

## الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

### New Media: Theoretical Concepts and Critical Readings

د/ سعيدة عباس

كلية العلوم الإسلامية- جامعة باتنة 1

saida.abbasse@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2020/03/18 تاريخ القبول: 2020/10/28

#### الملخص:

استطاعت الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد أن يحتل مكانة هامة في العديد من الدراسات نظرا لانعكاساته على مختلف الجوانب الحياتية والممارسات اليومية للأفراد، أيضا لارتباطها بالعملية الاتصالية وبأدوارها في إمداد المتلقي بالمعلومات ومختلف التوجهات والآراء، لينتقل الفرد من عالمه الواقعي إلى أبعاد افتراضية حيث تتم فيه مختلف التفاعلات من محادثة وتعليق وإعجاب ورد ومشاركة، ومن ثم تتكون لديه رؤية حول الأحداث والظواهر المحيطة به، وحول الأشخاص والجماعات الانتمائية أيضا.

لقد ازداد الاعتماد على الأنترنت وتطبيقاتها ووسائطها أكثر في السنوات الأخيرة، مما حدا بالمختصين إلى توسيع دائرة دراساتهم وتفكيكهم لهذه الظاهرة من الناحية المعرفية، ليجعلوا منه حقلًا واسعًا قابلاً للتمدد، وذلك من خلال تجاوزهم لفكرة التنظير التي تُحاول فهم ماهية الظاهرة وانعكاساتها على مختلف الجوانب ذات الصلة بالمتلقي، استئناسًا بمختلف النظريات والموروث المعرفي الذي تم الاعتماد عليه في فهم الوسائل التقليدية، مع محاولة تكييفها مع التحديتات التي طرأت عليها، ليصلوا لمحاولة قراءة نقدية لها، وبناء أطر ومناهج جديدة تتماشى والتفاعلية والتشاركية التي يتسم بهما الإعلام الجديد.

سناحاول في هذه الورقة البحثية التطرق لبعض المفاهيم والنظريات التي تفسر الميديا الجديدة والانتقادات الموجهة لها، وماهية المناهج التي حاولت التنظير لها.  
**الكلمات المفتاحية:** الميديا الجديدة؛ الإعلام الجديد؛ النيوميديا.

#### Abstract:

The new media or new media has been able to occupy an important place in many studies due to its implications on various aspects of life and the daily practices of individuals, also because of its association with the communication process and its roles in

providing the recipient with information and various directions and opinions, to move The individual from his real world to virtual dimensions where various interactions take place from conversation, comment, admiration, response and participation, and then form a vision about the events and phenomena surrounding him, and about people and developmental groups as well.

The reliance on the Internet, its applications and its media has increased further in recent years, prompting specialists to expand their studies and dismantle this phenomenon from a cognitive point of view, making it a broad and expandable field, by going beyond the idea of endoscopy, which is trying to understand what the phenomenon is. And its implications for the various aspects related to the recipient, relying on various theories and cognitive heritage that have been relied upon in understanding traditional methods, while trying to adapt them to the updates that have occurred, to arrive to try to read critically of them, and to build new frameworks and approaches in line with the interactive The participatory character of the new media.

In this paper, we will try to address some of the concepts and theories that explain the new media and the criticisms directed at it, and what approaches you have tried to refer to.

Keywords: New Media; New Media; Neomedia

### المقدمة

على الرغم من البحوث التي أجريت في ميدان الإعلام الجديد إلى أنه يصعب تقديم تعريفات محددة لمصطلح النيوميديا أو الميديا الجديدة، وهذا للثراء الذي يعرفه هذا المصطلح نظرا لاتصاله بالتقنية والتكنولوجيا التي تعرف ديناميكية سريعة، إضافة لانعكاسات الظواهر السياسية والثقافية والاقتصادية وغيرها على ذلك؛ لذا ومن خلال البحث الذي أجريناه وجدنا أن مصطلح الميديا الجديدة غير مستخدم بصفة كبيرة في الموروث النظري العربي، والذي يتفق فيه الكثيرون على استخدام مصطلح الإعلام الجديد، كتعبير عن ذات المصطلح، بالرغم من وجود خلل في الترجمة حيث الميديا تعني واسطة ووسائط، وهي أقرب في المقاربات العربية للوسائل التقليدية الجماهيرية ووظيفتها الإخبارية والإعلامية، وبالمقابل فقد أكد بعض الباحثين<sup>1</sup>، على

## الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

ضرورة التخلي عن مصطلح الإعلام الجديد واستبداله بالوسائط الجديدة، لأن هذه الأخيرة هي التقنيات هي من طورت من وظائف الوسائل التقليدية لأنها مكنتها من الخروج عن استخداماتها الاتصالية القبلية بتمازجها مع الحاسوب، والكابلات والأقمار الصناعية، لكن في هذه الورقة البحثية سنعمد إلى تبني المصطلحين للدلالة على ذات المعنى، وسنعمل على ذكر بعض التعاريف التي تداولها الباحثون في ذلك.

**1- إشكالية البحث:** ابتداء عُرفت الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد في مقابل الإعلام القديم نظرا لارتباطه بالوسيلة الجديدة وهي الكمبيوتر وتلك التطبيقات المتعلقة بالإنترنت، مما أنشأ بيئة إعلامية جديدة بمفاهيم جديدة وأطراف فاعلة أيضا مستحدثة، وهذا ما انعكس على الحياة الاجتماعية من خلال ظهور مصطلحات توليفية بين ما هو مستعمل ومأخوذ من اللغة الأم وبين ما فرضته الوسائل والتطبيقات والتي تتناسب والكونية التي أوجدتها، خاصة تلك الرموز التعبيرية المشتركة التي يتفاعل معها المستخدمون داخل الجماعات الافتراضية، انطلاقا من ذلك يتأسس الإشكال الرئيسي لهذا البحث في التساؤل الآتي: ما هي المرجعيات التأسيسية النظرية لمفهوم الإعلام الجديد؟

**2- أهمية البحث:** تعود أهمية البحث لكونه يبحث عن ماهية المصطلح؛ والذي عرف تجاذبات كثيرة سواء في الترجمة أو الاستخدام في الكثير من المقالات العلمية والبحوث الأكاديمية، ولارتباطه بعدة دراسات تعمل على تحديد تأثيراته على مختلف النواحي الحياتية للفرد.

### أولا/ الإعلام الجديد: مدخل مفاهيمي

لقد أثيرت مجموعة تساؤلات حول المصطلح الميديا الجديدة nouveaux médias خاصة من قبل "Francis Balle"<sup>2</sup> الذي أجملها في ماهية الجديد؟ هل يطلق على الأسلوب أو الفن أو منتج، أو هو كل مبتكر غير تقليدي ولم يكن مألوفاً من قبل، أو أنه مصطلح جديد يطلق فقط على تغير الحالة، وأنه لم يأخذ معناه إلا من خلال استخداماته المختلفة.

والميديا الجديدة مشتقة من المصطلح "medium" وهي كلمة لاتينية تعني الوسيلة، والروابط المكانية وتعبّر عن طريقة غير شخصية أي جماهيرية

للتوزيع الشامل والواسع والجماعي للمعلومات ووجهات النظر، مهما كانت الروابط المستعملة، فالميديا بصورة تقليدية تتيح التواصل مع عدد كبير من الجماهير دون شخصنة الرسائل ومن ثم فهي مصطلح يحمل الدلالة الاستعمالية من حيث ارتباطها بالوسيلة والدلالة التواصلية لحملها آليات الاتصال والمشاركة مع الآخر<sup>3</sup>، الإعلام الجديد يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يتم بثه عبر الوسائل الإعلامية التي عرفت تطورات كبيرة بفضل التكنولوجيات الحديثة والتي جعلتها تخرج من مصاف الوسائل التقليدية<sup>4</sup>.

وعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمية بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"، وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"<sup>5</sup>، كما أن الإعلام الجديد يعتمد على الزيادة المفرطة في المعدات التكنولوجية الجديدة؛ كالهواتف المحمولة وشبكات الكمبيوتر وما يماثلها، والتي فتحت إمكانات جديدة لجمع ونقل المعلومات<sup>6</sup>، فهذا التعريف يؤكد اندماج الكمبيوتر مع الإعلام القديم بوسائله ليمنحها بعدا آخر ينحصر في التفاعلية والمشاركة، وذلك لأن الحاسوب عادة ما يقترن بالانترنت وبالفجوة المعلوماتية التي أحدثتها، والتي أدت إلى تغيير أنماط الاتصال.

وقد اعتبر "إبراهيم إسماعيل" الإعلام الجديد مصطلح ظهر نتيجة لتطور وسائل الإعلام التقليدية وظهور وسائل حديثة؛ كالهاتف المحمول وشبكة الانترنت، والتي منحت للحياة الاجتماعية للفرد أبعادا أخرى بعد أن دخلتها بصفة غير متوقعة لكنها فرضت نفسها بشكل قوي، ومن ثم فالإعلام الجديد بالنسبة له هو ذلك الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر والبث الإلكتروني، وذلك من أجل فتح مجال المشاركة للجميع كمنتجين ومتلقين للمادة الإعلامية، ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة<sup>7</sup>.

## الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

وهذا التعريف أيضا يؤكد على التفاعلية بين المستخدمين، وتحول في المسار العملية الإعلامية التي أصبحت تشاركية أكثر مما أنتج أنموذجا جديدا لتدفق المعلومات والتعامل معها.

يؤكد جونز "Jones" أن الإعلام الجديد مصطلح استخدم لوصف أشكال من الاتصال الإلكتروني والذي يتميز بالحوار بين طرفيه<sup>8</sup>، فقد أكد في تعريفه على المقاربة الزمنية لظهور الوسائل، لذا ركز على الجانب التقني في الوسيلة مقارنة بالوسيلة التقليدية، وأضاف إمكانية التفاعل بين أطراف الاتصال على شكل حوار يتم فيه تبادل الأدوار.

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن بعضها اعتمد على التقنية التي أدخلت على الوسائل التقليدية وهي الرقمنة، وبعضها يؤكد على أهمية دخول الكمبيوتر في العملية الاتصالية، والتي أرخت بظلالها على العلاقات الاجتماعية وأعدت صياغة بعضا من صورها خاصة في إطار منصات الشبكات الاجتماعية، ومنها من جعله في مقابل الإعلام التقليدي كحالة انتقالية تقنية تمتد تاريخيا وزمنيا، ومن ثم فإن قراءة التعاريف بينت فصل العديد من العوامل الأخرى كالاقتصادية والثقافية ومدى اسهامها في ظهور التقنيات الجديدة.

أما تعريف "leah A. Lievrouw" و "Sonia livingstone" فقد أكد على المنظور الميديولوجي للميديا الجديدة، حيث يشير إلى أنها تدمج في ثلاث عناصر تعتر البنى التحتية لتشكيلها؛ الأنظمة التقنية والتي تتمظهر في أجهزة الاستقبال الرقمي، والممارسات وتتمثل في التدوين ونقل المعلومات وغيرها من الممارسات المتاحة، وأخيرا الترتيبات الاجتماعية ويقصد بها الأسرة والمجتمع وغيرها<sup>9</sup>، وهو بذلك يمثل منظومة تواصلية اجتماعية وهذا بالنسبة للأفراد والجماعات، وتجارية دعائية للمؤسسات الاقتصادية، وهو أيضا منظومة إعلامية اقتصادية، وهذا يعني بالضرورة عدم الاقتصار على التقنية كعامل محدد للإعلام الجديد<sup>10</sup>.

مما سبق يمكن القول أن الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد؛ هو الذي يجعل من الإعلام الجديد مجالا لاندماج الوسائل التقليدية الجماهيرية مع الانترنت

بمضامين قد تكون جديدة أو يتم إعادة تكييفها مع متطلبات التفاعلية التي تمنحها الأنترنت، فالجدة فيه تتضح على تلك الأنساق التي أفرزتها تلك المضامين على المستخدمين وعلى واقعهم الاجتماعي.

وبالتطرق لمفهوم النيوميديا أو الإعلام الجديد يحيلنا ذلك لتفكيك مؤشراتهِ والمتمثلة في الوسيطية، التفاعلية، والرقمية.

**فالوسيطية** أو الوسائطية والتي تعني وجود أدوات وتقنيات ترتبط باستخدامات الجمهور للوسيلة، وكيفية التعبير عن حاجاتهم في إطار العملية التواصلية؛ سواء اجتماعية أو اقتصادية أو حتى تجارية وإعلامية، حيث تجعل من تلك الأدوات أو التقنيات ممرات ووسائل تحمل في طياتها مجموعة رسائل ومضامين، وقد كانت تظهر على شكل تقني بحت كعلب وغرف الدردشة مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وفضاءات الإعلانات والتعليم الإلكتروني والهاتف النقال، و...، لكنها تجاوزت ذلك لتشير لكل السمات والممارسات والأخلاقيات التي يتعامل بها طرفي الاتصال، أما **التفاعلية** المتعلقة بالإعلام الجديد فنقصد بها تبادل الأدوار بين المرسل أو القائم بالاتصال و المستقبل أو المتلقي؛ حيث تميزت الوسائل التقليدية بوجود مسار واحد للمعلومة ومن ثم تحديد مجال رجوع الصدى، لكن تطور وسائط الإعلام الجديد مع المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي منح للمستخدم المشاركة في بث ونشر الخبر والتفاعل مع منشورات أخرى وفيديوهات وتسجيل إعجابات وتذييلها بتعليقات، وذلك في خضم التدفق المعلوماتي الذي نعيشه، كما تظهر الرقمية في التقنية التي أنتجت التكنولوجيا الهائلة التي أفرزها التقدم والتطور في مجال البرمجيات والاتصالات، وظهور الأنترنت التي أحدثت نقلة نوعية في مجال الإعلام وربطت بين العديد من وسائله كوسيط بينها

#### ثانيا/ النيوميديا والحقل الإشتراكي لها

يعتبر مصطلح النيوميديا من المصطلحات الأجنبية التي أدخلت لعلم الإعلام والاتصال، وتعرض للترجمة بمصطلحات عدة؛ وقد ارتبطت النيوميديا بظاهرة الاندماج بين الوسائط الإعلامية أي الوسائل والأدوات من جهة وبين التكنولوجيات الحديثة، لذلك تعددت الترجمة لتدل على الإعلام

## الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

الجديد أو التفاعلي أو الرقمي، وقد زاد الاهتمام بدراساتها نظرا للظواهر التي اتصلت بها وأنتجتها من جهة أخرى؛ كالعلاقات الافتراضية ومشكلات الهوية والاعتراب والتحصيل الدراسي والقيم...، سنحاول التطرق لتعريف المصطلحات الدالة على النيوميديا في الحقل الإيستيمولوجي المشترك بينهما:

**1/ الإعلام الرقمي:** يشير إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب web sites، الفيديو والصوت وغيرها، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي، أو التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية<sup>11</sup>.

فهو إعلام يقوم على الأجهزة الرقمية التي تخضع لتطورات متسارعة، فهو إعلام يعتمد على الكمبيوتر للوصول لأكبر عدد من الجمهور باختزال الزمن وتقريب الأماكن، كما أن النظام الذي يقوم عليه وهو النظام الرقمي يقلل من إمكانية التشويش على المعلومة، كما يضيف نقاء على الصورة والصوت ومن ثم الوصول لمحتوى ذو نوعية عرضية مميزة وتشاركية مع المتلقي بصفة أكثر فعالية، وقد أسهم الاقتصاد في تسهيل هذه العملية من خلال الإنتاج المتسارع للحواسيب الرقمية وكل الإلكترونيات التابعة له، وبأثمان منخفضة.

**2/ الإعلام التفاعلي Interactive Media:** خاصة في ظل توافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت، وكذا التلفاز والمذياع التفاعليين وصحافة الأنترنت وغيرها من نظم الإعلامية التفاعلية الجديد<sup>12</sup>، فالمستخدمين للإعلام الجديد يتبادلون الأدوار على هيئة مشاركين في العملية الإعلامية بدل الصورة التقليدية مرسل/ متلقي، فيتحكمون ويرسلون ويتفاعلون ويعدلون في المحتوى الإعلامي باعتبارهم يمارسون العملية الإعلامية بشكل ثنائي.

**3/ الإعلام الشبكي:** وتعود التسمية لمدى ارتكاز هذا النوع من الإعلام على تطبيقات شبكة الأنترنت، وهو الإعلام الذي يقوم على خطوط الاتصال

<sup>13</sup> Online Media .

وهو: "العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات، لإتاحة المحتوى في روابط متعددة، بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع"<sup>14</sup>، فمستخدم محتويات الإعلام الجديد يعتمد على وسائط للوصول للمعلومة والمتمثلة في الأنترنت، فيكون بذلك قارنا ومستمعا ومشاهدا، فهو إعلام يسمح بالتواصل من عدة مناطق وأخذ المعلومة من مصادر عدة وفي وقت واحد، حسب حاجاته وميولاته وتفضيلاته، نظرا لما توفره الوسائط من سرعة ووفرة وتنوع في المحتوى.

وقد ظهرت في ظلها مجموعة وسائط وتطبيقات كما مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث وتطبيقات الإرسال الإذاعي والتلفزيوني كاليوتيوب.

**4/ الوسائط السيبرونية:** وانبتق اسمها من الفضاء السيبروني Space Cyber الذي أطلقه كاتب الروايات الخيالية العلمية "وليام غيبسون"، وقد استعار المصطلح من "السبرنطيقا" المعروف عربيا بعلم "التحكم الآلي"، ويعني تعبير "السايبير ميديا" العالم المصنوع المعلومات الصرفة التي تأخذ - ليس فيزيائيا - شكل المادة، والتي تصف وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري، وقد أستعير هذا المصطلح ليبدل على وصف فضاء المعلومات على شبكة الأنترنت<sup>15</sup>، ويُعرف "فريديريك مايور" الفضاء السيبراني بأنه: "بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير والمعلومات والتبادل، وهو يتكون أساسا من الأشخاص الذين ينتمون لكل الأقطار والثقافات واللغات والأعمار والمهن المرتبطة ببعضها البعض عن طريق البنية التحتية الاتصالية التي تسمح بتبادل المعلومات ونقلها بطريقة رقمية"<sup>16</sup>.

**5/ إعلام المعلومات:** فقد جاء نتيجة لتزاوج ظاهرتين بارزتين عُرف بهما هذا العصر؛ ظاهرة تفجر المعلومات (Télécommunication) وظاهرة الاتصالات عن بعد (Information Explosion)، وهو يعتمد على استخدام



## ===== الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليية وتخزينها وتوزيعها<sup>17</sup>، فمع وجود وظهور الشبكة العنكبوتية أصبحت المعلومة متاحة لكل من يبحر فيها وبالتالي يمنح له الصلاحية والإمكانية لنشرها، بتكلفة منخفضة وبوقت أسرع بعيدا عن التعقيدات التي كانت تمر بها المعلومة في الوسيلة التقليدية للوصول للمستقبل.

**6/ الإعلام البديل:** فهو يستقي دلالاته من جمهوره الذي اتخذه بديلا عن الوسائل الإعلامية القديمة وذلك لاعتبار ظهور أشكال جديدة من الإعلام والاتصال وفاعلين جدد في البيئة الإعلامية لم يكونوا موجودين من قبل، حيث منحت تلك التطبيقات والوسائط فرص أكثر للممارسة حرية النشر والنقد، وكذا أصبحت مناخا سهلا لتوالد الأفكار وتلاقحها، خاصة ضمن المواضيع الطابوهات التي فرضتها البيئة الاجتماعية والسياسية<sup>18</sup>.

فالإعلام البديل يحيلنا لمفهوم التعددية في بث ونشر المضامين والتي تأتي متناقضة ومعارضة لما هو سائد، أو تلك القضايا التي لم تستطع الوسائل الأخرى التطرق إليها، وهناك ثلاث معايير في ذلك<sup>19</sup>:

- أن تنقيد المنشورات بالمسؤولية الاجتماعية.
- أن تتخلى المنشورات عن الصبغة الربحية التي يمكن أن تحملها.
- على الناشر أن يعبر بفعل عن الإعلام البديل.

ومن ثم فإن التعريفات السابقة كانت نتيجة لتركيز الباحث على عامل واحد وإهمال الأجزاء الأخرى، مما أنتج تعريفات مختلفة لكنها متكاملة في مجملها مع بعضها البعض، وهي كلها تعريفات مستخدمة من قبل الباحثين حسب ما يحقق أهدافهم من دراساتهم، وقد اتضح للباحث أنه يستحيل وضع تعريف موحد للإعلام الجديد على اعتباره - الإعلام الجديد- هو في الحقيقة سلسلة من التغيرات على مستوى الوسيلة والتقنية، وكذا المحتوى الذي يتماشى مع هذه الأخيرة، بالإضافة للمستخدم الذي استطاع أن يحدث تغييرات في العملية الإعلامية وتسقط معه نظريات المرسل والمستقبل، ومن ثم أصبح بإمكانه ممارسة الدورين مع في الوقت ذاته.

### ثالثاً/ خصائص الإعلام الجديد.

تميزت النيوميديا أو الإعلام الجديد بعدة خصائص استفاضت البحوث الإعلامية في سردها؛ نذكر أهمها<sup>20</sup>:

**اللاتزامنية:** بمعنى إلغاء الحدود الزمنية وإمكانية التواصل بين المستخدمين في الوقت المناسب لهما، ومن ثم فالرسالة الاتصالية والإعلامية تصل مباشرة دون قيود من المرسل للمتلقي، وهذه الخاصية تجعل من المعلومة غير خاضعة لزمان النشر، بل يجدها المتلقي متى تعرض للوسائط الإعلامية، كما منحت المرسل فرصة في إرسال الرسالة حسب ورودها ولاعتبار أهميتها ووقتها.

**المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين، وبالتالي فهو تجاوز فكرة مصدرية الإرسال والتي كانت تمارسها الوسائل التقليدية، حيث الجمهور ينتظر المعلومة منها ويقوم برد الفعل تجاهها، وبذلك تقوم الوسيلة بغريبة تلك الردود حسب ما يتوافق وخطها الافتتاحي وسياستها الإعلامية كحارس للبوابة، بينما جاء الإعلام الجديد وبجميع وسائطه ل يتيح للمستخدم إمكانية النشر والتعديل على المحتوى الإعلامي ليكون مرسل بدل أن يكون مستقبلاً فقط، وبذلك منح له أهمية أخرى باعتباره مشاركاً في العملية الإعلامية رغم عدم تخصصه واحترافيته.

وبين "خضير البياتي" أن الإعلام الجديد تتحدد قوته من خلال التأثير على مستويين للشبكات الاجتماعية<sup>21</sup>:

**1- التأثير الفعلي:** الذي يعود لطبيعة الشبكات الاجتماعية من خلال قدرتها على جلب الملايين من المتابعين، ومواكبتها للأحداث والقضايا بعيداً عن الرقابة الحكومية.

**2- ما تمنحه الشبكات للشباب من قدرات في إمكانية التغيير ورفض الواقع.**  
**الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية، وهكذا أصبحت الوسيلة الإعلامية في

## ===== الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

فضاء النيوميديا وسيلة سهلة الاستعمال وبتكلفة أقل وفعالية أكثر لاعتمادها على الانترنت التي سهّلت الانتشار للمعلومة والخبر.

**الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة، فإن كانت الوسائل التقليدية حققت نوعاً من الانتشار إلا أن النيوميديا عرفت قفزة نوعية لارتباطها بالشبكة العنكبوتية، التي منحت المستخدم سهولة الوصول للمحتوى ومشاركته ونشره، في ظل انتشارها وتبنيها من قبل مؤسسات وشركات عالمية حققت في إطارها أرباح طائلة، كما استطاع الإعلام الجديد أن يمنح للقضايا المحلية أبعاد عالمية، ويصنع من الأحداث يؤر مركزية تجاوزت الحدود الجغرافية، ومنح للمستخدم إمكانية الدخول ضمن المجموعات التشاركية ذات الاهتمام الواحد من مختلف المناطق والدول والثقافات والقيم والاتجاهات، ومن ثم تحقيق الحاجات الذاتية بصفة اختيارية وبصورة أكثر حرية.

**اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،...إلخ.

فقد استطاع الإعلام الجديد ومن خلال المدونات وصفحات الفاييسبوك وصحافة المواطن أن يحدث ثورة نوعية في المضمون الذي يتناوله من جانب العرض والتقديم وجانبها التقني، فأصبحت المضامين عبارة عن مزج للصورة والتعليق، وأحيانا فيديو وموسيقى وعليها كلمات وهاشتاقات ورموز، مما يضيف عليها جاذبية وفعالية أيضاً، كما منح لمجموعة من الوسائل خاصة منها الوسائل التقليدية كالصحيفة والراديو والتلفزيون الاندماج مع بعضها البعض، فكانت الصحافة الالكترونية التي انفصلت تماماً عن الصحافة التقليدية المطبوعة وآليات النشر المكتبي، وجهاز الحاسوب الذي يتسم بخاصية الربط بالانترنت التي توفر له مجموعة من النوافذ سواء عبر البريد الإلكتروني أو التقاط موجات الإذاعة وبرامج التلفزيون.

**الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه

والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً، حيث أثبتت العديد من الدراسات وجود مشاهدات سلبية لمضمون التلفزيون وعدم التركيز على ما يحمله من معاني ورسائل ضمنية، بينما استطاع الإعلام الجديد أن يعيد للمستخدم تركيزه ويغير تلك العادات المشاهداتية بتفعيل عملية الاختيار وليزيد من نسبة تفاعله مع المحتوى الذي ينشره أو يقرؤه.

**التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

يمكن أيضاً الإشارة إلى **خاصية الفردانية** التي تتيحها تطبيقات الإعلام الجديد؛ وهي خاصية تشير إلى إمكانية اختيار الفرد للمحتويات الإعلامية التي تتناسب توجهاته وقيمه ورغباته وحاجاته، دون اعتبار لزمكانية المحتوى، ما أنتج مجموعات مصغرة تشاركية لها الخصائص نفسها تتشكل بينها روابط قوية في ظل غياب اللقاء الفيزيائي، وإنتاج مسميات وممارسات جديدة، هذه الخاصية التي أفرزت سمة أخرى هي **العوالم الافتراضية** التي تعتبر إحدى تطبيقات المعلوماتية التي تجعل المستخدم يعيش تفاصيل حياتية في عالم مزيف، لكنه يظنه الحقيقة الكاملة<sup>22</sup>، وهذا العالم الافتراضي هو عالم يعاكس الواقع أو يجاريه أو يحاكيه في بعض من أحداثه لكنه يفتقر للواقعية.

**رابعا/ عوامل ظهور النيوميديا.**

أسهمت العديد من العوامل في ظهور النيوميديا؛ نذكر أهمها<sup>23</sup>:

**1- العامل التقني:** وهو المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر؛ سواء في تجهيزاته أو برمجياته، وتكنولوجيا الاتصال خاصة تلك المتعلقة بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، حيث اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في عدة توليفات اتصالية إلى أن أفرزت شبكة الانترنت، لتصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع الوسائط الأخرى؛ المكتوبة والمسموعة والمرئية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام، وعلى طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، ما

## ===== الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

أسهم في انكماش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين الواقعي والكائنات الرمزية في العالم الافتراضي ، وبين الحاضر والغائب.

**2- العامل الاقتصادي:** ويتجلى في عولمة الاقتصاد التي تخضع لسرعة تدفق المعلومات وما يتطلبه ذلك من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال، وذلك لاعتبار المعلومات سلعة اقتصادية تتعاطم أهميتها في إطار عولمة نظم الإعلام والاتصال، التي عملت على تنمية النزعات الاستهلاكية ونشر وتوزيع سلع صناعة الثقافة التي تظهر على شكل برامج تلفزيونية وموسيقى ولباس وأكسسوارات وحتى وجبات غذائية وألعاب.

**3- العامل السياسي:** ويظهر ذلك في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية؛ بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم يعرف العديد من الاضطرابات والصراعات والتناقضات.

كل هذه العوامل وغيرها أسهمت في ظهور النيوميديا أو الإعلام الجديد لتجعله واقعا ضمن العملية الإعلامية والاتصالية، فأصبحت وسائطه من أكثر الوسائط استخداما وانتشارا لدى العديد من الجماهير لاعتبارات تم الخوض فيه وذكرها سابقا، حيث غير من أنماط التواصل على المستوى الفردي والجماعات وحتى المؤسسات والحكومات، وأصبحت إحدى الوسائل الهامة في إحداث التغييرات من الناحية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والاستهلاكية والثقافية ووو...

## خامسا: إشكالية التنظير للميديا الجديدة والمرجعيات المفسرة له

**1- المداخل النظرية للميديا الجديدة:** هناك العديد من المداخل والرؤى النظرية التي اهتمت بالإعلام الجديد، واعتمدت في تفسير اتجاهاته، ذكرها عباس صادق في دراسته الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة:

أ- **مدخل نيغروبونتي (Negroponte, 1995):** يؤكد هذا المدخل على أن ميزة الإعلام الجديد تظهر فيما يقدمه من أشكال رقمية من جهة، ومن خلال اعتماده على الوحدات الرقمية بدل الوحدات المادية والفيزيائية من جهة

أخرى، وهذا ما سمح له بتلبية اهتمامات واحتياجات المستخدم، كما أكد على أن الميزة الأساسية والأكثر أهمية للإعلام الجديد تتمثل في خروجه من تحكم السلطة بأشكالها المتنوعة ليصبح متاحاً لكل المستخدمين.

**ب- مدخل فيدلر (Fidler, 1997):** اهتم بتحديد ست مراحل تمر فيها عملية التغيير ذات الصلة بالأفكار الجديدة، التي تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، وهي:

- تعايش وتطور مشترك للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.

- تغير جذري ومنتدج للأشكال الإعلامية القديمة.

- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية.

- 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.

**ج- مدخل كروسبي (Crosbie):** اعتمد في مدخله على المقارنة بين الإعلام الجديد والتقليدي؛ من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية (الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي).

**د- مدخل مانوفيتش (Manovich):** ركز في مدخله على ضرورة الفهم الصحيح لطبيعة الإعلام الجديد ليتجاوز الفهم السائد من كونه مرتبط باستخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات، إلى كونه إعلاماً تكاملياً، إضافة إلى إعادة النظر إلى طبيعة الرسائل الجديدة والمؤثرات المرافقة له، كما حدد "Manovich" الحالات الرئيسية للإعلام الجديد، وهي: (التمثيل العدي، حالة الانتقال، حالة الأتمتة، القابلية للتغير، الترميز الثقافي).

**هـ- مدخل ديفيس وواين (Richard Davis)، (Diana Owen):** ولأن المداخل السابقة اعتمدت على التقابلية بين الإعلام التقليدي والجديد دون الوصول لحد التماهي بينهما، فقد حاول هذا المدخل الخروج من هذه الحالة وذلك من خلال كتابهما (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية)، حددا الإعلام الجديد وفق أنواع ثلاثة، وهي:

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة.

تؤكد كل المداخل المذكورة أعلاه وغيرها أن الإعلام الجديد هو إعلام يختلف عن الإعلام التقليدي سواء من ناحية التقنيات المعتمدة أو شكل العملية الاتصالية في حد ذاتها والتي تعتمد على التفاعلية، أو المحتوى الاتصالي والإعلامي الذي سعى لتلبية اهتمامات واحتياجات المستخدمين بطرق شتى.

### 1- بعض المقاربات المفسرة للميديا الجديدة

لقد واجه الباحثون مشكلات عدة في مجالات تفسير السلوك الاتصالي الذي يحدث عبر تطبيقات النيوميديا وذلك على ضوء النظريات المتاحة، والتي أثبتت العديد منها عدم مؤالمة فروضها النظرية للبيئة الجديدة، وذلك لأن جل المقاربات جاءت وليدة لتطور الوسيلة الإعلامية، وسياقاتها التاريخية، فقد أكد العديد من الباحثين ضرورة إعادة صياغة تلك التيارات التقليدية للتناسب والمعطيات الجديدة لتمدد شبكة الانترنت في الحياة الاجتماعية، والأدوات البحثية للجانب الأمبريقي والتأويلي، وهذا بإجراءات مقارنات بين مختلف النظريات الحالية لاختيار ما يتناسب في تفسير نتائج والتغيرات التي أنتجها استخدام الميديا الجديدة<sup>24</sup>، لذا فقد استمر البحث من قبل المتخصصين في فرز النظريات لاختيار ما يتناسب والبيئة الجديدة، ومحاولة إيجاد بدائل أخرى.

يرى العديد من المنظرين أن هناك إشكالية كبيرة في كيفية التعامل مع المحتويات الإلكترونية وعملية التلقي، وذلك لصعوبة تحديد جمهور الوسائط الإلكترونية وما يرتبط بها من فكرة ضبابية المجموعات الافتراضية، مما يتطلب محاولة تحليل الخطاب الإلكتروني ومحاولة فهم خصوصية الموقع الإلكتروني<sup>25</sup>.

أكد "مارشال ماكلوهان" في نظريته الوظيفية الحتمية التكنولوجية على "الدور الحاسم للميديا الجديدة وقدرتها على تحويل العالم المترامي الأطراف إلى قرية صغيرة وإن كانت في المقابل تطرح أسئلة حرجة عن مصير الإنسان في المستقبل، على خلاف النظريات الوظيفية التي تولي كامل اهتمامها للبحث في الوظائف والأدوار التي تلعبها الميديا الجديدة في المجتمع، وهي على كل

حال نفس الوظائف تقريبا التي يقوم بها الإعلام التقليدي<sup>26</sup>، ورغم الاختلاف في تحديد تلك الوظائف إلا أنها تشترك في كون الوسيلة الإعلامية وجدت لخدمة الفرد والمجتمع سواء على شكلها التقليدي أو الحديث (الإعلام الجديد أو الرقمي...).

كما أسهم البحث الإثنوغرافي في محاولة تفسير المجال الافتراضي والتفاعلات الموجودة فيه والنتيجة عن استخدام الميديا الجديدة، خاصة الجانب اللغوي الذي أنتج مصطلحات لم تكن موجودة من قبل كالجمهور الرقمي والتفاعلية و...، وإشكالية الهوية والخصوصية الثقافية<sup>27</sup>، فمع الاستخدام الكبير للإعلام الجديد أو النيوميديا من قبل الأفراد أفرز هذا الأخير لغة جديدة لها علاقة بالرقمية التي تستند عليها، كما أسهم تطور لتلك الأبحاث بصورة أسهل كما في استخدام الأدوات البحثية: الملاحظة بالمشاركة كمثال على ذلك، حيث سهّلت عملية التقارب ومعايشة واقع المبحوث، كما انعكس كل ذلك على تشكيل تجمعات افتراضية موازية لتلك الواقعية، وما أنتجته من علاقات اتصالية بتفاعلاتها الرمزية ومشكلاتها الهويةية، خاصة مع أبحاث "دافيد مورلي" ومفاهيمه السياق المنزلي والتفاعلات الديناميكية.

أما التيار النقدي فهو يسمح من منظور الاقتصاد السياسي بإثارة أسئلة حول المسؤول والمتحكم في الوسائط الإلكترونية، ومدى بلوغ الناس مرحلة الحرية التامة في استعمالها، لذا فإن "روهل" يشير إلى وجود العديد من الدول المتقدمة التي تمارس رقابة كبيرة على استخدام الإنترنت من قبل مواطنيها، وذلك بهدف توجيههم نحو نمط معين من المعيشة الرأسمالية، لذا فإن الطبقات الاجتماعية تلعب دورا مهما في فهم ظاهرة الميديا الجديدة، لأن الطبقة في نظره تجعل من الثورة الرقمية ظاهرة ذات مستويات عديدة.

**نتائج الدراسة:** خلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج، وهي:

- 1- النيوميديا مصطلح تزامن مع ظهور تكنولوجيات جديدة، عرفت تسارعا مذهلا مما أسهم في صعوبة تحديده بدقة.
- 2- ظهور عدة مصطلحات ذات حقل ابستيمي واحد مع النيوميديا، نتيجة للتعريب من جهة، واتصالها بتقنية واحدة دون أخرى من جهة أخرى.



### الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

- 3- تميز الإعلام الجديد بخصائص عدة؛ جعلت منه منافسا قويا للإعلام التقليدي أحيانا وفي أحيان أخرى استطاع التفوق عليه.
- 4- تناولت العديد من المدارس البحثية الإعلامية ظاهرة الإعلام الجديد وحاولت تفسير ماهيته وانعكاساته.

### الخاتمة

تعتبر المفاهيم والبحث في هويتها من أبرز ما شغل المختصين خاصة في مجال الإعلام والاتصال، وقد أسهمت العديد من الأبحاث في إيجاد مقاربات مفاهيمية لها، خاصة تلك التي تعتبر حديثة وترتبط بالتقنية التي أنتجتها، وهذا ما يؤدي بالكثيرين للبحث عن مرجعيات تقيد تلك المصطلحات وتؤكد على مفاهيمها، ما يستوجب أيضا الغوص في تفعيل أدوات بحثية موجودة أو إيجاد بدائل لتفسير الظواهر الناتجة عنها.

وفيما يخص مصطلح الإعلام الجديد فقد عرف حقله محاولات جادة في فك شفراته انبرى لها مختصين في المجال، مما أنتج مداخل نظرية عدة، تلتقي في كونها تعبر عن إعلام ذو صلة بالتقنية، كما يؤكد ذلك عباس مصطفى صادق "أن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي". كما نشير إلى وجود صعوبات وعراقيل للوصول لفهم أعمق لظاهرة الميديا الجديد في ظل منتجاتها خاصة على الجوانب الحياتية والاجتماعية للفرد.

### قائمة المراجع العربية:

- 1- إدوارد هـ. سبنس وآخرون، الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، تر: شويكار زكي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، 2012.
- 2- إسماعيل إبراهيم، الإعلام المعاصر: وسائله مهارته تأثيراته أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، ط1، 2014.
- 3- بشرى جميل إسماعيل، "مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج"، مجلة الباحث الإعلامي، ع14، 2011.
- 4- خيرة مكرتار، "دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، ع5، جوان 2017.

- 5- رضا عبد الواحد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الأنترنت"، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.
- 6- سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، مجلد 26، ع 1+2، 2010.
- 7- الصادق الحمادي، الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، عدد 4، 2006.
- 8- الصادق الحمادي، الميديا الجديدة: الاستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية منوبة، تونس، ط 1، 2012.
- 9- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، د.ط، 2008.
- 10- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: التحديات والفرص، مؤتمر مكة المكرمة الحادي عشر للتحديات الإعلامية في عصر العولمة، 5، 7 ذو الحجة 1431، العربية السعودية.
- 11- فاطمة الحصى، "دور الإعلام الجديد في علاج بعض الظواهر الاجتماعية السلبية بالمجتمعات العربية: ظاهرة التحرش أنموذجاً"، 27 أبريل 2017.
- 12- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، القاهرة: عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2007.
- 13- محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية مدى، (2011).
- 14- مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، ط 4، 2014.
- 15- نور الدين هميسي، "الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءات نقدية"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني للإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 26، 25 نوفمبر 2014.
- 16- وداد سميشي، المنتديات الالكترونية بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، دار العالم العربي، مصر، ط 1، 2010.
- 17- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، دار البلدية، الأردن، ط 1، 2014.

قائمة المراجع الأجنبية:

- 18- Dominique Gany, « Nouveaux Medias: mode d'emploi (e-management) », Edipro Belgium; Édition: Série 1 (15 décembre 2009), <https://www.amazon.fr> 10.03.201.9
- 19- Francis Balle , les nouveaux médias,(Paris: presses universitaires de France, 1984).

## الميديا الجديدة: المفاهيم النظرية والقراءات النقدية

- 20- Gary Bowler: Netnography, A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. The Qualitative Report. Vol 15. No 5. 2010.
- 21- Henry Jenkins :convergence culture, where old and new media collide,(New york : New York university Press, 2006).
- 22- Jerome colombain, Cyberculture, (France :Ed Milan).
- 23- Kim Sung Tae & David Weaver, Communication Research About the Internet: A.Thematic Meta-analysis. New Media & Society. Vol 4. No 4.
- 24- Steve jones, Encyclopedie of new Media.

### الهوامش:

- <sup>1</sup> - مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، ط4، 2014، ص285.
- <sup>2</sup> - Francis Balle , les nouveaux médias, (Paris : presses universitaires de France, 1984), p.p 09 -08.
- <sup>3</sup> - Dominique Gany, « Nouveaux Medias: mode d'emploi (e-management)», Edipro Belgium; Édition: Série 1 (15 décembre 2009), <https://www.amazon.fr> 10.03.2019
- <sup>4</sup> - رضا عبد الواحد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الأنترنت"، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص516
- <sup>5</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، د.ط، 2008، ص31.
- <sup>6</sup> - إدوارد هـ. سبنس وآخرون، الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، تر. شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، 2012 الجزائر، د.ط، ص54.
- <sup>7</sup> - إسماعيل إبراهيم، الإعلام المعاصر: وسائله مهارته تأثيراته أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، فطر، ط1، 2014، ص22.
- <sup>8</sup> - Steve jones, Encyclopedie of new Media, 2002.
- <sup>9</sup> - خيرة مكرتار، "دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، ع5، جوان 2017، صص317، 318.
- <sup>10</sup> - الصادق الحمامي، الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، عدد4، 2006، ص3.
- <sup>11</sup> - رضا أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الأنترنت"، مرجع سابق، ص36.

- <sup>12</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: التحديات والفرص، مؤتمر مكة المكرمة الحادي عشر التحديات الإعلامية في عصر العولمة، 5، 7 ذو الحجة 1431، العربية السعودية، ص8.
- <sup>13</sup> محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية مدى، 2011، ص18.
- <sup>14</sup> - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2007، ص26.
- <sup>15</sup> - محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجا، ص18.
- <sup>16</sup> - وداد سميشي، المنتديات الالكترونية بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، دار العالم العربي، مصر، ط1، 2010، ص15.
- <sup>17</sup> - سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، مجلد26، ع1+2، 2010، ص 442.
- <sup>18</sup> - الصادق الحمادي، الميديا الجديدة: الاستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية منوبة، تونس، ط1، 2012، ص13.
- <sup>19</sup> - بشرى جميل إسماعيل، "مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج"، مجلة الباحث الإعلامي، ع14، 2011، ص12.
- <sup>20</sup> - فاطمة الحصى، "دور الإعلام الجديد في علاج بعض الظواهر الاجتماعية السلبية بالمجتمعات العربية: ظاهرة التحرش أنموذجا"، 27 أبريل 2017.
- <sup>21</sup> - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، دار البلدية، الأردن، ط1، 2014، ص327.
- <sup>22</sup> - Jerome colombain, Cyberculture, (France :Ed Milan) , p22.
- <sup>23</sup> - سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مرجع سابق، ص ص443، 444.
- <sup>24</sup> - Kim Sung Tae & David Weaver, Communication Research About the Internet: A.Thematic Meta-analysis. New Media & Society. Vol 4. No 4, p 521.
- <sup>25</sup> - Henry Jenkins :convergence culture, where old and new media collide,(New york : New York university Press, 2006), p 38.
- <sup>26</sup> - نور الدين هميسي، "الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءات نقدية"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني للإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 26، 25 نوفمبر 2014، ص 6.
- <sup>27</sup> - Gary Bowler: Netnography, A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. The Qualitative Report. Vol 15. No 5, 2010, p 1271.