



الإعلام الرقمي- سياق الظهور، المفهوم والخصائص وإشكال التسمية

DIGITAL MEDIA– CONTEXT OF EVOLVING, CONCEPT, CHARACTERISTICS AND THE PROBLEMATIC OF APPELLATION

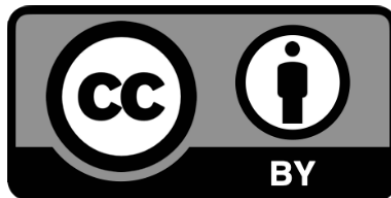
DOI : 10.5281/zenodo.7278435

الكاتب

عبد العزيز المنتاج

باحث في سلك الدكتوراه تخصص الإعلام

جامعة ابن زهر، أكادير- المغرب



الإعلام الرقمي: سياق الظهور. المفهوم والخصائص وإشكال التسمية



ملخص:

بدأ التبشير بمعالم الثورة الرقمية والمعلوماتية منذ النصف الثاني من القرن العشرين. وقد تجمعت عدة ظروف فكرية واجتماعية وسياسية واقتصادية وعسكرية، في خلق الجو المناسب لهذه الثورة. وأول هذه الظروف هي الحرب العالمية والتيارات الفكرية التي اهتمت الحضارة الغربية واعتبرتها حضارة تدمير الذات. ما استدعى الى إعادة الاهتمام بالإنسان وحقوقه، وعلى رأسها الحق في التعبير والاتصال، كرد فعل على أحادية وسائل الإعلام التقليدية وخضوعها لسلطة المال والسياسة.

عبد العزيز المنتاج

باحث في سلك الدكتوراه تخصص الإعلام

جامعة ابن زهر، أكادير - المغرب

سعت هذا الأفكار إلى الاهتمام بالمتلقي وجعله في صلب العملية الإعلامية، وهو ما تأكد لاحقا باختراع الحاسوب الذي اندمج بثورة الاتصال والإنترنت، وأدى إلى نقل المجتمع إلى مجتمع معرفة ومعلومات، وبروز إعلام جديد، جعل الكرة الأرضية فضاء للاتصال والتواصل، وبالتالي فضاء لتغيرات همت جميع المجالات، وأبرزها حقل الإعلام والاتصال. وقد رافقت هذا التطور تنظيرات فكرية حاولت تحديد طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة ووسائلها، وكشف طرق وأساليب

اشتغالها، ورصد ما تتميز به من خصائص وتأثيرات على الفرد والمجتمع، وكذا مساهمتها في الحد من امتداد وسائل الإعلام التقليدية وتغيير خصائصها ومميزاته.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الإعلام الجديد، الثورة التقنية، مجتمع المعرفة والمعلومات، خصائص الإعلام، إشكال التسمية.

DIGITAL MEDIA- CONTEXT OF EVOLVING, CONCEPT, CHARACTERISTICS AND THE PROBLEMATIC OF APPELLATION

Abstract

The second half of the twentieth century is considered the starting point of the digital and information revolution. That has been confirmed by the invention of the computer, which merged with the communication and internet revolution. These inventions have resulted in the transfer of society into a knowledge and information one, and it led to the emergence of the new media. This new form of media has also made the globe a space for communication and information, and thus a space for changes on all the fields the most important of which is the field of media and communication.

Abdelaziz ELMOUNTAJ

Phd. Student

Ibn Zohr University, Agadir -
Morocco

This development was accompanied by an arsenal of theories and approaches that attempted to determine the nature of the new media environment and its means, to reveal the ways and methods of its functioning, and to monitor the characteristics and effects of this new media on individuals and societies. Besides, it tackled its contribution to limiting the extension of traditional media and changing its characteristics and advantages

Keywords: *Digital media, new media, digital revolution, knowledge and information society, media properties, naming problem*

مقدمة

اجتماعية وسياسية واقتصادية وتواصلية، لأن هناك علاقة بين تطور الحاجات الاجتماعية والثقافية، وبين تطور الإبداع التقني، وهو ما يسميه ماكلوهان (McLuhan, 1911-1980) بالاحتمية التكنولوجية¹، علما أن ماكلوهان طالما أكد أن الاختراعات التكنولوجية هي التي تؤثر

يعد اختراع الإنترنت، وما تلاه من نتائج، استمرارا لتطور الاتصال الإنساني، الذي انطلق منذ التجمعات البشرية الأولى، ولا يزال ساري المفعول حتى اليوم. خاصة أن كل تغيير أو ابتكار تفرضه الحاجة، وينتج عن سياق اجتماعي وثقافي يفكر فيه، وقد كان من الطبيعي أن تكون لهذا الاكتشافات تأثيرات على جميع المجالات،

¹ Mc Luhan , la Galaxie Gutenberg, Idées Gallimard, Paris, 1977, p 19.



تأثيراً أساسياً في المجتمعات، وأن الوسائل تعد امتداداً للحواس، فالإنسان يطور الوسائل تكنولوجيا لتساهم في تطويره من جديد، وهكذا يبقى مسلسل التطور والتغيير مستمرا ومتواصلاً دون توقف. وهو ما يمكن إسقاطه على الإعلام الجديد الذي ارتبط ظهوره باختراع الانترنت، غير أن هذا الظهور أثار الكثير من الأسئلة، ارتبطت في جزء كبير منها بتأثير الانترنت والثورة التقنية والمعلوماتية على الإعلام، وخلقها لبيئة اتصالية جديدة، وإعلام جديد رافقته إشكالات مرتبطة بمفهومه وخصائصه وإشكال تسميته. وهو ما سنحاول الإجابة عليه في هذه البحث، من خلال رصد السياق العام الذي مهد لظهور الثورة المعلوماتية، وأدى لخلق هذا الإعلام الجديد، بالإضافة إلى ما باتت تطرحه العملية الإعلامية الحديثة من إشكالات ترتبط في مجملها بالمفهوم والخصائص وإشكال التسمية، مستأنسين بما طرحه منظرو الإعلام وخبرائه، في ظل هذه الثورة الرقمية التي حولت العالم إلى فضاء للاتصال والإعلام والتواصل.

1. سياق ظهور الإعلام الجديد

بدأ التبشير بعصر الإعلام والاتصال، منذ أربعينيات القرن العشرين، حيث نظر نوربير فيير مبشراً بسيادة تقنية الاتصال. وتبعه دانييل بيل (D.Bell) خلال الستينيات. حين أكد أن العالم قد ولج عصر نهاية الإيديولوجيا². وهو ما تأكد بعد أن تحول العالم تدريجياً إلى مجتمع ما

بعد صناعي، أساسه التقنية والمعلومات. وقد سعت الدول الكبرى إلى ترسيخ هذا التوجه، اعتماداً على الاهتمام بالبنية التحتية الاتصالية، ودعم الصناعات الإعلامية، والإعلان عن خلق مؤسسات تهتم بتطوير الإعلام واقتصادياته، وتأسيس شركات كبرى، وهو ما مكّنها من حيازة السبق في الميدان الإعلامي اقتصادياً وتجارياً، في حين لا تزال الدول النامية تعاني من آثار التخلف التقني والرقمي الذي ستنج عنه لا محالة تبعية وتأخر يزيد من وضعها الاقتصادي والمعيشي والاجتماعي تأزماً.

جاء هذا التطور المعلوماتي نتيجة لعوامل اقتصادية وفكرية واجتماعية، بدأت منذ مطلع القرن العشرين، حيث تبلورت حركات فكرية وفلسفية، قامت على انتقاد الحداثة والحضارة الغربية، باعتبارها حضارة لهدم الذات، لا تولي أية عناية بالإنسان، ومنها مدرسة فرنكفورت والحركة الموقفية والحركة الدادائية³ والنزعة الفردية والنظرية الماركسية التي هاجمت التوجه الليبرالي المتوحش، وخلصت إلى أنه لا يسعى إلى رفاهية الإنسان، بقدر ما يسعى إلى الهيمنة. وقد كان من أبرز أفكار هذه الحركات المطالبة بحقوق الإنسان وحياته، وقد نال الإعلام نصيباً وافراً من هذه الانتقادات، حيث عدته آلية من آليات إعادة إنتاج الوضع القائم، وأسلوباً من أساليب الضبط والتحكم والتضليل وتوجيه الجماهير، خاصة أنه خاضع لسلطة المال والسياسيين، وأنه إعلام ديكتاتوري⁴ كما يقول رايموند

³ - سنعود للتوسع في هذه الحركات كأساس لسياق ظهور التواصل الاجتماعي باعتبارها نوعاً من الاحتجاج.

⁴ - ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، تر صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر، ط1، القاهرة، 2012، ص 70.

² Daniel Bell, The end of ideology, Harpo Speaks, Edit. First, New York, 1960.



ويليامز (R.Welliams)، خطي الاتجاه، لا ينتج إلا خطابا مرسوما له. يقول بيير ليفي: "إن المنظومة الإعلامية التقليدية الجماهيرية (Mass Média) تنتج تواعلا أو إعلاما لا متكافئا، تتحكم فيه النخب السياسية والثقافية والاقتصادية، لأنه لا يضمن التفاعلية بين المرسل والجمهور الذي لا يملك حق الكلام⁵. بمعنى أن الإعلام التقليدي لم يكن يهتم برأي المتلقي، بل كان في أغلب الأحيان إعلاما موجها وموجه في الآن ذاته. يقول بيير بورديو (P.Bourdieu): "التلفزيون ينتج ما يسمى بأثر الواقع، ويدفعنا لأن نثق أكثر، إنه قادر على إعطاء التمثلات والأفكار وجودا أكبر"⁶. فالتلفزيون حسب بيير بورديو يخفي الحقيقة ويظهر ظلالها، وهو حينها يركز على أخبار عامة وتافهة. أما بريشت (Brecht) فقال عن الراديو: "يجب تغيير الراديو من كونه وسيلة توزيع إلى وسيلة تواصل (...)", يجب أن يسمح للمستمع بأن يتكلم وألا يعزله، عليه أن يحمله على التواصل"⁷، نفس الشيء أقر به انزينسبرجر (Eseinsberger) في تقرير له سنة 1970 حين أكد أن "التلفزيون والسينما لا يخدمان التواصل بل يمنعان"⁸.

ظهرت، نتيجة لهذا الوضع، دعوات في أوروبا وأمريكا إلى الاهتمام بالجمهور، والسعي إلى تلبية رغباته، وإشراكه في العملية الإعلامية، ما جعل وسائل الإعلام تسارع إلى تخصيص زوايا للقراء

والمستمعين، للحد من نزيف تراجع نسبة المقرئية، وسعيا إلى تقديم فضاء إعلامي أكثر ديمقراطية يعتبر الجمهور فعلا، حيث ظهرت أشكال تواصلية جديدة مثل البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي أطلق عليها برامج الجمهور أو البرامج المباشرة أو برامج الشارع، كما ظهرت في أمريكا وأوروبا صحف شعبية سميت بصحافة الشارع⁹. ونظرا لأهمية الاتصال وضرورة اهتمامه بالأفراد وسعيا للحد من أحيادته، دعت الأمم المتحدة من خلال اليونسكو التي أصدرت سنة 1980 تقريرا لها بعنوان عريض "عالم واحد، كثير الأصوات من أجل التوصل إلى نظام عالمي جديد، أكثر عدلا وكفاءة في مجال الاتصالات والمعلومات"¹⁰، جاء فيه: "في الأشكال المتعددة، يكون الأفراد والجماعات مشاركين مباشرة أكثر وأكثر في عمليات التواصل مع وجود الإعلام الرسمي والإعلام البديل، ويجدون منافذ جديدة وفعالة من أجل التغييرات الخلاقة (...). إن تطوره (الإعلام) أمر حيوي للمستقبل"¹¹. ويواصل ستيف كولمان مؤكدا أن هذا التقرير قد جاء تعبيرا عن المزاج العام الذي كان سائدا حينذاك، خاصة أنه (التقرير) يرى أنه "بدون وجود تيار ذي مسارين في العملية (الاتصالية) وبدون معلومات متعددة تسمح باختيار أوسع، وبدون وجود فرص أكثر لكل شخص، ليصل إلى قرارات مبنية على وعي كبير بالحقائق ووجهات النظر (...). لن يصبح التحول الديمقراطي حقيقة"¹²، لقد ربطت الأمم المتحدة، كما جاء

⁵- الصادق الحماشي، اراهصات نموذج تواصل جديد، الإعلام وتشكيل الرأي العام، كتب المستقبل، ع 69، بيروت، 2013، ص 108.

⁶ - P. Bourdieu , Sur la télévision, raison d'agir , paris, 2002, p 20.

⁷ - ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، م.س، ص 69.

⁸ - نفس المرجع السابق، ص 70.

⁹ نفس المرجع السابق، ص 70.

¹⁰ نفس المرجع السابق، ص 71.

¹¹ - ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، ص 71.

¹² - نفس المرجع السابق، م.س ص 72.



في التقرير، بين التمكين الإعلامي للجمهور وبين التحول الديمقراطي والتطور والتغيير، لدرجة أنها اعتبرت أن التواصل حق من حقوق الإنسان كما أشرنا إلى ذلك سابقا.

لقد تم اختراع الانترنت في ظل هذه الظروف والأجواء التي تنادي بضرورة استحضار المتلقي في العملية الإعلامية، ونقله من الاستعمال العسكري إلى الاستعمال العام، ما جعل العالم أمام تفجر الثورة المعلوماتية، التي أرخت بظلالها على كل مناحي الحياة، اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وإعلامية. وأنتجت تحولات مجتمعية عميقة، مثل العولمة والقرية الكونية ومجتمع الإعلام والمعرفة، أو ما يطلق عليه المجتمع الافتراضي أو الشبكي، ناهيك عن بعض النظريات مثل نهاية الجمهور، ونهاية الإيديولوجية، ونهاية الجغرافيا، ونهاية التاريخ.¹³

لقد ساهمت الثورة المعلوماتية في إشباع المتلقي ومنحه إمكانية اختيار المحتويات الإعلامية التي يريد، مع الحق في التفاعل معها والتعليق عليها وإعادة إنتاجها وإرسالها من جديد، يقول اليحياوي: "إننا اليوم نعيش عولمة إعلامية، بعد أن أصبح العالم برمته فضاء لنشاط الإعلام"¹⁴. وهو ما عبر عنه توماس ماكفيل بقوله: "نحن اليوم في عهد الامبريالية الإلكترونية"¹⁵، في إشارة منهما لما بلغته الثورة المعلوماتية أو تكنولوجيا المعلومات من انتشار

واسع، غطى كل العالم، لدرجة أن هنري كيسنجر قال عنها: "الثورة في عالم الاتصالات والمعلوماتية، هي الأولى في التاريخ في إيصال هذا العدد الكبير من الأفراد والسيورات إلى أداة التواصل"¹⁶. وهو ما عبر عنه إليس بطريقة أكثر وضوحا بقوله: "نحن نعرف أكثر، ولقد رأينا الكثير من هذا القرن، أكثر من قرونهم التي عاشوها، ومن المؤكد أن مقولة لم أعرف، لم أدرك، لن تعود متاحة لنا لاستخدامها كدفاع"¹⁷. ويبدو من خلال هذه الاستشهادات، جميعها، أنها تستحضر ما نتج عن الثورة الرقمية والمعلوماتية التي كان من أبرز نتائجها سيادة التواصل عوض الاتصال كما قال اليحياوي، لدرجة أن سكان العالم قد وقعوا تحت سطوة غزو تواصلي معلوماتي أسماه ماكفيل بالامبريالية الإعلامية الجديدة. فالعالم اليوم كله قد صار فضاء للمعلومات، والأفراد صاروا في حالة ربط دائم ومستمر، وأن الثورة الجديدة قد غطت كل الكرة الأرضية ولم تستثن أحدا وإلا بلغته، جاعلة من المعلومة سلعة دائمة التدفق والانتشار. يقول بيير ليفي: "إن التطور الذي حصل في العشر سنوات الأخيرة، لم يسبق أن عرف مثله أي نظام تواصلي في تاريخ الإنسانية، فبعد اختراع المطبعة، تطلب الأمر قرنا من الزمن ليتغير المشهد الثقافي الأوربي،

¹³ - فكرة أطلقها صمويل هنتغتون خلال التسعينيات معتبرا أن انتصار الليبرالية أنهى التاريخ، تاريخ الصراع البشري.

¹⁴ - يحيى اليحياوي، في الإعلام والسياسة والأخلاق، منشورات عكاظ، الرباط، 2015، ص 17.

¹⁵ - عاطف عدلي العبد، الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي، دار الفكر العربي، ط5، القاهرة، 2007، ص 79.

¹⁶ - هنري كيسنجر، النظام العالمي، تر. فاضل جنكر، دار

الكتاب العربي، ط1، القاهرة، 2014، ص 333.

¹⁷ - ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، م.س، ص 38.



وهو ما تطلب في عصرنا الحالي أقل من عشر سنوات¹⁸.

إن ما يهمننا من هذه الثورة، هو تأثيرها على الإعلام، ونتائجها على تطور وسائله، ذلك أنها ساهمت في ظهور إعلام آخر، وهو ما يصطلح عليه بالإعلام الجديد.

2. مفهوم الإعلام الجديد وإشكال التسمية

1.2. مفهوم الإعلام الجديد

نؤكد قبل التطرق لمفهوم الإعلام الجديد، إلى أن تطور وسائل الإعلام تطور تراكمي، لم يحدث أن توقف يوما، كما أنه لم يحدث أن ألغى وسيط إعلامي سابقه، بقدر ما يتدخل فيها ويطورها ويزيد من فاعليتها، وهو ما يطلق عليه ماكلوهان الحتمية التاريخية، وقد سائر ريجيس دوبريه بتأكيدده على أنه ليست هناك قطيعة بين الوسائط الإعلامية من خلال قوله "هذا لن يقتل ذاك" ceci ne tuera pas cela¹⁹، فالوسيلة الجديدة لا تلغي سابقتها بل تهيمن عليها وتضفي عليها شيئا من خصائصها.

يعتبر محمد بنهلال أن الإعلام الجديد استمرار لأراء ونظريات سابقة، مثل فلسفة سان سيمون حول التلغراف والتي تعتبره وسيلة لتواصل عالمي²⁰، الأمر الذي وضحه عصام سليمان الموسى أكثر بتأكيدده أن المطبعة ساهمت في ظهور الصحافة، والصحافة أدت إلى اكتشاف

التلغراف الذي مهد لظهور الهاتف، وأن الهاتف كان سببا في اختراع الراديو، مما ساعد في اكتشاف التلفاز الذي تطوره بدوره إلى اختراع الحاسوب الذي يعود له الفضل في اختراع الانترنت ثم الهواتف النقالة الذكية²¹. فما نعيشه اليوم امتداد لما تم اكتشافه سابقا كما تقول ليزا جيتلمان وجيوفري بنغري (L.Gittelman, G.Bingree): "إن حقيقة الإعلام الجديد لم تظهر مع الانترنت بل منذ اختراع التلغراف سنة 1740"²².

يبدو من خلال ما تقدم أن اختراع الانترنت هو الحد الفاصل بين ما نحن بصدد تحديده، أي أن الانترنت هو السمة والعلامة البارزة لما يمكن أن نطلق عليه الإعلام الجديد، من منطلق اعتبار الانترنت آخر حلقات التطور كما ذكرنا، وبظهوره ظهرت نماذج اتصالية جديدة وتغيرت طرق التواصل الإنساني. فبعد أن كانت وسائل الإعلام تعمل على نقل المعلومات في اتجاه واحد، أصبحت اليوم نتيجة تطورها واستفادتها من الانترنت، تقوم بإرسال معلومات وأخبار بطرق مختلفة عمادها التنوع والفردية والتفاعلية، مع إمكانية دمجها للصوت والصورة والكتابة. فالمتلقي بعد ظهور الانترنت لم يعد متلقيا سلبيا تفرض عليه الرسالة الإعلامية، بل أصبح حرا في اختيار المناسب منها، كما أنه قد صار بإمكانه استقبال الرسالة الإعلامية من أي مصدر يشاء،

²¹ - عصام سليمان الموسى، الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي في مفترق الطرق، الإعلام والتشكيل الرأي العام، م س، ص 123.

²² - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله، بتاريخ 12 - 2 - 2018. موقع: <http://jaded.media.com>

¹⁸ Veronique Kleck , Numerique et cie . ed.Charles Leopold Mayer ,2007 , Paris ,2007 , p 60.

- الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي، إرهاسات ¹⁹ نموذج تواصل جديد، م س، ص 109.

²⁰ - محمد بنهلال، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، ضمن الإعلام وتشكيل الرأي العام، م س، ص 17.



وبعد تلقيها يمكنه أن يضيف إليها ويعيد إرسالها، وبهذا يكون قد تحول من متلق إلى فاعل ومرسل للرسائل الإعلامية. وهذه التغيرات تبين المقصود بالإعلام الجديد، إذ، وبالرغم من تعدد تعاريفه، تبقى له سمة مميزة واحدة ومشتركة وهي علاقته بالإنترنت، خاصة أن هناك من يربط بين الإعلام الجديد والإنترنت مثل ريشارد ديفيس (R. Davis) وديانا أوين (D.Owen) اللذين يعتبران أن "الإنترنت ساهم في ظهور الإعلام الجديد"²³. وأنه إعلام بتكنولوجيا مختلطة وفيه اندماج الجديد والقديم مثل: النسخ الإلكترونية للجرائد والقنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية على الإنترنت والمواقع الإلكترونية²⁴. ويعرف محمد قيراط الإعلام الجديد في مقال له بعنوان "شبكات التواصل السياسي والتغيير الاجتماعي"، بأنه: "الجيل الجديد من تكنولوجيا الاتصال التي تعتمد الإنترنت والاتصال عن طريق الأقمار الصناعية"²⁵، وهو تعريف يشير صاحبه إلى عامل الجودة ويربطها بالتكنولوجيا الجديدة وخاصة الإنترنت.

إن التعاريف التي تناولت الإعلام الجديد عديدة ولا حصر لها، لدرجة أننا وجدنا صعوبة في الإحاطة بها، وتشير في مجملها إلى استعمال الإنترنت والتكنولوجيا الجديدة شرطاً أساسياً لتعريف الإعلام الجديد، وإن كان بعضها يشير إلى الأنشطة التي تتم عبر هذه التكنولوجيا. كما

يرى فيصل أبوعيشة بقوله: إن الإعلام الجديد هو "الخدمات الإعلامية الجديدة التي تتيح تطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي، باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات"²⁶.

توصلنا هذه التعاريف إلى حقيقة جلية، هي أنها، جميعها، ركزت على الإنترنت ودوره الفاصل في تحديد مفهوم الإعلام الجديد، إذ يعد كل إعلام قبله تقليدياً، كما أن منها من ركز على ربط الإعلام الجديد باعتماده على أدوات الكترونية، تقول ليا ليفرو (Leah Lievrouw) في كتابها "وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة" متسائلة: "لماذا وإلى متى نستمر في تسميتها بالجديدة؟ لأنها تتجدد باستمرار؟ أم لأنها توضع مقابل القديمة؟ أم لأنها تدمج كل الأنشطة من اتصال هاتفي ورسائل مكتوبة وصور وفيديوهات وتصوير وموسيقى"²⁷.

2.2. الإعلام الجديد وإشكال التسمية

يعد إشكال التسمية من الصعوبات المرتبطة بالإعلام الجديد، إذ أن تعدد تسمياته وتنوعها من باحث إلى آخر، نابع من الزاوية التي ينظر منها كل مهتم، وقد أشرنا سابقاً إلى بعض الباحثين الذين يرفضون وصفه بالجديد بمبررات قد تبدو مقنعة، لكن هناك باحثين آخرين يسمونه بمسميات أخرى، أمثال ستيف

²³ نفس المرجع السابق.

²⁴ D. Réchard, D.Owen, New media and American politics, New York, Oxford University press, 88, p 9.

²⁵ محمد قيراط، الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا، جماعي، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، 2014، ص 204.

²⁶ عيبر الرحباني، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة،

عمان، ط1، الأردن، 2012، ص 39.

²⁷ ليا ليفرو، وسائل الاعلام الجديدة، البديلة والناشطة، ت هبة ربيع، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2010، ص 13.



- كولمان الذي يفضل تسميته بالإعلام البديل²⁸، وكريس آتون (Chris Atton) الذي يسميه بالإعلام الراديكالي²⁹، وبرنارد ميبج (B. Mieg) الذي يفضل استعمال الاتصال المعمم³⁰، وبيريبي (Péretti) الذي يفضل تسميتها بوسائل الاعلام الجريئة³¹. أما ميتزي والتز (M. Waltz) فيفضل تسميته بالإعلام المستقل أو إعلام النشاط³². كما أن هناك من يطلق عليه تسميات أخرى مثل الإعلام التشاركي أو الإعلام الفردي، باعتباره يشرك الجميع في إنتاج الأخبار والمعلومات، ويتيح للأفراد أيضا إمكانية التصرف في المعلومات وإعادة إنتاجها ونشرها.
- وهذه بعض الأسماء التي يوصف بها الإعلام الجديد، بناء على ما اعتمدته كل تسمية.
- الإعلام الرقمي لأنه يعتمد على وسائط رقمية.
 - الإعلام الإلكتروني وأساسه آلات الكترونية، تعالج الصوت والصورة والكتابة الالكترونية.
 - السيبر ميديا (cyber Media) إعلام يعتمد على فضاء افتراضي غير محدود.
 - إعلام المعلومات info media ومن خصائصه نشر المعلومات ووفرته.
- يتبين أن كل تسمية من هذه التسميات قد ركزت على ميزة من مميزات هذا الإعلام، فالذين يركزون على الوسيلة وطبيعتها سموه (الرقمي أو الآلي أو الإلكتروني)، والذين اهتموا بطريقة وطبيعة اشتغاله، فضلوا تسميته بالتفاعلي أو المعلوماتي أو الشبكي، بينما فضل الآخرون تسميته، بناء على طبيعة المتلقي، فاختاروا أسماء كالاجتماعي، أو الشخصي، أو إعلام المواطن. ويبدو أن أنسب التسميات التي نقترحها من خلال هذا البحث، هي الإعلام الجديد، لأنها أكثر انتشارا ولا تتدخل في الخصائص

²⁸ - ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، م.س، ص 130.

²⁹ - نفس المرجع السابق، ص 130.

³⁰ - الصادق رابح، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي، عالم الفكر، ع 1، م 37، المجلس الوطني للثقافة، الكويت، 2003، ص 154.

ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س، ص 73.

³¹ - خالد جمال عبده، الإعلام البديل، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، المكتب العربي للمعارف، ط 1، 2016، القاهرة، ص 27.



والتفاصيل والأهداف، بل تحمل دلالة شمولية تصف هذا الوافد الجديد بكونه إعلاما جديدا، جاء بعد إعلام تقليدي. وهو ما يرفضه عصام سليمان الموسى، لأن، في نظره، كل اختراع هو جديد بالنسبة لسابقه، وأن كل جديد هو جديد فقط في حينه. لهذا يرى أنه من الأفضل تسميته بالرقمي³³. ويوافقه في هذا إبراهيم إسماعيل الذي أكد في كتابه "الإعلام المعاصر"³⁴، أن تسميته بالجديد ستدفعنا لتسمية كل طارئ ومستجد بالجديد، وكلمة الجديد تصف حالة طارئة قصيرة الأمد، لهذا يفضل استعمال الإعلام المعاصر، فيعرفه بكونه: "إعلاما يتعامل مع الناس، القائمين بالاتصال أو الهواة أو المتلقين بشكل متساو، متيحا للجميع المشاركة في إنتاج المادة الإعلامية وتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة"³⁵.

3. خصائص الإعلام الجديد ومداخله

لفهم خصائص الإعلام الجديد، لابد من التعرف على بعض مداخله ونماذجه، كما اقترحها المنظرون مثل نيكولاس نيغروبونتي الذي يحصر مميزات الإعلام الجديد في كونه:

- يستبدل الوحدات المادية بالرقمية.
- يوزع الكلمات والصور والأصوات عبر طرق جديدة وليس عبر الورق.
- ينقل المعلومات رقميا من جهاز لآخر.

- متحرر من أسر السلطة، فلا يخضع للقبيلة أو الكنيسة أو الدولة، حيث يبلغ الناس جميعا³⁶.

أما فين كروسبي فيشترك مع نيغروبونتي في العديد من السمات ويضيف إليها أن:

الرسالة في الإعلام الجديد يمكن أن تصل في نفس الوقت إلى عدد غير محدود من البشر، وأن كل واحد من المتلقين له نفس درجة السيطرة، ونفس الإسهام، وألا أحد يستطيع منع الأشخاص من التفاعل معها أو الاستجابة لها³⁷.

يرى ليف مانوفيتش (Lev Manovich) أن الإعلام الجديد يتميز بخصائص لا يتيحها الإعلام التقليدي، وهي:

- التمثيل الرقمي.
- حالة الانتقال.
- حالة الاستجابة.
- قابلية التنوع.
- إمكانية فصل المحتوى.
- إمكانية التعديل.
- إمكانية التحديث والتخصيص والتفاعلية³⁸.

³⁶عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله، م.س، ص 14.
³⁷نفس المرجع السابق، ص 14.
³⁸عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله، م.س، ص 41.

³³عصام سليمان الموسى، الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق الطرق، م.س، ص 123.
³⁴إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر، منشورات وزارة الثقافة والفنون ط1، الدوحة، 2014.
³⁵نفس المرجع السابق، ص 22.



ويحصر جون بافيلك خصائص الإعلام الجديد في كونه يمتلك:

- نظام الإنتاج والمقصود به استخدام التكنولوجيا في جمع ومعالجة المعلومات والأصوات والصور، فالتكنولوجيا حلت محل البشر.

- نظام النشر والبث، لأنه يعمل على نشر المعلومات وبث الرسائل والأخبار.

- نظام العرض ويشمل آليات عرض المعلومات والأخبار.

- نظام التخزين، أي تخزين كميات ضخمة من المعلومات والصور والفيديوهات مع إمكانية العودة إليها لاحقاً³⁹.

فبافيلك وحده من انتبه لأهم خصائص الإعلام الجديد ونعني القدرة على تخزين المعلومات وسهولة العودة إليها.

نشير إلى رأي مثير وضحه بول ليفنسون في كتابه "أحدث وسائل الإعلام الجديد"، مميّزا فيه بين الإعلام الجديد وأحدث ما ظهر منه، ملمحاً إلى أن بعض الوسائل الإعلامية الجديدة قد صار متجاوزاً مثل موقع أمازون والمدونات، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل الصيغة الجديدة في الإعلام الجديد. ليفنسون وضع عدة سمات وخصائص للإعلام الجديد منها⁴⁰:

أن كل مستهلك منتج.

. وسائل الإعلام لا تنافس بعضها بل تدعم بعضها البعض.

. وسائل الإعلام الاجتماعي شمولية.

. تخضع وسائل الإعلام الجديد للجدول الزمني لدى المستهلك، عوض خضوعه لجدولها الزمني، ويقصد ليفنسون بالجدول الزمني أن المتلقي لوسائل الإعلام الجديد يستعملها متى شاء وليس وفق زمن تفرضه الوسيلة الإعلامية كالمدىاع والجريدة والتلفاز.

. تمنح المتلقي سبل السيطرة، متى وأين وكيف يمكنه تلقي الرسالة الإعلامية.

بالإضافة إلى هذه المداخل، هناك مدخل فيلدر (Filder) الذي يرى أن هناك فعلاً تغييراً جذرياً في طبيعة الأشكال الإعلامية القديمة، وأن بعض الأشكال القديمة تحافظ على بعض سماتها، مؤكداً أن هناك حاجة اجتماعية وسياسية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة، كما أنه يركز على ثلاث أدوات للتغيير، وهي اللغة المنطوقة التي ساهمت في تكوين المجموعات البشرية. واللغة المكتوبة التي طورت الوثائق المنقولة والطباعة والإعلام الجماهيري، بينما اللغة الرقمية "حالياً" التي تخلق الاتصال بين الإنسان والآلة⁴¹. يقول مانويل كاستيل (Castels): "عالمية اللغة الرقمية، والمنطق الخالص لتحويل نظام الاتصال إلى شبكة،

³⁹ نفس المرجع السابق، ص 41.

بول ليفنسون، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترهبة ربيع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015، ص 15، 16⁴⁰، و 18.

⁴¹ هشام المكي، الإعلام الجديد وتحديات القيم، وزارة الثقافة، مطوب باريس، ط1، الرباط، 2014، ص 34.



خلقت الظروف التكنولوجية لتواصل أفقي كوني⁴².

تحدث الباحثة ليا ليفرو عن خصائص الإعلام الجديدة فتقول إنها وسائل إعلام رخيصة، ولها قدرة كبيرة على تحدي الثقافة السائدة، وخلق مجتمعات وإنتاج وتبادل معلومات، من خلال شعارها (اصنعها أنت نفسك Do it yourself)⁴³. كما ترى أنها تعمل على تدمير العلاقة بين المراكز المؤسسية السائدة، وبين حدود ثقافة الإعلام التفاعلية، فهي تخلق بين منتجي الإعلام ومستهلكيه، وبين السمي والبصري والمقروء والمكتوب وبين الفيديو والصورة والكتابة.

يقول فرنسيس بال (F. Balle): "بعد الألفين، بدأت التقنية تنتقم للكتابة وتعيد لها الاعتبار بعد سيادة المذيع والتلفاز، فبدأت النصوص والرسوم تنتقل من حاسوب إلى آخر"⁴⁴، وهو ما تقصده ليا ليفرو بوسائل هجينة، ناهيك عن قدرتها على التعبير بسرعة والتواجد في كل مكان، وقدرتها الهائلة على الإقناع⁴⁵، كونها تصر على دفع الفرد على التفاعل والقيام برد فعل. تقول ليفرو: "إنها متزده إعلامي عالمي واحد كبير وجميل"⁴⁶. فليا ليفرو تتحدث باستفاضة عن خصائص الإعلام الجديد، وتركز على التفاعلية،

لكنها مع ذلك تستفرد بخاصية لم ينتبه إليها غيرها، حيث قالت إنها تتيح إعادة التشكيل والمعالجة، بالإضافة إلى تأكيدها، في الأخير، على أن وسائل الإعلام الجديدة، تبقى دائما مهجنة باستمرار، وشبكية بشكل معقد وديناميكي، كما أنها متفاعلة وواسعة الانتشار. وكما نلاحظ فليا ليفرو لم تهتم، عند حديثها عن الخصائص، بالوسائل التقنية، بقدر حديثها عن وظائفها وآثارها، كما قلنا سابقا. ذلك أنها تدعو إلى الفصل بين الوسائل وبين العملية الإعلامية، وهو الأمر الذي تسايرها فيه ساندرا برامان (S. Braman) التي ذكرت أربعة خصائص للإعلام الجديد وهي:

- استخدامه للوسيلة باعتبارها محتوى في إشارة لمقولة ماكلوهان " الرسالة هي الوسيلة".
- رفض الايدولوجيا، إشارة إلى نهاية الايدولوجيا التي قال بها دانييل بيل.
- المزج بين السياسة والفن.
- تقدير قدرة المعلومات الرقمية على تحقيق الأشياء مباشرة⁴⁷.

لم يهتم كريس آتون (Ch. Atton) بدوره بالجانب التقني، وركز على طبيعة اشتغال العملية الإعلامية، قائلا إن وسائل الإعلام الجديدة تحررية ومعادية للمؤسسات، وتجمع ما بين التعبير الإبداعي والمسؤولية الاجتماعية. ليخلص في الأخير إلى أن أهم ميزة للإعلام الجديد

⁴² يحيى الجياوي، كونه الاتصال وعولمة الثقافة، منشورات عكاظ، الرباط، 2004، ص 113.

⁴³ ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س، ص 8.

⁴⁴ F. Balle , Introduction aux medias . PUF, Paris , 1994 , p 13.

⁴⁵ ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س، ص 19.

⁴⁶ نفس المرجع السابق، ص 9.

⁴⁷ ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س، ص 24.



هي المعارضة لأنها تعمل ضد كل ما هو سائد⁴⁸. وهو نفس المنحى الذي سار عليه ستيف كولمان في كتابه "الإعلام والجمهور"، حين أقر أن الإعلام الجديد جعل "الحدود بين العام والخاص ضبابية، لدرجة قد تسبب صدمة لأحد القادمين عبر الزمن من القرن 19"⁴⁹، مستدلاً برؤية ويليامز الذي يرى أن: "لكل إنسان الحق في الإرسال والحق في الاستقبال"⁵⁰. فالإعلام البديل في نظر كولمان "يتصف بالمرونة والتشابك والتعقيد، وأنه يفسر ويعلق ويضفي طابعا سياسيا على كل ما يحدث، ولا يتردد في قول كل شيء"⁵¹، ليخلص في الأخير إلى القول إنه:

- يميل للمعارضة.
- يركز على الأقليات، ولكل ما هو شعبي.
- يتجنب ما هو رسمي ويسخر منه، ويصور الواقع كما هو.

- يعتمد لغة بديلة⁵².

لقد أشار جاي روزن (Jay Rosen) إلى أن الإعلام الجديد نجح في إنهاء الجمهور وموته، وإلغاء الهوية المهنية للإعلاميين، بعد أن حول الجمهور من متلق إلى منتج وموزع للأخبار⁵³، هذا التغيير المرتبط بالجمهور والصحفي أشار إليه، كذلك، إبراهيم إسماعيل في كتابه "الإعلام المعاصر" حين قال إن الصحفي الجديد، يجب أن يكون

متعددا، يكتب ويذيع، وينشر ويصور ويرسل، وتقنيا خبيرا في الصوت والصورة والفيديو، موردا رأيا لمدير CNN يقول فيه: "لم نعد نوافق على توظيف أي قائم بالاتصال في الشبكة إلا إذا كان يستطيع أن يحرر ويذيع ويعرض، ويرسل المعلومات مدعومة بالصور أو الفيديو أو التسجيلات الصوتية"⁵⁴، فبالإضافة إلى رصد إبراهيم إسماعيل لهذه الخاصية التي أصبح يفرضها الإعلام الجديد، تطرق كذلك إلى بعض الخصائص الأخرى ومنها:

- الفورية، إذ ليس هناك أقدم من خبر الأمس، فالأخبار تقدم كل لحظة.
- التحرر من السلطة والرقابة، سلطة الدولة أو المؤسسة أو المجتمع، إذ لا سلطة عليه.
- المرونة حيث يتيح تعدد الوسائل، ويقدم الخبر في عدة قوالب، صوتا وصورة وكتابة وتحليلا.
- الديمومة والاستمرارية من خلال عدم توقف الأخبار، وبشكل متدفق، لا ينفذ ولا تجف منابعها.
- التخزين والاسترجاع، كونه يتيح تخزين الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات والعودة إليها.
- اجتياز حواجز الاتصال بكل سكان الأرض، في ثوان ودون قيود وحدود.

⁴⁸ ستيف كولمان، الإعلام والجمهور، م س، ص 70.

⁴⁹ نفس المرجع السابق، ص 70.

⁵⁰ نفس المرجع السابق، ص 70.

⁵¹ نفس المرجع السابق، ص 131.

⁵² نفس المرجع السابق، ص 136.

⁵³ الصادق رابح، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي، عالم الفكر، م س، ص 171.

⁵⁴ إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر، م س، ص 26.



- التنوع المعلوماتي من خلال نشر معلومات متنوعة، ضخمة ومكثفة، وإمكانية التصرف فيها.

- إتاحة حرية التلقي وإمكانية اختيار المتلقي لما يريد تلقيه⁵⁵.

لقد تطرق إبراهيم إسماعيل، بشكل مفصل، لكل خصائص الإعلام الجديد مع التركيز على العملية الإعلامية دون الالتفات إلى الوسيلة، وهو ما يضعه في نفس الخانة مع ليا ليفرو وساندرا برامان وكريس أتون وستيف كولمان وجاي روزن.

نختم برأيين حول خصائص الإعلام الجديد، الأول ليحيى اليحياوي الذي لخص هذه الخصائص في الوفرة والسرعة والتفاعلية والسلعية⁵⁶، والرأي الثاني لعبد الهادي بوطالب، الذي لامس بعض هذه الخصائص من خلال حديثه عن "المتغيرات الجديدة التي أفرزت ما يسمى بالصحافة المدنية، التي تحاول الوصول إلى الجمهور بشكل مكثف، من خلال التقارير المختلفة، والنزول إلى الجمهور وتلبية طلباته"⁵⁷، منتبهاً، بحنكة سياسي، إلى أن الإعلام، فعلاً، قد أصبح إعلام الجمهور.

لقد حاولنا من خلال عرض كل الآراء أن نقف على كل مميزات وخصائص الإعلام الجديد، وقد لمسنا أن الكثير من الخصائص تبقى مشتركة بين العديد من منظري الإعلام مع بعض

الاستثناءات، مثل ما ذكرته ليا ليفرو بقولها إنها وسائل إعلام هجينة، وأنها تتيح إعادة التشكيل والمعالجة، وما قاله كريس أتون من كونها معارضة، بالإضافة إلى ما أشار إليه اليحياوي بقوله إنها "سلعية"، بمعنى أنها تعتمد على المعلومات باعتبارها سلعة، زيادة على تركيز جل هذه الآراء على التفاعلية. ولأن سنحاول تجميع كل الخصائص مع شرحها والتطرق لبعض الآراء والمواقف حولها.

- التفاعلية (interactivité) وتعني مشاركة المتلقي وتفاعله مع الخبر وتعليقه عليه وتأثيره فيه.

- التفتيت: ويقصد بها أن الرسالة قد تصل إلى فرد أو إلى جماعة وليس بالضرورة إلى جمهور مما ينهي درجة التحكم في نظام الاتصال.

- اللاتزامنية، ويقصد بها إمكانية إرسال الرسائل الإعلامية واستقبالها، مع إمكانية التعامل معها في أي وقت، وليس في وقت معين ومحدد.

- الحركة والمرونة (mobilité).

- قابلية التحويل (convertibilité).

- قابلية التوصيل (connectivité).

- الانتشار (Diffusion).

- السرعة في انجاز الاتصال.

- التنظيم (Organisation): معالجة البيانات بدقة رقمية منظمة.

⁵⁵ نفس المرجع السابق، ص 24.

⁵⁶ يحيى اليحياوي، في الإعلام والسياسة والأخلاق، م س، ص 14.

عبد الهادي بوطالب، سلطة الإعلام وعلاقتها بالسلطة السياسية، الشرق الأوسط، ع 27، 2002/03/27.



ركز عليها بأفيلك في مدخله، وذكرتها سميرة شيخاني⁵⁹.

خاتمة

إن عرضنا لسياق ظهور الإعلام الجديد، وتطرقنا لمفهومه وخصائصه ومدخله، سيجعلنا ندرك أي ناصية ركبتها كل تسمية من هذه التسميات، وعلى أي زاوية اتكأ كل تعريف. وإن كنا نرى أن هذا التعدد والاختلاف أمر طبيعي، يرتبط بما استجد في حقول الإبداع والتجريب، مثلما حدث عند بروز الشعر الحر وقصيدة النثر، وهي القضايا التي حسمت مسمياتها تاريخياً بفعل الدرس والتنظير وشيوع الاستعمال وغلبته. لكن مع ذلك لابد من تسجيل ملاحظات ارتبطت بإشكال التسمية، وأهمها أن كل تسمية مما اقترح من تسميات، تركز على جانب معين، أو واحدة من الخصائص، وتهمل الأخرى وتخفيها. وقد انتهت ليا ليفرو للأمر حين قالت بأن الكثير من منظري الإعلام سقطوا في الخلط بين الوسائل التقنية باعتبارها وسائل، وبين العملية الاتصالية والإعلامية، فالحاسوب مجرد وسيلة، مثل المذياع وجهاز التلفاز، نفس الشيء عن الانترنت، لهذا يجب فصل عملية الاتصال والإعلام عن التقنيات، التي ترى أنها فقط مجرد أدوات، ولتعريف الإعلام لابد من الاتكاء على خصائصه لتحديد طبيعته ومميزاته والمقصود به. وانطلاقاً من هذا يكون الإعلام الجديد حسب ليا ليفرو هو الإعلام الذي "يوظف ويكيف أدوات الاتصال والممارسات والأنساق

- التكتيف (Condensation): فالقائم بالاتصال يمد المتلقي بجرعات مختلفة ومتنوعة حسب الطلب والهدف.

- الشمولية والاشتراك (Inclusivité): تقديم وجهات نظر مختلفة شارك فيها من يرغب المرسل في مشاركته.

- إعادة التشكيل والمعالجة (Reconfiguration)

- الفردية مقابل الجماعية (Individualité): تستهدف الفرد كالهاتف والحاسوب والمذياع.

- عمومية المعرفة (Généralité des connaissances): يسرع نشر المعلومات والمعارف والأفكار.

- الإثارة (Excitation) ويعتمدها وسيلة لجلب أكبر عدد من المتلقين لضمان استمرار المنتج الإعلامي.

- سيادة المادة الإعلامية: كونها هي البوابة لمراكمة رأس المال ومضاعفة الأرباح.

- انتصار الصورة: انتصار البصري على المكتوب لمضاعفة الإثارة والإقبال.

- الاستهلاك: يساهم في ترسيخ السلوك الاستهلاكي⁵⁸.

يمكن أن نضيف إلى هذه الخصائص خاصيات أخرى، كالرقمية، أو الآلية، وتعدد الوسائط (هجينة)، وخاصة إمكانية التخزين والحفظ التي

⁵⁹ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، م26، ع1 و2، 2010، ص448.

⁵⁸ محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مجلة جامعة دمشق، م27، ع1 و2، 2011، ص711.

الاجتماعية، وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الجديدة، كي تتحدى أو تغير من الطرق السائدة أو المقبولة لدى المجتمع سياسيا وثقافيا"⁶⁰، مواصلةً أن الإعلام الجديد هو كل إعلام "هجين"⁶¹ وواسع الانتشار وشبكي وتفاعلي"⁶².



ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س،⁶⁰ ص 26.

⁶¹ تقصد الباحثة بالهجين، دمج الإعلام الجديد للمسموع والمقروء والبصري (multi media)

ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، م.س،⁶² ص 26.

لائحة المراجع

1. باللغة العربية

- إسماعيل إبراهيم ، الإعلام المعاصر ، منشورات وزارة الثقافة والفنون ط1، الدوحة، 2014.
- بنهلال محمد ، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، الإعلام وتشكيل الرأي العام، كتب المستقبل، ع 69 بيروت 2013.
- بوطالب عبد الهادي ، سلطة الإعلام وعلاقتها بالسلطة السياسية، الشرق الأوسط، ع 27، 2002/03/27.
- جمال عبده خالد ، الإعلام البديل، فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، 2016.
- الحمامي الصادق ، إرهاصات نموذج تواصل جديد، الإعلام وتشكيل الرأي العام، كتب المستقبل، ع 69، بيروت، 2013.
- خليل الرفاعي محمد ، دور الإعلام في العصر الرقمي، مجلة جامعة دمشق، م 27، ع 1 و 2، 2011.
- راجح الصادق، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي، عالم الفكر، ع 1، م 37، المجلس الوطني للثقافة، الكويت، 2003.
- الرحباني عبيد ، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، ط1، الأردن، 2012، ص 39.
- سليمان موسى عصام، الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي في مفترق الطرق، الإعلام وتشكيل الرأي العام، كتب المستقبل، ع 69، بيروت، 2013.
- شيخاني سميرة ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، م 26، ع 1 و 2، 2010.
- عدلي العبد عاطف ، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، دار الفكر العربي، ط5، القاهرة، 2007.
- قيراط محمد ، الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا، جماعي، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، 2014، ص 204.
- كسينجر هنري ، النظام العالمي، تر. فاضل جنكر، دار الكتاب العربي، ط1، القاهرة، 2014.
- كولمان ستيف، الإعلام والجمهور، تر صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر، ط1، القاهرة، 2012.
- لفنسون بول ، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، تر هبة ربيع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015.
- ليفرو ليا ، وسائل الإعلام الجديدة، البديلة والناشطة، ت هبة ربيع، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2010.
- مصطفى صادق عباس ، الإعلام الجديد دراسة في مداخله، بتاريخ 12 . 2. 2018. موقع: <http://jaded-media.com>
- المكي هشام ، الإعلام الجديد وتحديات القيم، وزارة الثقافة، م طوب بريس، ط1، الرباط، 2014.



اليحياوي يحيى ، في الإعلام والسياسة والأخلاق، منشورات عكاظ، الرباط، 2015.
اليحياوي يحيى ، كونية الاتصال وعولمة الثقافة، منشورات عكاظ، الرباط، 2004.
2. باللغة الفرنسية

Balle Francis , Introduction aux medias . PUF ,Paris , 1994

Bell Daniel , The end of ideology, Harpo Speaks, Edit. First, New York,1960.

Bourdieu Pierre , Sur la télévision, raison d'agir , paris, 2002.

Kleck Véronique , Numérique et Cie . ed. Charles Leopold Mayer , Paris ,2007 .

Mc Luhan , la Galaxie Gutenberg, Idées Gallimard, Paris, 1977.

Réchar d ,Davis, D.Owen, New media and American politics, New York, Oxford University press, 88.

