

مدخل الإعلام الجديد

المفهوم والنماذج

د. بشرى جميل اسماعيل
جامعة بغداد - كلية الاعلام

المستخلص

«محاولة هذا المدخل ان يوجه التفكير في المنهج، وليس بالمنهج»*

اذ يتحدث الكل عن الإعلام الجديد، استخدام الإعلام الجديد، تأثير الإعلام الجديد، إذن ماهو الإعلام الجديد؟ هل هو مجرد الانتقال إلى وسيط الانترنت؟ إذا كان كذلك فتحول كبرى المؤسسات الإعلامية إليه سيضفي عليها هذه السمة حتى تكون أقرب إلى الجمهور، فهل تضع بذلك فكرة «الإعلام الجديد» التي تم تسويقها؟ ومن ثم فلن تختلف سياستها وهي في إعلامها الجديد عن القديم، أم أن الإعلام الجديد حكرٌ على الأفراد دون المؤسسات؟ هل من الواجب أن يظهر الخبر أو الرأي بلغة بسيطة قد تحتوي على بعض الأخطاء النحوية والاملائية وتفتقر إلى التنظيم والترتيب الصحفي، وإن كان مرئياً فيكون التسجيل بكاميرا فيديو ذات جودة رديئة وصوت منخفض حتى نطلق عليه إعلاماً جديداً؟ ماهو العنصر الحاسم في الإعلام الجديد؟ هل هو عدم الانحياز والتعقيم؟ وهل استخدام الأفراد في ذلك يختلف عن المؤسسات؟ ألا ينحاز الأفراد إلى ما يؤمنون به ويشيرون في ذلك الاشاعات؟ إذن ليكن «الإعلام الجديد» وسيلة يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، «متعدد الوسائط Multimedia»، فلو أردنا أن نقارن بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، سيظهر أهم فارق وهو أن الإعلام الجديد - فضلاً عن ما ذكر- قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل Interactivity، والذي كان بدوره - التفاعل - أن أنتج لنا مواقع للتواصل الاجتماعي على الانترنت مثل تويتر Twitter ويوتيوب YouTube وعالم الفيس بوك Facebook.com. واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا نأمل ان يتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

ولهذا تثير علاقة التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال بالإعلام إشكاليات عدة، لا يمكن اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ جعلها عاملاً محددًا للتحويلات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة.

ولهذا سيعتمد بحثنا على المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الاشكال الإمبريقية* للإعلام الجديد، بالاعتماد على نماذج الاتصال، لفهم ظاهرة الإعلام الجديد كحقل تفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية معقدة، وايضاً من منطلق مقارنة خصوصيته كممارسة إعلامية تواصلية، أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تعمل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال.

ونستعرض مجموعة من التعريفات، وتحليل للرؤى النظرية التي اتيح للباحثة الاطلاع عليها، التي يتم تداولها لدى المتخصصين في هذا المجال، ونصل بعد ذلك الى جملة من الخلاصات لمجموعة الرؤى المطروحة عن هوية هذا الاعلام وعن مداخل فهمه.

مفهوم الإعلام الجديد

مفهوم «الإعلام الجديد»، مثير للجدل. لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنسانية. نظراً لتداخل الآراء في دراسته. عكس هذا المفهوم. في بداياته. التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام. ولاحقاً. بعد ثورة الإنترنت. أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية. ويعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بأنه «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة»^(١).

وبحسب ليستر Lester: هو «مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام»^(٢). ويشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وبدل على استخدام الكمبيوترات. فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.

ويشير أيضاً إلى: «الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات. وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع»^(٣).

ويعرف الإعلام الجديد: «بأنه جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال». وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً جازماً للإعلام الجديد بأنه: «انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. ويوجد حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الاعلام الجديد والكيفية التي يتم عن طريقها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته»^(٤).

ويمكن تقسيم الاعلام الجديد بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام الاربعة الآتية:

- ١- الاعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبوقه، ومجموعة من تطبيقات لا حصر لها. فهو بالنسبة للإعلام، يمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث. «أي الصحافة، والاذاعة، والتلفزيون».
- ٢- الاعلام الجديد القائم على الاجهزة المحمولة، ومنها اجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتعدّ الاجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل. وتهدف المؤسسات الإعلامية عن طريق استخدام الاجهزة المحمولة لتنويع مصادرها المالية وتعزيز علاقاتها مع جمهورها.
- ٣- نوع قائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي اضيفت اليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- ٤- الاعلام الجديد القائم على الكمبيوتر Offline، ويتم تداول هذا النوع، اما شبكياً او بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما اليها ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها».

ويمكن ان نخلص من جملة التعريفات الأولية وتقسيمات الإعلام الجديد إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الاعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا

والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق باعلام حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization . وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة «وسم اعلام القرن العشرين»، فإن الاعلام الشخصي والفردى هو اعلام القرن الجديد، فالانترنت وهي واحدة من ادواته جعلت في مقدور اي انسان البحث عن الاغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد.

«ولكن الإعلام الجديد ليس انترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كليا عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الانترنت»^(٤).

ونستخلص هنا بتأكيد مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الاعلام الجديد عن ما سبقه. وتمثل في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي اىصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد. وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذا الاعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتنشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

مقاربة الإعلام الجديد بالإعلام البديل

يُعدّ التحوّل عبر التطوّر التكنولوجي هوّ جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، وجديداً مع تطوّر الصحافة، وجديداً مع ظهور الإذاعة، وجديداً مع ظهور التلفزيون كل ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسمّيه ماكلوهان بالتحتمية التكنولوجية. ان مفهوم الاعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل^(٥).

يبدو لباحثة ان من الافضل اعتماد مفهوم الاعلام البديل، Alternative Media اذ يستقي دلالاته من جمهوريته، فالجمهور اتخذه بديلاً عن الوسائل الإعلامية التقليدية؛ ويقصد به «الموقع الذي يمارس فيه النقد، ويولد أفكاراً وطرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة»*. «ومن ثم يتضاعل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري»^(٦).

ينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والإستقلال عن كل الإلتزامات الأيديولوجية أو الإقتصادية القائمة دون أية قيود وهو ما يشير إلى أن الاعلام البديل هو حصيلة مواقف فكرية على تخوم المشهد الإعلامي تعمل بالإعتماد على قاعدة التشكل الذاتي، ويؤكد ذلك كل من فيليب بروتون وميشال ماتلار. وبعيدا عن النظرة القيمية إزاء هذا الصنف من الإعلام، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الإتصالية والإعتراف بها بحثيا وتأطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية، أو منتجة لسلطات رمزية خصوصية LHabitus كما يذهب إلى ذلك بورديو^(٧).

ويُعدّ الإعلام البديل إنعكاساً مضاداً للإعلام السائد، وهو رؤية تلخص النضال الذي يخوضه دعاة الإعلام البديل والمؤسسات العاملة على دعم وتشريع حضوره وذلك من أجل نشر أطروحاتهم الداعية لدخول المجال العمومي ورفض حالة الإقصاء التي تتعرض لها وتحرمها من الولوج في هذا المجال.

إن المقاربات المؤسسة للإعلام البديل تُعدّ كثيرة الحضور في أدبيات الجماعات المناهضة، فهي تقر بوجود إعلام بديل أصيل مثلًا في وسائل الإعلام التي تعتمد على قاعدة التمييز. فالإعلام الديمقراطي البديل والأصيل يجب أن يقوم على ثلاث قواعد هي^(٩):

١- رفض الخلفية الرأسمالية.

٢- رفض الخلفية الإحتراافية.

٣- رفض الخلفية المؤسساتانية.

أما عند «جمعية النشر البديل» الأمريكية والتي تشرف على منشورات مختلفة من الكتب والصحف والمجلات وأوعية أخرى سمعية مرئية، فإنها تشير إلى ثلاثة معايير يمكن عن طريقها تمييز ما هو بديل عن ما هو سائد ومهيمن من الإعلام^(١٠):

١- يجب أن لا يكون المنشور ذا صبغة تجارية، أي تقديم نوعية الأفكار على حساب الخلفية الربحية.

٢- يجب أن يتجه إهتمام النشر إلى تقديم عنصر المسؤولية الإجتماعية أي خدمة الصالح العام.

٣- على الناشر أن يقدم نفسه بإعتباره ناشرا يعبر عن تيار الإعلام البديل.

عن طريق هذه المعايير التمييزية في توصيف الاعلام البديل نفهم أن دعاة هذا التوجه يسعون الى كسب رأسمال رمزي من وراء إنخراطهم في هذا الإعلام أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي. يمكن عن طريق ما تبين إستدراك أن الإعلام البديل يقدم نفسه بشكل مثالي، ويتسم بالنقاوة الفكرية والأيدولوجية. ومهما قدمنا من عناصر تمييزية للإعلام البديل فإن بعض هذه القواعد يمكن أن تغيب أو تخسر في هذا الوسيط أو تلك المؤسسة التي تطلق على نفسها صفة الإعلام البديل. هكذا يمكننا إعتبار أن الإعلام البديل كان وراءه المواطن العادي أو المواطن الذي يحمل بديلا راديكاليا وثوريا كما هو الحال مع المدونات عبارة عن إعلام مضاد للمشهد الإعلامي السائد.

ويسعى الإعلام البديل للتوصل الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردنا الثقافي. وعلى الرغم من تنوع الآراء والمواقف في استكشاف قدرته، فإن ما يطلق عليه ليدبير «التفاؤل المقاتل» مطلوب. لأن الإبداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري. وليس امامنا الا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وأنه مازال يتطور ويتغير للفضل. ومن هنا فإن مضمون الإعلام البديل هو تجريب «سياسات الأمل» عند ليدبير^(١١).

ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني: «حركات اجتماعية، ومجموعات فنانيين، وبرامج خاصة في محطات الاذاعة والتلفزيون، وجمهور متنوع». فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديمقراطية وتقديم هويات متعددة، وأفكار جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، ويمكن ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية^(١٢).

وتقول ماكروبي أن «الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى ناجحين»^(١٣).

ويمكن تحديد الاعلام البديل «اجتماعي» «كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال». ويبدو أن الاعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الامكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل»^(١٤).

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للاعلام البديل الفعلي الى مستويات عدّة^(١٥):

١- البحث عن التفاعلية الحقيقية. سواء كانت عن قرب أو عن طريق «الميديا». «مشاركة الجمهور في فعل الاتصال». أي احترام الجمهور والنظر اليه على أنه فاعل اتصالي. وليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام.

٢- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

٣- أنماط معالجة اعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

٤- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية. وليس متلقياً سلبياً. والبحث عن تفاعلية حقيقية «مشاركة الجمهور في فعل الاتصال».

٥- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل. وهاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكاً مستقلاً ومتحملاً لمسؤولياته.

٦- يتمّ الاتصال دون وسيط. وإذا تمّ اللجوء الى وسيط. فيجب ان لا يشكل عائقاً للحوار. والحدّ الأدنى من اجابة الجمهور تقتضي اعطاء فعل لكلام آخر.

٧- انتباه خاص معطى لأخلاقيات الإعلام مستنداً إلى الأخلاقيات الخاصة.

قد تكون هذه المعايير ذات صفة انتقائية. وهي تعود الى مثاليات نطمح الوصول اليها في الاعلام العربي أكثر مما تعود الى وقائع يومية معيشة. لكن هذا الشكل من الاتصال الذي يريد أن يكون بديلاً عليه أن يركز على مجموعة قيم أخلاقية. ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهتمّين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. ويمثل الإعلام البديل أيضاً رهانا استراتيجياً. فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي. المحلي والبلدي. إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لكل فرد. فهو لذلك يستهدف تفعيل حوار مابين الثقافات والتي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض. ويرتدي الحوار أبعاداً فعلية. كمثّل اللقاءات الودية والأعمال المشتركة^(١١).

وكي يتمكن الاتصال البديل من تحقيق أهدافه عليه التحقق من عنصرين: «التلقي للرسالة وفعاليتها». «لأنّ الاتصال يهدف الى تغيير آما الاستعدادات والميول الفكرية. واما الى تغيير السلوكيات. أي الانتقال الى الفعل. وذلك بحث المتلقي. أما على الانضمام الى السجل المعرفي. واما على الانضمام الى السجل العاطفي. لأن الرسالة في الواقع. حتّى وان كانت تحمل اعلماً تافهاً. فهي ليست محايدة. بل ان الجانب المعرفي والجانب العاطفي يشكلان جزءاً أساساً من كلّ اتصال ذي هدف. إذ أنّ النتيجة المراد الوصول اليها من قبل الاعلام. بوعي أو بلا وعي. تعود الى مجالتي المعرفة والعاطفة. وفي نسب مختلفة من رسالة الى أخرى»^(١٢).

«ويتضاءل البديل بصورة فعالة الى أن يصبح نمطا. وفي اطار الاعلام. أن البديل من الممكن أن يتزايد. فالمتاح هو سلسلة من النقد والرؤى البديلة للمستقبل تسعى الى مقاطعة السلطة المفترضة. التي تستفيض نظرية الاعلام البديل في الحديث عنها بعدها «تكتيكات» الضعفاء». وعلى الرغم من ذلك هناك من يقول انه «كلما استطاعت الثقافات البديلة انتاج افكار ونظم جديدة للاتصال. بقيت بدائل. حتى في اطار منهج ابداعى للثقافة. وأن ما يجذب بعض الجمهور قد يبعد غيرهم. وهناك جدل دائر بين هذه الخيارات للاعلام البديل الذي يمارس فيه النقد. ويعد جزء من الانعكاسية الذاتية لمجتمع المعلومات». ومن ناحية ثانية يولد أفكارا وصورا وأساليب لها أهميتها. وطرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب. «وربما كان الأكثر أهمية أن البديل يشير الى بعض الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية*. والتوترات بين المعارضة والحكومة»^(١٣).

وعلى الرغم من ذلك يفتقر الإعلام الجديد «البديل» الى الوضوح. وكما يؤكد امبرتو ايكو: «في كل قرن.

تعكس الطريقة التي تقوم عليها الأشكال الإعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع». وقد يعني هذا ان أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى «الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة»^(١٩).

ولنترك الأمر للممارسة والوقت، وعلى الإعلام العربي البديل ان يقدم ما يشعر فيه الجمهور بالثقة حتى يشروعوا في ممارسته فعلياً، وأن يكون ساحة فكرية تلتقي فيه الآراء، يأتي بدافع الفضول الداخلي للجمهور، وفي ثقافة غير بصرية تتيح للعرب الاتصال بالمجتمع الدولي، فلسنا في حاجة الى المزيد من المعلومات، فالجمهور العربي في حاجة الى المزيد من الفهم.

ويحاول «الإعلام البديل» التركيز على حرية الرأي والتعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل إيجابي انفلتت أفكاره ومواقفه من سلطة الرقابة والمتابعة، فعلى حد تعبير عالم الاجتماع الفرنسي ميشال كرزيه في كتابه «الفاعل والنسق» مهما بلغت درجة الضغوطات والإكراهات المفروضة على الفاعلين فإن لهذا الفاعل قدرة على الانفلات من تلك الضغوطات عبر هامش الحرية التي يخلقها هذا الفاعل أو عن طريق مقولة «مجال اللايقين»، وما الإعلام البديل إلا فضاء من بين الفضاءات التي يمكن للفاعلين الإعلاميين والاجتماعيين تحقيق جزء من الحريات المسلوبة^(٢٠).

وليس الإعلام البديل إعلاماً مستحدثاً، بل هو إعلام متطور ومتجدر في تجربة الشعوب، ويتميز بجملة من الخصائص: «القدرة على التكيف مع تطور وسائل الاتصال وتطور أدوات الرقابة والضغوطات الاجتماعية والسياسية، وبلا حظ المتمعن في الحياة اليومية للشعوب تزامنه مع ظهور الإعلام الفضائي، وأيضاً القدرة على التشكل فكثيراً ما يظهر الإعلام البديل في الساحة الإعلامية في أشكال مختلفة، وفق المرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع ونوعية الفاعلين الذين يستعملون الإعلام البديل»، ومن أبرز تلك الأشكال نذكر:

أولاً: الإشاعات والنكت الشعبوية والسياسية والتي تعتمد عليها بعض الفئات الاجتماعية عندما تشعر أن الإعلام الرسمي لا يمنحها فرص التعبير عن مواقفها وتطلعاتها، أو عندما تجرم القوانين حرية الرأي، وتجعل صاحب الرأي الحر عرضة للمسائلة القانونية، فتصبح عبارة عن محاولة لإيجاد مخرج لتلك الضغوطات، لأجل ذلك ترتبط الإشاعات والنكت الشعبوية بالظروف الاجتماعية والسياسية المستهلكتي ومنتجتي تلك النكت والإشاعات، فنتيجة التهميش الاجتماعي وعدم تكافؤ الفرص الذي شعرت به الشعوب، لم جد أمامها سوى النكت التهكمية والاستهزائية لتدافع عن وجودها، وتندرج ضمن آليات التعبير الرمزي لدى الفئات الفقيرة والمهمشة اجتماعياً وسياسياً، أما بالنسبة للنكت السياسية فإن أهم ما يميزها هو الظهور الموسمي والمرتبط أساساً بالتظاهرات السياسية مثل الانتخابات وأحياناً ببعض الزيارات الرسمية التي يقوم بها الحكام^(٢١).

ثانياً: البرامج التلفزيونية، تسمى «برامج السخرية السياسية» التي تحاول أن تقارب الموضوعات السياسية والاجتماعية المكبوتة، وبلغت انفعالية قوامها الشكوى، التي توجه هجوماً ينتقد الكثير من السياسات الداخلية العربية والفردية، وإيضاً البرامج التي تظهر عمليات مسلحة لجماعات تقاوم الوجود الأميركي في العراق «مثلاً» لم تلتقطها كاميرات القنوات التلفزيونية ولم تبثها وكالات الأنباء، وليس بوسع القنوات الفضائية التي تتسابق للحصول على تلك المشاهد بعدها مادة خبرية أن تقدمها خبراً يقينا فتلك الصور لا يتسنى في الغالب التأكد من صدقيتها مع ذلك جدها لا تملك بديلاً عن التعامل مع هذه النوعية المستحدثة من المصادر الحقيقية بالنسبة للإعلام البديل لاسيما في بلدان يخيم عليها رقابة شديدة مثل بلداننا العربية.

ويدعو الاعلام البديل المشاهد إجباراً أن يكون طرفاً متحاوراً معه ولو عن طريق حوار الذات الإنسانية مع الأحداث التي تحتاج إلى امتلاك ملكة البصيرة قبل البصر^(١١). ويقود الإعلام البديل ظاهرة إبراز الحقائق. ويتعلق الأمر أيضاً في برامج تهتم بفعاليات المجتمع المدني. ومدى الجذاب الإعلام نحو السلطة السياسية على حساب المجتمع المدني. أو على صعيد مهنته في الحد من «التلوث الإعلامي»* الناتج عن تحالف السلطة مع المال مع الإعلام ومع الإعلان. ووقوع الاعلام ضحية للنظام الاعلامي كما يقول بودريان: «لم يعدّ الإعلام يعود للحدث أو الواقعة إنما الترويج لنفسه كحدث». وفي ظل هذه الظروف. تتشكل الاجندة الإعلامية. عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها. ومن قبل السلطة السياسية. والمنطلق التجاري. ولهذا يتوجب من المجتمع المدني بذل جهود كبيرة ليكون جزءاً من الاحداث البارزة. فيغري الإعلام ويخيف الحكام. وإعادة الأمور إلى نصابها ليست مستحيلة^(١٢).

ثالثاً: الرسائل القصيرة الـ message SMS: الرسائل القصيرة هي شكل آخر من أشكال الإعلام البديل. تمكن عن طريقها الفاعل الاجتماعي تحقيق هامش مناسب نسبياً من الحرية. إذ لم تعدّ اليوم وظيفة الهواتف الجوالة تقتصر على وظيفة التواصل بل أصبحت تقوم بوظائف أخرى مثل إرسال دعوات التظاهرات السياسية والحقوقية والتعبير عن التضامن مع بعض الضحايا. ونشر المعلومات بطريقة سريعة وغير مكلفة. وبذلك لم يعدّ احتكار وسائل الإعلام من طرف جهة معينة وحرمان بقية مكونات المجتمع المدني منها عائقاً أمام نشاطها. وذلك بفضل هذه الرسائل القصيرة. بل أصبحت إحدى الوسائل الفعالة المستعملة في الحملات الانتخابية^(١٣).

رابعاً: الانترنت: نتحدث بالضرورة عن الصحف الالكترونية والمدونات وغيرها من التطبيقات. والتي لم تعدّ تنتظر الحصول على التأشيرة الحكومية ولم تعدّ الضغوطات والقيود القانونية عائقاً أمام تحركاتها. بل أصبحت اليوم تشكّل أهم مجال لتجاوز الخطوط الحمراء المفروضة من قبل السلطة التي تتخذ من الرقابة ومن التضييق على الأعلام الحرة آليتها لفرض شرعيتها ونزع الشرعية من كل من فكّر في تجاوز تلك الصعوبات. والشيء نفسه بالنسبة للمواقع الالكترونية والتي على الرغم من الإمكانيات الضخمة المسخرة من أجل مراقبتها وحجبها إلا أنّ حسن توظيف أصحاب المواقع جعلها تصمد وتواصل نشاطها وتقوم بدورها. ومن بين التطورات في عالم الانترنت وعالم الإعلام البديل نجد المدونات Blog والتي تعدّ مواقع الكترونية شخصية. يمكن توظيفها في كتابة المنشورات والصور التي يتم تسجيلها ووضعها في المدونة وتوظيفها في نشر الأحداث الهامة التي يرصدها صاحب المدونة. ونظراً لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلعات الفئات المهمشة تشهد المدونات تزايد في عددها وعدد مستعمليها. وأسهم هذا الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها^(١٤).

وتم ازالة الحدود والصراعات السياسية الكثيرة على يد الإعلام البديل. وأهم إنجاز في الإعلام البديل هو الاهتمام بحق التعبير. مما أدى الى استثارة غضب الكثير من الحكومات العربية. وأصبحت تضع في حساباتها هذه الوسيلة. فتداول الأحداث ذات التوجه السياسي أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات أو التراجع عن قرارات بسبب الاحتجاج الجماهيري. ويوجد ثلاثة أصناف لمستعملي «المتلقين أو الجمهور». الإعلام البديل^(١٥):

الصنف الأول: وتمثله الطبقات الشعبية المهمشة والفاقد للزاد المعرفي أو التعليمي والذين يستعملون في العادة الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية كإعلام بديل لها. ولما يوفره لهم من

حصانة وعدم المسائلة القانونية لأنّ عملية تناقل النكت والإشاعات لا تتضمن اسم منتجها، فضلاً عن إمكانية تحويلها من متقبّل إلى آخر. ونصبح لا نتميّز بين الراوي والمنتج.

الصنف الآخر: وتمثله فئة النخب سواء أكانت منتمية للأحزاب السياسيّة أو لمنظمات المجتمع المدني أو كانت مجرد شخصيات مستقلّة. ونظراً لامتلاكها للزاد المعرفي والمستوى التعليمي والموقع الاجتماعي المتميّز فإنّ إعلامها البديل يكون عادةً أكثر تطوراً وأكثر انسجاماً مع مستحدثات المجتمع الذي يعيشون فيه. لأجله نراهم يستعملون الفضائيات والانترنت ويوظفون التطوّرات التقنيّة كلها لاسيما وأنهم يشكّلون الركيزة الأساس للمجتمع المدني.

الصنف الثالث: ويتمثل في فئة النخب الشبائبيّة المهمّشة أي أصحاب الشهادات وخريجي الجامعات. وعرفت الفئات الشبائبيّة داخل المجتمع شكليين من التهميش. تهميش السلطة لها وتهميش المجتمع المدني لذلك نجد نفسها في مفترق الطريق إذ لا تنتمي للصنف الأوّل نظراً للزاد المعرفي والتعليمي الذي حصلوا عليه ولا للصنف الثاني وذلك لحرمانها من المواقع الاجتماعيّة المرموقة سواء داخل المجتمع أو داخل المجتمع المدني.

وأصبح الحديث عن قضايا الشأن العام لا يستقيم دون تفكيك آليات تشكل المجال الإعلامي. فالتعرض لمشاكل الناس محلياً ودولياً هو كلام عن كيف نحاور الأنا والآخر، ولكل شخص الحق في تأسيس اعلامه. وإنّ حوّلات الإعلام العربيّ متعددة الأوجه ولاسيما الثقافية والسياسية وعلى أمل أن تتحول تدريجياً إلى هاجس فكري ذي صلة بقضايا تحديث المجتمع والدولة وليس فقط الوقوف عند دائرة التوظيف الحيني. إذ أصبح السياسي يفرد أهمية في إدارته للشأن العام لقيمة الإعلام. وكذلك عند فئات مجتمعية أخرى. ويعدّ هذا عنصراً حيوياً يجعلنا ندخل في حلقة جديدة إسمها تواصل الأفكار بين الناس وصاحب القرار وذلك بغض النظر عن وجهة أو ضعف تلك الآراء. إنّ تحويل قضايا الشأن العام إلى هم يومي على واجهة وسائل الإتصال مرحلة مهمة لأي إمكانية للتغيير.

«ويؤدّي عرض الأفكار حتماً للتعدد، والتعدد هو طريق التواصل والحوار بين الناس. وأصبحت شيئاً فشيئاً توجد رغبة ربما تبدو محتشمة لإعلان قضايا خلافية في المجتمع للعموم، وهو مدخل الديمقراطية والجدل الاجتماعي الذي يمكن عن طريقه القيام بالإصلاح والمصالحة بين النظام السياسي ورعاياه من زاوية تواصلية إعلامية، وأنا اليوم وإذا ما أردنا أن نفهم الإعلام علينا أن لا نكون متفرجين بل أيضاً ناقدين أي أن لا نكون أمام وسائل الإعلام بل خلفها أي داخل المجتمع ومكوناته»^(٢٧).

«ويكمن التحدي المائل أمام الأمم كلها في كيف تؤسس بيئة للتفكير الابداعي في جوانب الحياة كلها. والأمم التي تخفق في مواجهة هذا التحدي، ستتحول ببساطة الى مستهلك سلبي لأفكار منبثقة من أمم أخرى»^(٢٨).

مداخل نظرية لفهم خصائص الاعلام الجديد

تطرح أوجه التنظير للإعلام الجديد تساؤلات حول مفهوم New Media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام البديل يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام البديل والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقاً من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها بديلاً عن الإعلام الرسمي التقليدي.

ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام البديل ليس إنطلاقاً مما يجب أن يكون عليه

بل عن طريق ما هو عليه. وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقاً من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة. ومنتج أيضاً لثقافة إتصالية بديلة. وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. هكذا يبدو لنا أن المسئلة النظرية للإعلام البديل ليست بالعملية الهينة على المستوى الفكري. فتعريف الإعلام البديل يقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش- خارج السياق الإجتماعي- وخصوصيته في كونه بديلاً عن النظام الإعلامي القائم. ولاشك في أن أي دراسة تعتمد في جانب كبير منها على أساس نظري تنطلق منه. وتم التعرض لنماذج عدة تدعو لحرية الإعلام وتحقيق التوازن ما بين دول الشمال والجنوب ومنها نموذج الإعلام الديمقراطي المشارك لماكويل وقدم عن طريق منظمة اليونسكو عام ١٩٩٣م. «Macuils Model for Democratic Participant Media». ويقترح هذا النموذج:

«ان مجموعات المجتمع الحق في الحصول على وسائل إعلام خاصة تخدم احتياجاتهم. ولا تتحكم في مضامينها كيانات سياسية وإيضاً الدولة. ولا بد أن يتسم هذا النوع من وسائل الإعلام بتشجيع المشاركة النشطة من جانب افراد المجتمع. ويؤكد ماكويل على إن فنشل وسائل الإعلام الجماهيري في تلبية احتياجات الجمهور. وفنشلها في اعطاء فرصة للتعبير للأفراد والأقليات هي النقطة التي يبدأ منها الإعلام البديل. ولا يقتصر على وسيلة معينة. وإنما من الممكن ان يتواجد في وسائل الاعلام كافة. ويشترط توافر صفتين وهما المشاركة واتاحة الفرصة في حرية الرأي والتعبير. ومشجع لاحتياجات الجمهور بعيداً عن حكم الدولة أو اعتبارات الربح او الكيانات السياسية. وان الذي يحدد فعاليتها في كونه بديل ام لا هو الجمهور.»

ونقدم هنا أيضاً مجموعة من الرؤى النظرية حول الاعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الاساس واتجاهاته، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الاعلام الجديد:

مدخل نيغروبونتي لفهم الاعلام الجديد

يحصص نيغروبونتي Negroponte الميزات التي يتحلى بها الاعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: «استبداله الوحدات المادية بالرقمية، كأدوات رئيسة في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي، ويتم توزيع الكلمات والصور والاصوات والبرامج بناء على الطريقة الجديدة. وتشبيك عدد غير محدود من الاجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفردية Individual Interests ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة الخطابية المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليبيتها بالاعلام القديم^(٢٩). الميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الاعلام خرج من أسر السلطة إلى أيدي الناس جميعاً، وحقق نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.»

ويشترك فين كروسبي مع نيغروبونتي في الافكار نفسها. ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الاعلام الجديد والقديم، ابتداء من اول نموذج اتصالي بين البشر، الذي كان من نوع الاتصال الشخصي Communications Interpersonal وهو اتصال ليس بحاجة الى وسائل تكنولوجية لكي يتم، وله حالتان تميزانه^(٣٠):

النموذج الاول: الاتصال الشخصي

- ١- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.
- ٢- يحمل المحتوى ترميزاً يؤكد حالة الفردية Individualization التي تحقق حاجات ومصالح صاحب المحتوى، كما أن المنافع والأضرار متساوية بين الطرفين.
- ٣- التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية.

النموذج الثاني: الإعلام الجديد. ويتميز حسب كروسبي بما يأتي^(٣١):

- ١- يمكن للرسائل الفردية ان تصل في وقت واحد الى عدد غير محدود من البشر.
- ٢- ان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الاسهام المتبادل نفسها في هذه الرسالة.

ويقول كروسبي: «لكي نفهم الامكانيات التي تقف وراء قوة الاعلام الجديد علينا ان نتذكر بأن ملايين الكمبيوترات التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر. وهؤلاء يمكنهم اجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مرسلًا كان او مستقبلًا، بفرص متساوية من درجات التحكم. كذلك عندما يقوم اي منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الانترنت، فإننا لا نرى الاخبار والموضوعات الرئيسية فيه فقط، ولكننا نرى اجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر. ولا يعني هذا الامر الزائر وحده، وانما عملية التخصيص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد، ولا يمكن ان يتحقق هذا الامر في ظروف نظم الاتصال السابقة».

مدخل ديفس واوين، التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد^(٣٢).

ظلت مجموعة الوسائل التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسة في الفضاء الاعلامي، لاسيما وان بعضها اصبحت وسائل تفاعلية، وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الاعلام الجديد، فضلا عن تغييرهما لمفهوم الخبر من حدث الى يحدث بالتواجد الحي في مواقع الاحداث الكبيرة التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي مثل الحروب في افغانستان والعراق. وكذلك الامر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الانتاج تماما الى وسائل تنتمي كليا الى المرحلة الرقمية.

وللبحث عن مخرج لحالة التقابلية هذه في تصنيف الاعلام الجديد، يضع ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا اوين Diana Owen في كتابهما المشترك «الاعلام الجديد والسياسة الأمريكية» يضعان الاعلام الجديد وفق ثلاثة انواع هي^(٣٣):

النوع الأول: الاعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يعود وفق هذا التصنيف الى مجموعة من الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران الى راديو وتلفزيون الحوار Talk Radio TV / الذي يرجع الى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، وبرامج الحوار الحية Live Talk Show وبرامج الاخبار الحية Live Shows. ويشمل التجديد، في حالات اخرى، نموذج برنامج اوبرا Oprah Winfrey. وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة، وطبقوا اساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها.

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله الوسائل جميعها التي نعيشها الآن التي تعمل بواسطة الكمبيوتر. وتشمل شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرها. وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين اسماع اصواتهم للعالم. وجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الاعلام القديم، وتتصف هذه الوسائل بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد له.

النوع الثالث: الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد اصبحت الحدود الفاصلة بين انواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificial ، وحدثت حالة تبادل للمنافع بين الاعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الاعلامي الذين يعملون في الوسائل

التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال ادوارهم الاعلامية المختلفة. وكما يعترف الافراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضا باهمية الاعلام الجديد، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الاخبار مع الجمهور بادوات الاعلام الجديد وتكمل مشروعاتها الاعلامية وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة.

مقاربة عربية لفهم الإعلام الجديد

يرصد الدكتور سعود كاتب الاعلام الجديد من مداخل عدة في التغيير في انماط السلوك والاندماج بين وسائل الاتصال ويبدأ اولاً بمقارنة الاعلام القديم ويجد في التفاعلية أول مظاهر التميز عند الجديد على القديم ويصل الى أن تكنولوجيا الإعلام الجديد جعلت من حرية الإعلام حقيقة. بالنسبة للعالم العربي الذي كان ولازال يشكو منذ مدة طويلة من خبز الإعلام الغربي ضده ومن عدم قدرته على إيصال صوته وصورته الحقيقية إلى تلك المجتمعات الغربية فإنه لم يعد أمامه أي عذر. فالإعلام الجديد وبشكل خاص الإنترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون إستثناء وبدون قيود لوضع مايريدونه على الشبكة ليكون متاحاً أمام العالم لرؤيته. المهم أن يكون هناك استعداد حقيقي للإستثمار في هذه الوسيلة والأهم من ذلك استثمارها بالشكل السليم والمناسب. هذه العوامل جميعها أخذة في التفاعل مع بعضها البعض بشكل يؤثر على الدور الذي تلعبه المعلومات في حياتنا وهذا ينطبق بشكل أساس على الكيفية التي تستخدم بها وسائل الإعلام^(٣٤)

إن هذه التطورات التكنولوجية الجديدة تضع مسؤولية كبيرة على عاتق وسائل الإعلام والتي ينبغي عليها الإستفادة من التكنولوجيا المتاحة لتعمل من ناحية كمصدر لتوفير المعلومات التي يمكن الإعتماد عليها والثوق بها ولتكون حارساً لمصالح المجتمع من ناحية أخرى لقد فتحت تكنولوجيا الإعلام الجديد باباً واسعاً لحرية الإعلام لا يمكن إغلاقه ووسيلة سهلة لإيصال المعلومات ونشرها إلى جميع أطراف العالم بحيث أصبح السؤال المطروح حالياً هو: هل ستستفيد المجتمعات من هذه الفرصة أم أنها ستتوه تحت وطأة التردد والخوف من هذا الشيء المسمى « تكنولوجيا الإعلام الجديد»؟^(٣٥)

يقدر جمهور الإعلام الجديد بمئات الملايين. ولا سيما في الغرب. وبدرجة أقل في عالمنا العربي. ففي الإحصائية الرسمية يوجد ٩٠٠ مليون صفحة على الفيسبوك ما بين مجموعات وأفراد وأنشطة. ٢٠٠ مليون يدخلون على الفيس بوك عن طريق الهاتف المحمول. مثل الآي فون. الآي باد. البلاك بيري وغيرها من أجهزة حديثة. يسهل على الناس المهمة. ويوفر عناء الجلوس أمام الكمبيوتر. لذلك فإن رسالة واحدة. قليلة الكلمات. على موقع تويتر أو فيسبوك. قد تكون من الفعالية. والتأثير. والانتشار أفضل من عشر صحف مطبوعة مجتمعة! نسبة كبيرة من هذا الجمهور العريض تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة. لاسيما أن كل مواقع الأخبار تقريباً مرتبطة بمواقع التواصل هذه. صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير. وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة. يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير. والإعلام إنما هو أداة من مجموعة أدوات. ميشيل فوكو قال إن الثورة الإيرانية انتشرت بشريط الكاسيت. ولم يقل إن شريط الكاسيت «الذي كان في حينه إعلاماً بديلاً» هو الذي صنع الثورة! لذلك إن هذه الإرادة بدون وسائل الإعلام الجديد قد لا تساوي شيئاً. والعكس صحيح! فما جرى هو نتاج عوامل تكاملت. تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييراً بأسلوب لم يعهده عالمنا العربي من قبل.

هذا المنتج الإنساني الحضاري الرائع. أثر في حياة آلاف الملايين من البشر. وغير أنماط حياتهم.

مضيفاً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل، والاهتمام بالآخرين. فهل من سبيل إلى فهم أعمق لهذا المنتج العصري؟ وهل من جهد منظم، لتوظيفه من أجل قضيتنا العادلة كما يفعل أعداؤنا من أجل قضاياهم غير العادلة؟^(٣٦)

لا يمكن للإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الزواج إلا إذا استخدمه الإعلام التقليدي وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان السبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع الإلكترونية. ويعتقد الكثيرون أن الإعلام الجديد هو الإعلام القادم، فالكثير من التلفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشر وتعرض إمكاناتها وخدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التلفزيونية لديها حسابات مثلًا على الـ YouTube و الـ Facebook و الـ Twitter. وهناك جيل الآن يتشكل قل اعتماده على وسائل الإعلام التقليدية أصبح لا يتابع التلفزيون إلا عبر الإنترنت؟ على العموم الإعلام الجديد أو البديل أو الجماهيري أو الشعبي أياً كانت التسمية، لاشك دخل مساحات جديدة تكاد لا تعرف ربما حدود.. لا تعرف رقيب... ونستطيع ان نلخص خصائص الإعلام الجديد بالآتي^(٣٧):

١- التفاعلية اهم مظاهر التميز: الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل، اي قدرة وسيلة الإتصال الجديدة على الإستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.

٢- تغيير أنماط السلوك: لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساس من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الإتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الإنتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل active يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه، وتوضح أبحاث كثيرة التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري، أن أولئك المستخدمين معظمهم لا يلقون إنتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرأونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها. وعلى حد قول روبرت لوباج «ان لهم الآن عقولا رياضية، وفهما رياضيا للاشياء، ولتزويد هذه العقول الرياضية، يسعى المعد لبناء معنى لدى الجمهور، معنى يجعلهم يشعرون بأنهم يغيرون الحدث»^(٣٨).

٣- اندماج الوسائل: أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لالعلاقة لكل منها بالأخرى. فأصبح جهاز التلفزيون يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي الوقت نفسه الإبحار في الإنترنت وإرسال وإستقبال رسائل البريد الإلكتروني كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان إستخدامه كجهاز إستقبال لبرامج التليفزيون والراديو.

٤- حرية الإعلام الجديد: شبكة الوب مثلًا جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر. وهناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لتستخدمها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم.

٥- إعادة تدوير المعلومة: جعل الإعلام الجديد هذه العملية ممتدة لتشمل المعلومة ذاتها فيتم انتاجها مثلاً في صحيفة ورقية ثم تتحول لمعلومة في موقع الصحيفة على الانترنت وقد تتحول إلى صورة مدموجة مع معلومة او مقطع فيديو تتداوله شبكات التواصل الاجتماعي^(٣٩).

٦- الفردية: إن مجرد الهوس بتلقي جديد الانترنت أولاً بأول من أخبار ومعلومات كان ولا يزال محل دراسة وتأمل. ولما صار الفرد مشاركاً في صنع ونشر هذه المعلومة والخبر، نجده أكثر ارتباطاً ومتابعة لما يقوله ويقدمه، من تفاعل الآخرين معها وتقييمهم لها، ونشوء مجتمع افتراضي خاص به يعيش فيه

مثل مجتمعه الواقعي^(٤٠).

٧-المستخدم User: اجتماع التقنية والمساحة للتعبير والفرصة لإيصال الرأي عوامل أساس تضافرت لتعزز من المفهوم الجديد في عالم الإعلام «المستخدم ينشأ المحتوى user generated content». في العام ٢٠٠٥ بلغ هذا المفهوم شكله المتكامل ليشمل الأخبار والإشاعات والتجارب الشخصية والخبرات والحلول في مختلف مجالات الحياة، وضمن وسائل متعددة كالتدوين، والمنتديات، ومصادر المعلومات المفتوحة، ومواقع الأسئلة العامة، والشبكات الاجتماعية. فالفرد لم يعد متلقياً عادياً بل وحدة إنتاج في ذاته.

وتوصلت الباحثة الى نتائج عدة:

١- أن الإمكانيات المتاحة للتواصل الإنساني على الشبكة العالمية للإنترنت قد وفرت فعلاً فرصة الحوار والجدل بشكل يبدو حراً لكل الناس.

٢- تحول مفهوم الاعلام الجديد إلى نظرية وإيديولوجيا. فهو نظرية في الاتصال تبدو كنوعاً من أنواع التفكير في المرحلة التاريخية الراهنة التي تعيشها الإنسانية وكيف يمكننا تجريبها فكرياً ومعرفياً لتنعكس في الحياة العامة للناس. وأيضاً نظرية في شكل مجموعة من الاتجاهات والمقاربات التنموية في كيف نهض بالمجتمعات من مداخل مستحدثة وهو الشق الإيديولوجي للاتصال والذي يهدف إلى تشريع مجموعة من قواعد العمل الجديدة لقوى ضغط سياسية واقتصادية كبرى. تهدف إيديولوجيا الاتصال إلى فرض نموذج تنموي اقتصادي واجتماعي يمكن وصفه بالمعولم أو ما فوق الليبرالي وهو ما دفع بمنظري الفلسفة السياسية الغربية إلى اعتبار أن الاتصال في شكله الجديد «الرقمي، الافتراضي» عن طريق مجتمع المعرفة يعدّ مرادفاً لديمقراطية افتراضية كونية.

٣- ان الإعلام الجديد بحسب ما ورد من مداخل وتعريفات ونقاش ليس بناً أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الاعلام القديم.

٤- بموجب نظام الاعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد وتزداد أهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الأخرى.

٥- ان تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الاعلامية القائمة تكنولوجيا وتطبيقياً، كما أن هنالك مستحدثات اعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها الان وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة وان حالة جديدة هي وسائل الاعلام حسب الطلب Mass Customization تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري.

٥- التغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية Interactive Media. وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه Tow-Way له مزايا لم تكن تتوفر في الاعلام القديم.

٦- يشكل الاعلام الجديد عاملاً مهماً في تطوير المجتمع ونقله من حال إلى أخرى محدثة تحولاً في بنائه المعرفي والثقافي. ولكن لكي يحدث التطوير لا بد من أن يصاحبه تغيير في «الذهنيات والعقليات» وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة. وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي «ايجابي» يحدث تغييراً في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية تؤثر في بناء

المجتمع العربي.

٧- تشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة ونشر ثقافة تفرض قيمها ومفاهيمها وإيديولوجياتها بهدف ضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع النظام السياسي والاقتصادي العالمي الجديد. أي عوامل إنتاج معرفي.

٨- أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين عن طريق أشكال تعبيرية مستحدثة «منتديات الحوار والدرشة، الصفحات الشخصية، المدونات»، ففي زمن الوسائط الإعلامية التقليدية كانت النخب السياسية والثقافية والإعلامية تحتكر إنتاج الخطابات العامة. أما اليوم وبفضل الأنترنت فقد أصبح للأفراد والجماعات حق الكلام في ذا المجال، وتتمظهر هذه الخطابات الفردية والجماعية في أشكال عديدة منها المدونات.

٩- الإعلام الجديد مساحة لإبراز المواهب، وحافز للإبداع، وهنا إيجابية عالية سيما وأن العقل العربي لديه استجابة عالية للإبداع والابتكار عند الحاجة و«الحاجة أم الاختراع».

المصادر:

- * يشير مصطلح المدخل إلى «نظرية لم تستقر بعد. وذلك كي يتمكن الباحثون من الرجوع إليها في أي وقت وأي مجتمع لتفسير العلاقات القائمة بين متغيرات ظاهرة ما. ولا يوجد في الوقت الحاضر أمر نظري ثابت نسبياً. يمكن أن نطلق عليه «نظرية في علم الاتصال». ولكن توجد توقعات عن الطريقة التي يحدث بها الاتصال وتأثيره. تساعد على توجيه البحث العلمي. لأنها تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الاتصال في المجتمع.
- * الطيب بوعزة، (المنهج و أوهام العقل. رؤية نقدية)). الملحق الثقافي. صحيفة الخليج. ١٠ مايو/ ٢٠٠٨م.
- * الأمبيريقية: تعني ان المعرفة قائمة على التجربة المباشرة او الملاحظة التي تقوم على ما تدركه الحواس وحدها. وان كل قول لا يمكن فحصه عن طريق الحواس لا قيمة له.
- نقلاً عن: د. عبد الغني عماد، (سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة)). بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م. ص ٣٢٣.
- (١) دعباس مصطفى صادق. (الإعلام الجديد: دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة)). مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ع ٢٠٠٧م. ص ١٧٠. نقلاً عن: Definition for New Media, High-Tech Dictionary
- (٢) المصدر السابق نفسه. نقلاً عن: <http://commfaculty.fullerton.edu/leste>
- (٣) <http://computingdictionary.thefreedictionary.com/new+media>
- (٤) <http://www.sheridanc.on.ca> >Accessed frequently
- (٥) دعباس مصطفى صادق. (مصدر سبق ذكره)). ص ١٧٢.
- (٦) د. عبد الله زين الحيدري. (الإعلام الجديد النظام والفضوى)). وقائع ابحاث المؤتمر الدولي/ الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ نيسان/ ٢٠٠٩م. ص ١٢٨.
- * «جاء التعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية عبر الموسيقى الشعبية. وبدأت بموسيقى البلوز. وهو الشكل الذي بدأت جماعات أوسع التعرف عن طريقه على رد الفعل الأفرو-أمريكي على الاضطهاد. وتطلعه إلى الحرية. وفيما بعد انتظمت مشاعر الأمريكيين المعادين للحرب في فيتنام حول موسيقى الروك. والعروض الموسيقية الحية. كنوع من الاحتجاج السياسي. عبر الاستهلاك الشخصي بغرض التسلية «بيعت ملايين من اشربة الكاسيت المسجلة والاسطوانات. في إطار ثقافة للتذوق. وغالباً ما يذكر عام ١٩٦٨م بعده الحد الفاصل في هذا السياق. إذ شهد هذا العام الصدام بين الشباب. والموسيقى. التي فجرها استهلاك أغاني البوب المنتجة تجارياً. والتي يمكن أن تغير العالم سياسياً. وكانت الحركات الاجتماعية تتعرض للتجاهل أو الاضطهاد من قبل السياسات السائدة. ولم تجد فرصة التعبير إلا في المجال الخاص للهوية والتكوين الذاتي».
- (٧) نقلاً عن: جون هارتلي وآخرون. (الصناعات الإبداعية)). ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي. الكويت. عالم المعرفة. ٢٠٠٧م. ج ١. ص ٤٤٤ ص ٤٤٥.
- (٨) المصدر السابق نفسه. ص ٧٢ ص ٧٣.
- (٩) د. عبد الغني عماد، (سوسيولوجيا الثقافة- مصدر سبق ذكره)). ص ٢٥٤.
- (١٠) دنهوند القادري. (قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك)). بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م. ص ٢٢٧.
- (١١) جون هارتلي. (الصناعات الإبداعية... مصدر سبق ذكره)). ص ١٢٣.
- (١٢) Up the Down Escalator: why the Global Pessimists Are Wrong. Viking, (٢٠٠٢). Leadbeater, C London. نقلاً عن: د. جون هارتلي. (مصدر سبق ذكره)). ص ٥٣ ص ٥٤.
- (١٣) المصدر السابق نفسه. ص ٧٠.
- (١٤) Mc Robbie, A (٢٠٠١) <Everyone is Creative>: Artists as New Economy Pioneers? Open

Democracy, www.open democracy.net (accessed August ٣٠, ٢٠٠١). نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٧٢

Herve Collet, Communiquer pourquoi, comment: Le Guide de la communication sociale (Paris ١٥) Cridec, ٢٠٠٤, p. ١٠٢.

نقلا عن: د. نهوند القادري. (قراءة في ثقافة الفضائيات العربية-الوقوف على تخوم التفكير)). بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية. ٢٠٠٨م، ص٢٣١.

(١٦) المصدر السابق نفسه، ص٢٣٢-٢٣٣، واستنتاج الباحثة.

(١٧) د. نهوند القادري، (مصدر سبق ذكره)، ص٢٣٢-٢٣٣.

Herve Collet, Communiquer pourquoi, comment: Le Guide de la communication sociale (Paris ١٨) Cridec, ٢٠٠٤, p. ١٣٩.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٢٣٤.

* تتحدد الثقافة في الهند، الى حد كبير، بالفيلم. فهناك تراث في الهند لتناول مشكلات المجتمع من خلال الفيلم. وبعد مرجعا مهما للدراسات الثقافية. وفي التسعينيات من القرن الماضي. ظهرت قراءات مختلفة للفيلم والظلم الاجتماعي. ويشهد حضورا كبيرا في السينما العالمية وعبر ثقافة التلفزيون. وتعد الهند الآن ثقافة أغنية ولوحة لعرض ثقافة بصرية.

(١٩) موقع الديمقراطية المفتوحة. J. Karliner, Open (٢٠٠١). Where Do We Go From Here? Democracy (accessed November ٢٠٠١).

http://www.openedemocracy.net, ١٦ (٢٠٠١).

(accessed November ٢٠٠١).

(٢٠) د. جون هارتلي، (مصدر سبق ذكره)، ص١٤٦-١٤٧.

(٢١) د. سامي نصر، (تحديات الاعلام البديل)، ١٢/١٠/٢٠٠٨م، http://www.kalimatunisie.com/articl٥

(٢٢) المصدر السابق نفسه.

(٢٣) د. نهوند القادري، (الخطاب الإعلامي السائد في المجتمع المدني)، ورقة عمل مقدمة من الدكتورة نهوند القادري في مؤتمر دور الاعلام البديل في المجتمع المدني وتمكين المرأة العربية /البحرين شباط/ ٢٠٠٦م. نقلا عن: http://www.amanjordan.org/aman_studies/wmview.php = ١٠٨٠

* تمثل عملية استهلاك وسائل الإعلام والعمل والنوم النشاطات الثلاثة التي تسيطر على حياتنا. ويأخذ الإعلام وقتاً كبيراً من حياتنا إذ يتعرض الفرد إلى ما يزيد على مائتين إعلان يوميا. كما يشاهد التلفزيون ويمكث أمامه أكثر من ست ساعات إلى جانب الإستماع للراديو وكذلك تصفح الصحف. فرضت وسائل الإعلام نفسها على حياتنا، واستطاعت أن تغير العالم. وترك آثارها وتداعياتها في الحياة السياسية والإقتصادية والإجتماعية للشعوب. كما حدث ثورة في التنشئة الإجتماعية للشباب. فالطفل الأمريكي، يكون قد شاهد حوالي ٢٠٠٠٠٠ الف عملية قتل واغتصاب وإعتداء في التلفزيون بإنهائه مرحلة التعليم الثانوي. وهذا ماسماه إغناسيو راموني رئيس تحرير «لوموند ديبلوماتيك» «بالتلوث الإعلامي». ومايقال على الطفل الأمريكي يمكن قوله على أطفال معظم دول العالم لأن الصناعة التلفزيونية وغيرها من الصناعات الثقافية تسيطر عليها شركات معدودة.

نقلا عن: د. محمد قيراط، (قضايا اعلامية معاصرة)، مكتبة الفلاح، بيروت، ٢٠٠٦م، ص١٣.

(٢٤) د. سامي نصر، (مصدر سبق ذكره).

(٢٥) المصدر السابق نفسه.

(٢٦) سعيد بن جبلي، (رصد الاعلام الجديد وعلاقته بالرأي العام- سلاح المهمشين العرب)، في ثالث أيام مهرجان القاهرة للإعلام، الثلاثاء/٢٤/١٢/٢٠٠٧م.

- http://www.bnojabal.maktoobblog.com نقلا عن:
- (٢٧) د.سامي نصر. (مصدر سبق ذكره)).
- (٢٨) د.جمال الزرن. (تدويل الاعلام العربي. الوعاء ووعي الهوية)). دمشق. دار صفحات. ٢٠٠٧م. صفحات متفرقة.
- (٢٩) المصدر السابق نفسه.
- نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte مؤسس معمل الاعلام الجديد في ماسوسيتش وصاحب مبادرة الكمبيوتر الرخيص التي طرحها في مؤتمر المعلوماتية في تونس.
- (٣٠) Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage USA ١٩٩٦. ٣٧ p.
- Vin Crosbie, 1998, What is New Media
- http://www.digitaldeliverance.com/philosophy/definition/definition.html Accessed July 2006.
- (٣١) د.عباس مصطفى صادق. (الإعلام الجديد: مصدر سبق ذكره). ص ١٧٥ ص ١٧٦.
- (٣٢) المصدر السابق نفسه. ص ١٧٨.
- (٣٣) المصدر السابق نفسه. ص ١٧٧ ص ١٧٩. نقلاً عن:
- 1st ;Jay David Bolter, Richard Grusin , Remediation: Understanding New Media The MIT Press edition 2000.
- (٣٤) د.عباس مصطفى صادق. (الإعلام الجديد: مصدر سبق ذكره). ص ١٧٧ ص ١٧٩. نقلاً عن:
- edition 1 ; Roger F. Fidler . Mediamorphosis: Understanding New Media, Sage Publications, Inc 1997.
- (٣٥) د. سعيد صالح كاتب, (الاعلام القديم والاعلام الجديد, هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟), المدينة المنورة للطباعة والنشر. جدة. ٢٠٠٢م. ص ٤٥.
- (٣٦) الموقع العربي الاول للاعلام الجديد. الاثنيان/١٨/نيسان/٢٠١١م.
- http://www.ekateb.net نقلاً عن:
- (٣٧) وائل عبد العال. (ديناميكية الاعلام الجديد). الاثنيان/٤/نيسان/٢٠١١م.
- http://www.veecos.com
- (٣٨) د.عباس مصطفى صادق. (الإعلام الجديد: مصدر سبق ذكره). ص ١٨٥ ص ١٨٦.
- (٣٩) د.عباس مصطفى صادق. (التطبيقات التلفزيونية المستحدثة في منظومة الاعلام الجديد). ٢٣/٣/٢٠٠٩م.
- http://www.new-media-chair.com نقلا عن:
- (٤٠) محمد عواد. (مدخل الى الإعلام الجديد). سلسلة مثقف في ساعة. عمان. ٢٠٠٨م. ص ١٨.
- الذهنيات: هي «الغلاف ألفاهيمي والمعرفي الشامل الذي يغطي صور وإحكام وتصورات وتصرفات شعب معين «ذهنية العرب. أو الانكليز... الخ». العقلية: هي «البناء ألفاهيمي الجزئي الذي تنضوي تحت لوائه مثلاً: عقلية الأغنياء، وعقلية الفقراء، وعقلية النساء... الخ. ومن ثم فإن الذهنية العامة قادرة على احتواء العقلية المتنافرة والمتخاصمة لأنها تقوم على عناصر شاملة وعديدة لا على عنصر واحد». نقلاً عن: د.عبد الغني عماد. (مصدر سبق ذكره). ص ٣٣٠.