon, 2004.