



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية الآداب والفنون



قسم اللغة العربية وآدابها
تخصص لغة وإعلام

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

وسائل الإعلام الجديد وأثرها في المجتمع

من إعداد الطالب: محمد إشراف الأستاذة:

هني خالد

بولحية صبرينة

السنة الجامعية: 2014 - 2015

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من رباني صغيرا ،

أمي الحنون

وأبي الحبيب أطال الله في عمرهما

إلى من عاش قيثاره يتغنى ونبراسا يضيء دربي ،

إلى كل الإخوة والأخوات

إلى من رسمهم قلمي ولن ينسأهم قلبي، وبالخصوص زوجتي

الغالية وابني الكتكوت عبد الوهاب وإدريس الصغير، وإلى كل من عرفهم

خالد.

مقدمة

الفصل الأول

الفصل الثاني





المدخل في الإعلام

الإعلام الجديد

الإستبيان

الأمم المتحدة

مقدمة

بسم الله الواحد القهار، الجليل الغفار، عالم الأسرار، كاشف الأستار، و الصلاة على النبي المختار عليه أفضل الصلاة و أزكى التسليم و على أصحابه الأبرار، أما بعد:

إن اختيار موضوع الإعلام الجديد فرضه الدور التزايد الذي كانت تلعبه التكنولوجيا عموماً والإعلام المتصل بها بشكل خاص، حيث بات لازماً التعاطي مع هاته الظاهرة بالبحث والدراسة للوقوف على تأثيراتها في مجتمعنا، وإيجابيتها المتاحة للاستفادة منها قدر الإمكان ثم محاولة تلاقي سلبياتها أو على الأقل الحد منها، و يمكن القول بدءاً أن الإعلام الجديد جاء نتيجة تطور تاريخي للإعلام التقليدي و تكنولوجيا الانترنت و الإعلاميات، حيث أتاح دمج هذين المجالين للوصول إلى مفهوم جديد يستفيد من خصائص الإعلام من حيث إمكانيات التواصل والأخبار و نشر المعرفة في نفس الوقت يستغل ما تتيحه وسائط التكنولوجيا الجديدة ليصبح أكثر حضوراً و انتشاراً و يتيح مشاركة و تفاعلية أكبر لكل أطراف المجتمع.

وقد عالجتنا هذا الموضوع بإتباع خطة بحث مقسمة إلى مدخل و فصلين كالآتي:

في المدخل: تطرقنا إلى تعريف الإعلام و المبادئ و الأسس التي يقوم عليها ثم خصائصه وأهميته ثم أهدافه وكذا وسائل الإعلام الاتصال الجماهيري، و في الأخير مبادئ حقوق الإعلام.

في الفصل الأول: فقد تناولنا فيه: الإعلام الجديد، مفهومه، أقسامه، وسائله، خصائصه ووظائفه ثم سلبياته.

أما الفصل الثاني فكان عبارة عن استبيان، فعملنا على وصفه و تحليله و استنباط الخلاصة منه، ثم أضفنا ملحقاً للاستبيان ممثلاً في استمارة .

وفي الأخير ختمنا بحثنا على مجموعة من المراجع و المصادر التي خلنا أنها ضرورية.

وفي الأخير لا يسعنا إلا القول انه رغم الجهود التي بذلناها في الإلمام بجميع أطراف البحث،
إلا أننا لسنا أكثر من مجتهدين، و المجتهد قد يخطئ و قد يصيب ، فلسنا أكثر من واضعين
لبنت من لبنات هذا الصرح اللامتناهي من عالم الفكر، و إن كان هناك أي قصور أو ضعف
فهو الضعف البشري الذي نلمس له الأعذار.

- هني خالد.

مما لا شك فيه أن العالم اليوم يمر بمرحلة تغيرات سريعة و عميقة في السنوات الأخيرة خاصة في مجال الإعلام، مما جعل الدراسة و البحث فيه شاق و مثير يجذب فضول الإنسان للربغة في معرفة كل خبايا هذا المصطلح من مفهوم له و وظيفته و دوره في مساعدة و خدمة المجتمع و من هنا يمكن تقديم مفاهيم توضح الإعلام في صورته الحديثة.

(1) تعريف الإعلام:

أ- لغة: جاء في لسان العرب أنه: "علم و تفيقه: أي تعلم و تفيقه و تعاليمه الجميع أي علموه و يقال: استعلم لي خبر فلان و أعلمتني إياه."¹ و قوله عز وجل >> وَ مَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ <<²

و ورد في القاموس المحيط: "علمه كسمع علمه و عرفه و عليم هو نفسه و رجل عالم و عليم جمعها علماء، و علام كجهال و علمه العلم و تعليما و علاما و أعلمه إياه فتعلمه."³

ب- اصطلاحاً: يعرفه سمير حسن: "بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية."⁴

ويعرفه عبد اللطيف حمزة: "بأنه تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة."⁵

¹ - ابن منظور، لسان العرب، ص 871.

² - سورة البقرة، آية 102، ص 16.

³ - الفيروز أبادي، القاموس المحيط (بيروت: المؤسسة العربية، ط 2، ص 155).

⁴ - سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، عالم الكتاب، ص 22.

⁵ - عبد اللطيف حمزة، الإعلام، تاريخه ومذاهبه (القاهرة، دار الفكر العربي ت. 1965، ص 23).

2- المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام:

لعل من أهم الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام، نستخلصها في ما يلي:

أولاً: الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.

ثانياً: التجريد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.

ثالثاً: الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

رابعاً: "التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام والثقة فيما يقدم من تقارير إعلامية".¹ وهذا يعني أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس مع الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام، وأن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تملئها عليه أهواؤه على المعلومات التي يزود بها الجمهور وتكون هذه المعلومات حسب ما يراه يفقده صفته كرجل إعلام.

-الإنصاف والتوازن و تجنب التحريف و التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق.

-التمييز بوضوح بين ما هو خبر وما هو رأي أو استنتاج، ونشير هنا إلى هذا المبدأ الذي يعتبر من المبادئ المقدسة ويتصل بعدم خلط الخبر بالرأي.

-حق المواطن العادي في المعرفة.

-إذا لم يأتي الإعلام معبراً تعبيراً صادقا و أميناً عن تراث الأمة وعادات وتقاليدها الجماهير التي يتوجه إليها وان لا يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير وروح هذه الأمة، فإن هذا الإعلام سوف لا يلئم جمهوره وبالتالي لا يستطيع الجماهير فهمه أو التجاوب معه، فالإعلام يجب أن يقوم على الموضوعية والصراحة ودقة الأخبار وتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة.

¹ - عبد اللطيف حمزة ، الإعلام، تاريخه ومذاهبه(القاهرة)، دار الفكر العربي ت. 1965، ص.23

3- خصائص الإعلام:

هناك مجموعة من الخصائص يتميز بها الإعلام وهي:

- نبدأ هذه الخصائص بأن:

(1) "الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة أوجه و مقومات النشاط الاتصالي و مكوناته الأساسية"¹

أ- مصدر المعلومات.

ب- الرسالة الإعلامية.

ج- الوسائل الإعلامية: التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين و المستقبلين للمادة الإعلامية وترجيح الأثر الإعلامي.

(2) يتسم الإعلام بالدقة والصدق والصراحة و عرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية .

(3) يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع .

(4) تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا ،وتقدمت المدينة وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لإفراد المجتمع .

4- أهمية الإعلام:

تتلخص أهمية الإعلام في النقاط التالية :

- كونه الأداة الأبرز في عملية الاتصال بال جماهير.

¹ - عبد اللطيف حمزة ، الإعلام، تاريخه ومذاهبه(القاهرة)، دار الفكر العربي ت. 1965، ص.23

- يتضمن الإعلام النشر وتقديم المعلومات والحقائق الموضحة والأخبار الصادقة و الموضوعات الدقيقة والوقائع المحددة والأفكار المنطقية والآراء الراجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة لصالح العام.

يعتبر دورا هاما يرتبط أساسا بتلبية حاجات الجماهير المتنوعة من جهة، وتحقيق التفاهة حول فكر وأهداف وبرامج التنظيم. ومن جهة أخرى الدور الفاعل الذي يلعبه الإعلام في التغيير والتطوير الإجتماعي، فعن طريق التثقيف كوظيفة أساسية يكتسب الأفراد ويطورون كل ما يرتبط بثقافتهم من عادات و تقاليد وحتى استخدام اللغة والأدوات الثقافية الأخرى وأنماط السلوك وأساليب العيش والحياة.

-الدور الكبير الذي يقدمه الإعلام في مجال الثقافة و التربية والتعليم مما فسح المجال للتعرف على (الإعلام التربوي، ودور الإعلام وأدواته الحديثة في العملية التربوية وفي الثقافة الجماهيرية، فإذا كان الإعلام هو الأداة الناقلة للمعلومات،" فهو أيضا شريك حقيقي كذلك في العملية التربوية، مما أصبح يعرف اليوم بالتعلم الإلكتروني وتوظيف تكنولوجيا المعلومات لصالح التعليم والتربية."¹

5-أهداف الإعلام:

من أهداف الإعلام ووظيفته في المجتمع ما يلي:

-الإعلام مهم جدا في التواصل بين المجتمع و"تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة."²

¹ - عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه ، المرجع السابق، ص.24

² - المرجع نفسه ، ص.70

- توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف، وإقناعهم بان يسلكوا سلوكا معيناً.
-لا يتم إقناع الجمهور بالرسالة الإعلامية إلا بتزويده بالمعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وغير ذلك.

-الهدف من الإعلام : "هو أن تكون هناك فكرة معينة مطلوب توصيلها إلى المرسل إليه وهو إما فرد أو جماعة أو شعب، فإذا نتج عن هذه الفكرة إن اتبع المرسل إليه السلوك الذي تريده الفكرة، فإن رجل الإعلام قد نجح في تحقيق غرضه."¹

- الإعلام هو حيز الزاوية لقيام هذا المجتمع.

- الوظيفة الرئيسية للإعلام هي مباشرة جمع المعلومات الموضوعية الدقيقة وإذاعتها مباشرة، وفي الحقيقة إن خير وسيلة لتحقيق أهداف الإعلام هي "إتاحة مختلف مصادر الأنباء والآراء لكل إنسان."²

6- وسائل إعلام الاتصال الجماهيري:

يعرف الإعلام على انه عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام ويقصد بوسائل الإعلام :

-المؤسسات الحكومية أو الخاصة التي تزود الجماهير بالأخبار والمعلومات والحقائق وتهتم بالنواحي التربوية كهدف لتكيف الفرد مع الجماعة المحلية.

-تتعدد وتتنوع وسائل الإعلام الجماهيري كالآتي :

1- عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب، ص.100

2 - الجمعية العامة للأمم المتحدة ، التقرير السنوي للأمين العام، ملحق رقم 1، الدورة الرابعة والعشرون، نيويورك، 1670،

أ- الوسائل الشفهية:

وهي التي تعتمد على الكلمة الشفهية في إيصال رسائلها إلى المتلقين ومن أبرزها: الخطب، المحاضرات والندوات.

ب- الوسائل المكتوبة:

التي تعتمد الوسائل المكتوبة في وصولها إلى المتلقين والمستقبلين لها من أبرزها: الكتب، الصحف، المجلات والإعلانات الجدارية.

ج- الوسائل السمعية البصرية:

والتي توصل رسائلها إلى متلقيها عن طريق الصوت أو الصورة والصوت معا ومن أبرزها: الإذاعة المسموعة (الراديو، التلفزيون، السينما، المسرح والإنترنت).

ونجد أن الوسائل الرئيسية هي: "الصحافة المكتوبة، الإذاعة المسموعة، التلفزيون والإنترنت"¹

6- وظائف وسائل الإعلام:

إن دور وسائل الإعلام في المجتمع هام جدا إلى درجة خصصت الحكومة أقساما ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف رفع مستوى الجماهير ثقافيا وتطوير أوضاعها الاجتماعية و الاقتصادية، هذا داخليا، أما خارجيا فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية.

¹ - رحيمة عيساني ، كتاب مدخل إلى الإعلام والاتصال ، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة

الإعلامية ، د . ط ، ص. 45.

ولم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام بل إن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها، وهذا يدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفا في العالم من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، "فلقد أصبح الإعلام رئيسيا في بقاء بعض الدول وخاصة تلك التي وجدت في إحدى دعوماتها الرئيسية الأولى وقدمته على باقي دعائم الدولة."¹ وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعله سلبا وإيجابا، وتتلخص وسائل الإعلام في خمسة وظائف رئيسية هي:

1- التوجيه وتكوين الموقف والاتجاهات.

2- زيادة الثقافة والمعلومات.

3- تنمية العلاقات البينية وزيادة التماسك الاجتماعي.

4- الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

5- الإعلان والدعاية.

7- مبادئ الحق في الإعلام:

من أهم المبادئ المعلنة في مجال الحق في الإعلام ما يلي:

- "حرية الوصول إلى مصادر المعلومة.

- حرية النشر دون مراقبة، سواء كانت مباشرة أو كانت مراقبة مباشرة.

- الاعتراف قانونيا بحق الصحف بعدم الإدلاء عن مصادر المعلومات السرية.

- الحماية من مخاطر الاحتكارات وتمركز وسائل الإعلام.

¹ - عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، ص.101

- على الدولة منح إعانات خاصة لصحافة الرأي، ويجب ألا تكون هذه الإعانات وسيلة ضغط عليها في أي حال من الأحوال.¹

ولقد اعتبر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948 الحق في الإعلام الآخر من الحقوق حيث تضمنت المادة -19- منه "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناقه الآراء دون مضايقة وفي التماس الأنباء والأخبار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة ودونها اعتباراً للحدود."²

و لعل أكثر ما توجه إليه الناس من وسائل الإعلام هو الإعلام الجديد الذي طغى كثيراً على مجتمعاتنا اليوم، وأهم ما يميزه هو سرعة التواصل وسهولته وبأقل تكاليف ممكنة وهذا ما جعلنا نتطرق إليه لمعرفة أهميته وقيمه في المجتمع.

¹ - أحمد ظاهر، حقوق الإنسان ، عمان، دار الكزمل، ت.1993،ص.295

² - المرجع نفسه ، ص.294

إن الإعلام الجديد أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، والذي يتمثل في التطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وقبل الخوض في هذا الموضوع الواسع، لا بد في البداية من توضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل لم يجد تعريفا واحدا بين منظري العلوم الإنسانية نظرا لتداخل آراء واتجاهات هذا المصطلح مما جعلت منه محورا أساسيا في منظومة المجتمع.

ومن أهم تعريفاته:

1- تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر، والوسائل المتعددة".¹، وقد عرفه ليستر "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو".² أي أن الإعلام الجديد هو دمج للإعلام القديم بالوسائل الجديدة لتكامل نقصا لوسائل التقليدية للاتصال السهل والمباشر.

وهو أيضا "العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة".³ ونرى من خلال هذا التعريف أن الإعلام الجديد هو آلة مع الشبكات ووسائله المتعددة في التواصل بين أفراد المجتمع.

وأن كل وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسوب أو الحاسب الآلي في إنتاج، تخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، تصنف التفاعل المباشر، وتلزم من المتلقي انتباهاها، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم كل شكل تفاعلي، وهو الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة

¹ - أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط.1، ت.2010، ص.11

² - سليمان زيد منير، الصحافة الإلكترونية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط.1، ت.2009، ص.4

³ - المرجع نفسه، ص.06

والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتباره أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة و الثابتة و الأصوات وعلى هذا فان هناك حالتين تميز فيها الإعلام القديم عن الجديد حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته."فهو يعتمد على اندماج النص و الصورة و الفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميزه وهي من أهم سماته.

و من أسماءه: 1-الإعلام الرقمي.

2- الإعلام التفاعلي.

3- الإعلام الشبكي.

4- الوسائط البيترونية.

5- إعلام المعلومات.

6- إعلام الوسائط المتعددة.¹

نرى من خلال هذا القول أن الإعلام الجديد شامل لكل أنواع الإعلانات، فهو يجمع بين جميع الوسائل ليصبح إعلاما واحدا، رغم اختلاف أسمائه ومعانيها.

2-أقسام الإعلام الجديد:

للإعلام الجديد عدة أقسام منها:

1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها.

¹ - صادق عباس مصطفى، العلام الجديد، المفاهيم والوسائل التطبيقية، عمان، دار الشروق، ط، 1، ت. (2008)، ص93

- 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب و الصحف.
- 3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيف إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية و الرقمية و الاستجابة للطلب.
- 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها.

(3) وسائل الإعلام الجديد:

يطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد ومن وسائله:

(1-1) مواقع الشبكات الاجتماعية:

انتشرت الشبكات الاجتماعية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيسبوك (Face book)، وماي سبيس (Myspace)، وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها.¹ وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم و مطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالإخبار و المعلومات و المساهمة بشكل فعال في صناعة و إدارة المضامين الإعلامية و جعلهم أكثر تفاعل و مشاركة في مختلف القضايا.

وأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل المائل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين المجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة

¹ - أبو عيشة فيصل ، الإعلام الالكتروني المرجع السابق ، ص.35

للنظر ،وقد نشط جزء كبير من الشبكات التبادل لنقل الأخبار والأفلام القصيرة التي ينتجها أناس عاديون من حول العالم ،أو هواة إخراج سينمائي ،بالحد الأدنى من الموارد هو ما يؤكد حدوث تحول جذري بأدوات التخاطب والتعبير .

فخلال السنوات الماضية بات شائعا إرسال الصور عبر الانترنت ثم إرسال الأفلام القصيرة عن طريق البريد الإلكتروني وهذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها العديد من الشباب و المراهقين وقتا طويلا في التفاعل مع بعضهم البعض وعبر هذا التفاعل الثابت مع المجتمعات الكبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة أداة لتطوير الاجتماعي ضرورية للشباب لإسهام بجدية في المجالات السياسية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لمجتمع اليوم.

*موقع فيس بوك (Face book):

هو شبكة اجتماعية و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في " فيفري عام 2004، وفي جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية ،ومن قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)وكانت مدونته 'فيس بوك'محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة و بحدود أصدقاء 'زوكربيرج' الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر.¹ ولم يخطر بباله هو وصديقيه له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيارة مستمرة والتي قال عنها مؤسسها: " لقد أضحى كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه أظن

¹ - صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد، المرجع السابق. ص.127

أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد.¹

نرى من هذا القول أن مؤسسها كان فخورا بنفسه وأنه كان متمكن جدا في استعمال الكمبيوتر لدرجة كبيرة وكان ذكي ومحب للشهرة.

*موقع ماي سبيس(Myspace):

هو أكبر موئل في شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء وما إليهم وقت كتابة هذا النص وهو يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاتهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع 'ماي سبيس'،" على محرك بحث خاص يعرض و نظام بريد الكتروني داخلي.²

ومن هنا نقول أنه يستطيع جميع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب وكذا موقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة 'ماي سبيس' الاجتماعية.

1-2) المدونات:

هي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وإرساله فور اتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني "وهي تمزج عمدا بين المعلومات الآراء كما تتراقف مع ربط بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو مقالة ينصح

¹ - عبد الحميد محمد ، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة، عالم الكتب، ط.1.ص.221

² - فضلى محمد عهدي ، الصحافة الالكترونية ، الواقع والمستقبل ، د.طبت(2009)، ص.35

بها الكاتب اليوميات أو يعلق عليها، وأول مدونة من هذا لصفن ترجع إلى 07 أكتوبر 1994 وهي منسوبة إلى دايف وينر مبرمج احد البرامج الالكترونية الأكثر شيوعا ومطورة تحت اسم منيلا.¹ نرى هنا إن نشأة المدونات لم تكن بالزمن البعيد بل كانت في الأعوام القليلة الفائتة وهذا دليل على انه إعلام جديد ظهر في الوقت القصير الفائت وقد عرفه سليمان "المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى وفي ابسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة كما يتضمن النظام آلية لأرشيفة المدخلات القديمة ويكون لكل مداخلة منها مسارا دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن للقارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحليلها."²

إن مدونات الانترنت تعتبر واحدا من أهم تطبيقات الإعلام الجديد وهو البلوغ أو ويب لوج ما أطلق عليه عربيا المدونة وهي عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصفحة يومية الكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين مثل السياسة و الأخبار المحلية "ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية وهي تنتشر بالنصوص والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات لمدونات أخرى مواقع انترنت أو وسائط أخرى متعلقة بالمقالة."³

¹ - فضلى محمد عهدي ، الصحافة الالكترونية ، الواقع والمستقبل ، د.ط.ت(2009)، ص.35

² - فضلى محمد عهدي ، المرجع نفسه ، ص.36

³ - الفيصل عبد الأمير موييت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق، ط.1.ت(2008)، ص.106

3-1) الويكي (Wiki):

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع موقع ويكيبيديا (Wikipedia) وهو موسوعة تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم

كلمة "ويكي بلغة شعب جزر هاوي الأصليين تعني: بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت وفي عام 1995 قام كل من وارد كينغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو ويكي ويكي ويب والذي شكل مجتمعا متعاوننا مفتوحا للجميع حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع.¹ منذ ذلك الوقت حتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن.

4-1) البودكاست (Podcast):

"يعرف بأنه خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من وقع معين بمجرد أن تدرج فيه دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدويا فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه iTunes مثلا يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفيرها.²"

¹ - صادق عباس مصطفى. الإعلام الجديد، المرجع السابق. ص. 141

² - سليمان زيد منير. الصحافة الالكترونية. المرجع السابق. ص. 76

5-1) المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت مثل المواقع المتخصصة وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يصنعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضبط وتحكم المقام على البرامج.

وهي واحدة من تطبيقات المشاركة و التفاعل و الإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم وهي في الوقت نفسه مجموعة من البرامج المختلفة تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الانترنت وهي تمثل مرحلة انتقالية أو تطويرية من النشرات الالكترونية بي بي أس BBS ومجموعات الأخبار التي سادت في الثمانينات وبداية التسعينات لتخلق نوعاً ما من المجتمعات الافتراضية التي تدور غالباً حول موضوع معين أو بلد أو مجموعة من الموضوعات.

6-1) مجتمعات المحتوى:

هي مجتمعات (موقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع بليكار pliker وحفظ الروابط بوك مارك (Book mark) كموقع Del.icio.us، أو الفيديو كموقع اليوتوب (Youtube).¹

¹ - سليمان زيد منير. الصحافة الالكترونية. المرجع السابق. ص. 50.

***موقع اليوتوب (Youtube) :**

هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه www.youtube.com وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية ، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع.

وطبقا لتصنيف اليكسا العالمي فإن موقع يو تيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة بعد كل من : ياهو و جوجل.

***موقع بليكر (Plicker) :**

يعتبر نمونجا لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور ، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلا حيا لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الانفاق في لندن وفي أحداث تسونا مي ، فهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها ، "وهو أيضا جمعية لهواة التصوير على الانترنت بالإضافة إلى كونه موقعا مشهورا للتشارك في الصور الشخصية . يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه ."¹ أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات "كومننت comments" من قبل الزائرين و كلمات المفاتيح "تاغز tags".

¹ - المنصور محمد. تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مجلة الأكاديمية العربية في الدنمارك، ص.63

7-1) التدوين المصغر (Microblogging):

هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفا لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة ويتم التدوين إما عبر الويب، "سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة بناء على منصة تطوير الرسائل القصيرة (sms) ويعتبر "تويتر" twitter " من أشهر موقع للتدوين المصغر بالإضافة إلى جايكو وباونس jaiku, pownce¹ ونفهم مما يلي أن التدوين المصغر هو خدمة اجتماعية مهمة فإذا كان التدوين من خلال تويتر هو الإجابة على السؤال "ماذا تفعل الآن؟" فإن التدوين المصغر داخل 'بلوجار' blogger هو لكتابة أفكار صغيرة وتلميحات وأسئلة لا تتحمل كتابة مواضيع ونقاشات لنفس التخصص ، ويبقى القول أن التدوين المصغر ليس ميزة جاهزة مضافة داخل قالب . بل هو طريقة جديدة نتعلمها سويا عن طريق تخصيص القالب بطريقة احترافية وبالاعتماد على أدوات الشرط المختلفة لتحديد تصنيف معين 'الابل label' تظهر داخله تلك التدوينات دون غيره.

*تويتر Twitter:

هو أحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي ويعرف بأنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ، كانت بدايات ميلاده هذه الخدمة المصغرة أوائل 2006 م. أخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" ، واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للفرد إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة."²

¹ - فضلى محمد عهدي، الصحافة الالكترونية، المرجع السابق، ص.59

² - عبد الحميد محمد ، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، المرجع السابق ، ص.268

ويمكن من لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات "التويتات" من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم إلى صفحة المستخدم صاحب الرسالة وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود و التحديثات عبر البريد الإلكتروني وكذلك أهم الأحداث من خلال خدمة "اراس اس" عبر الرسائل النصية "ا سام اس".

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم، دائما وفي أي وقت، كما انه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء و تلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جدا، وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم، ويقدم موقع تويتر تعريفا مقتضيا له بأنه "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل التواصل وإدامة الاتصال بعضا لبعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"¹

4- خصائص الإعلام الجديد:

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الإتصال الإنساني، ومن أبرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الإعلام الجديد الأهمية الراهنة ما يلي:

¹ - إيمان نجوشي، حسام الدين مزروقي، الويب 2،0 الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، بحث غير منشور، الجزائر، جامعة باجي مختار، عنابة، ت.2009

1-1 التفاعلية Inreactivity:

التفاعلية هي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين،"هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر المعلومات والتسلية التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده."¹

وفي السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الالكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات والمجموعات والأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة مابعد التفاعلية .

2-1 اللاجماهيرية Demassification:

تعني أن الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

¹ - شيخاني سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد 26، ت.(2010)، ص.340

3-1 التنوع Variety:

وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية: "والتي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال".¹ ، وهذا النوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية، والوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناء برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية ومواقع البحث عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

4-1 التكامل Integration:

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.

5-1 قابلية التحريك أو الحركية Mobility:

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة مثل التلفون المحمول، تلفون السيارة، التلفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات ووزنها عدة أوقيات أو جهاز فيديو صغير، وجهاز فاكس ميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

¹ - كاتب سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص ، بحث مقدم، المؤتمر العالمي للإعلام

الإسلامي، ت(2011)، ص.26

6-1 تجاوز الحدود الثقافية:

يطلق على شبكة الانترنت أنها "شبكة الشبكات تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها".¹ ، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الانترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوق نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى "تجاوز الحدود الجغرافية وتمييز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء غلوباليسيو الاتصال بالعالمية أو الكونية على مستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف".² ، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية و صحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.

7-1 تجاوز وحدتي المكان والزمان:

من الطبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطا ضروريا لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف والبرامج التلفزيونية والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات و المؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطا ضروريا للاتصال وان كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

¹ - المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جهود المتلقي، مجلة الأكاديمية العربية في الدنمارك،

ت(2012)، ص.289

² - بن سعيد مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية www.aljazeera.net

8-1 الإستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الإتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين في إطار فردي. كما ساعد تطور برامج النصوص والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار تتضمنها أغراض اكتساب المعلومات أو التسلية، ومن بين خصائص الإعلام الجديد بالارتباط لعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر، الرسالة، الوسيلة، المتلقي والاستجابة في محاولة فهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك :

1-مركزية الأعداد(المصدر):

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل الاجتماعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات، فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على المعلومات . لم يكن من الممكن الحصول عليها من أماكن أخرى، أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى و حاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور. "إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة نظرية(حارس البوابة)، قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأمريكي الجنسية(كيرت ليوبن)، وهي ترى انه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحافية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط(بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد تعديلات عليها." ¹

¹ - المحارب سعد بن محارب ، الإعلام الجديد في السعودية، لبنان، جداول للنشر والتوزيع طبت(2011)، ص.145 ، أو

عبر الموقع www.mohamed.rebeau.com.book.1.14766.pdf

يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات ، وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما .

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية : هي معايير المجتمع وقيمه وتقاليده ، والمعايير الذاتية للقائم المهنية للقائم بالاتصال ، ومعايير الجمهور.

وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديدة ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية ، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

2- المحتوى (الرسالة) :

أحدثت وسائل الإعلام الجديدة أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد ، "حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية ، وبتكلفة منخفضة جدا".¹ ، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

3- التوزيع (الوسيلة) :

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية ، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية ، فإننا نجد أن وسائل الإعلام الجديدة لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الانترنت وسيلة توزيع قليلة

2- عبد العال وائل.دينامكية الإعلام الجديد. المركز العربي للدراسات والأبحاث .ت(2011)

التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم ، بالإضافة إلى الهواتف الجواله يمثل فرصا كبيرة بهذا الصدد نظرا لمعدلات اختراقه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 184 بالمائة إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الانترنت عريضة النطاق.

4- التلقي:

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد ، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول إليها في أي وقت من أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله ، هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءا فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.

5- الاستجابة:

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى الملقى، مع إمكانية بسيطة جدا أو متأخرة للتفاعل مع المصدر ، في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية ، وما بعد التفاعلية ، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة الملقى في رسائل الإعلام الجديدة محصورة فالبدائية في دائرة رجع الصدى للمحتوى ، الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات و الملاحظات عن ذلك المحتوى ، ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك الملقى مزيدا من الحرية النسبية على التعبير ، حتى أصبح ذلك الملقى يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقالية إلى ما بعد التفاعلية.

4) وظائف الإعلام الجديد:

حدد شرام (Shram) و لاسويل (Lasouil) عددا من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولمبرشرام أن هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: "مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع أفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم. وقد ولد تطور الحاجات الاجتماعية، السياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة."¹

5) وظائف الإعلام الجديد المعاصر منها :

1- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي ، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم الاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات

والحوارات والبريد الإلكتروني ، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجته .

2- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام ، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها .

¹ - عبد العال وائل: ديناميكية للإعلام الجديد، المركز العربي للدراسات والأبحاث، الموقع السابق

3- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها ، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين . يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة ،المواقع الإعلامية المنتشرة فيها ،مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوية" ،"التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية".¹

4- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية .

5- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ،وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة .

6- نجد أن هناك توسعات في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعقيم ،ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدما ملموسا للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة ،"وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد ، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي و الفصول الافتراضية"² وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم .

7- أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيرا لدى المعلنين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى ،ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا إلى اتخاذ

1- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد، المرجع السابق ص.120

1- الفيصل عبد الأمير موييت ، المرجع السابق ص.200

القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة .

8- مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه، التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

(7) سلبيات الإعلام الجديد:

1- صعوبة الوثوق والتحقيق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقى.

2- ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية، الاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

3- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.

4- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

5- "تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية".¹

6- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.

7- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

¹ - شيخاني سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلد دمشق، 26 العدد 2، 1، ت(2010)

تطرقنا في هذا الاستبيان إلى بعض العناصر لعلها كافية لإبراز أثر وسائل الإعلام الجديد في المجتمع ، و قد تمحورت كالاتي :

- البيانات الشخصية.

- استخدامات الانترنت.

- دوافع استخدام الانترنت.

- الانترنت و التواصل الاجتماعي.

- الاتصال الوسيلى و البعد الإنساني للعلاقات بين الأفراد.

-البيانات الشخصية :

-جدول يبين الجنس:

الجنس	عدد التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	10	62.5
إناث	6	37.5
المجموع	16	100

من خلال جدول يتضح لنا أن الفئة المستهدفة كانت الذكور ، بحيث وصلت نسبتها إلى 62.5 بالمائة، و نسبة الإناث وصلت إلى 37.5 بالمائة أي أن نسبة الإناث قدرت بنصف نسبة الذكور.

-جدول يبين السن:

السن	عدد التكرارات	النسبة
من 18 إلى 23 سنة	10	62.5
من 24 إلى 29 سنة	4	25
من 30 إلى 35 سنة	2	12.5
المجموع	16	100

تراوحت نسبة العمر لدى الفئة المستهدفة حوالي 62.5 بالمائة و التي سجلت في الأعمار ما

بين 18 سنة إلى 23 سنة و انخفضت هذه النسبة في الأعمار ما بين 24 سنة و 35 سنة.

-جدول التخصص العلمي:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التخصص العلمي
62.5	10	جامعي
12.5	2	ثانوي
6.25	1	متوسط
18.75	3	دون المستوى
100	16	المجموع

أكبر نسبة سجلت في التخصص العلمي كانت في المستوى الجامعي و هذا لاحتكاكي مع أكبر عدد منهم، فقدرت نسبتهم حوالي 62.5 بالمائة و يليها دون المستوى حوالي 18.75 بالمائة ، ثم المستوى الثانوي حوالي 12.5 بالمائة و آخرها مستوى المتوسط حيث قدرت ب 6.25 بالمائة.

-جدول المستوى الاقتصادي:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	المستوى الاقتصادي
6.25	1	جيد
81.25	13	متوسط
12.5	2	ضعيف
100	16	المجموع

كل شخص من هذه الفئة المستهدفة كان مستواه الاقتصادي متوسط ، بحيث سجلت أكبر نسبة و هي 81.25 بالمائة و نجد نسبة 12.5 بالمائة في المستوى الاقتصادي الضعيف و تليه نسبة 6.25 بالمائة بالنسبة للمستوى الاقتصادي الجيد.

- جداول تبين استخدامات الانترنت:

(1)مدة استخدام الانترنت:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الاحتمالات
18.75	3	أقل من سنة
75	12	أقل من 5 سنوات
6.25	1	أكثر من 5 سنوات
100	16	المجموع

بلغت القيمة العظمى لمدة استخدام الانترنت حوالي 75 بالمائة، و هذا من قبل مستخدميها لمدة تقل عن 5 سنوات، و تليها القيمة الدنيا التي قدرت ب6.25 بالمائة لمستخدمي الانترنت لمدة 5 سنوات فما فوق.

(2) معدل الاستخدام اليومي للانترنت:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الاحتمالات
12.5	2	أقل من 1/2 ساعة
37.5	6	ساعة واحدة
50	8	أكثر من ساعة واحدة
100	6	المجموع

بلغ أكبر معدل للاستخدام اليومي حوالي 50 بالمائة ، و هذا خلال ساعة واحدة فما فوق ،
ثم تليها نسبة 37.5 بالمائة خلال ساعة واحدة فقط في اليوم ، كما بلغ 12.5 بالمائة لمدة تقل
عن نصف ساعة.

3)المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
Facebook	9	56.25
Youtube	5	31.25
مواقع أخرى	2	12.5
المجموع	6	100

نلاحظ أن المواقع الاجتماعية التواصلية الأكثر استخداما هي الفيسبوك ، بحيث قدرت

ب56.25 بالمائة ، ثم تليها نسبة 31.25 بالمائة خاصة باليوتوب.

بينما سجلت نسبة 12.5 بالمائة خاصة بالمواقع الأخرى: كتويتر و ماي سبيس....

4) معدل الاستخدام اليومي للـ Facebook:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
مرة واحدة	4	25
مرتين	10	62.5
عدة مرات	2	12.5
المجموع	6	100

وصلت نسبة المعدل اليومي لاستخدام هذا الموقع الاجتماعي التواصلي حوالي 62.5 بالمائة خلال مرتين باليوم ، ثم تليها نسبة 25 بالمائة خلال مرة واحدة باليوم ، وآخرها وصلت إلى 12.5 بالمائة خلال عدة مرات باليوم.

(5) مدة استخدام المواقع الاجتماعية:

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
دائماً	4	25
أبداً	2	12.5
أحياناً	10	62.5
المجموع	16	100

بلغت القيمة العظمى لمدة استخدام المواقع الاجتماعية حوالي 62.5 بالمائة ، وتماشت هذه

النسبة مع معدل الاستخدام اليومي للفيسبوك.

- جداول تبين دوافع استخدام الانترنت:

(1)السبب الرئيسي الذي دفعك لاستخدام الانترنت:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
الحاجة للتواصل مع الغير	10	62.5
لمجرد التقليد و الاعتبارات الاجتماعية	3	18.75
لأغراض العمل	3	18.75
المجموع	16	100

من بين الأسباب الكثيرة لاستخدام الانترنت هي الحاجة للتواصل مع الغير ، بحيث وصلت نسبتها حوالي 62.5 بالمائة ، و سجلت نفس النسبة 18.5 بالمائة لكل من غرض التقليد و الاعتبارات الاجتماعية و أغراض العمل.

أما بالنسبة لرأيي الخاص لأجل العمل.

(2) مجالات استعمالك للانترنت:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
مجال علمي	4	25
للتواصل مع الأهل والأصدقاء	7	43.75
عاطفي	2	12.5
ديني	3	18.75
المجموع	16	100

تعددت مجالات استعمال الانترنت بحيث بلغت نسبة مجال التواصل مع الاهل و الأصدقاء حوالي 43.75 بالمائة ، ثم تلتها نسبة 25 بالمائة للمجال العلمي ، ثم 18.75 بالمائة للمجال الديني و آخر نسبة سجلت في المجال العاطفي فبلغت حوالي 12.5 بالمائة.

3) أسباب استخدامك للـ Facebook:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
لتبادل التهاني في المناسبات	3	18.75
لضبط المواعيد	4	25
تبادل الأخبار	7	43.75
التعبير عن المشاعر العاطفية	2	12.5
المجموع	16	100

من بين الأسباب الأكثر لاستخدام للـ فيسبوك هي :

لتبادل الأخبار بحيث وصلت نسبتها إلى 43.75 بالمائة ثم تلتها نسبة 25 بالمائة لضبط المواعيد ، و سجلت أيضا نسبة 18.75 بالمائة لتبادل التهاني في المناسبات وأخرها نسبة 12.5 بالمائة للتعبير عن المشاعر العاطفية.

4) ما هي الوسيلة التي تشكلها لك الانترنت:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الاحتمالات
18.75	3	تسلية
25	4	لإقامة العلاقات والحفاظ عليها
31.25	9	لإنجاز الأعمال
100	16	المجموع

وصلت نسبة الغاية من استخدام الانترنت إلى 31.25 بالمائة و هذا لأجل انجاز الأعمال و تلتها نسبة 25 بالمائة لغرض إقامة العلاقات و الحفاظ عليها ، و آخرها حوالي 18.75 بالمائة لغرض التسلية والترفيه.

جداول تبين الانترنت و التواصل الاجتماعي:

1)الأشخاص الذين نتواصل معهم بكثرة عبر الانترنت:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
الأهل و الأصدقاء	3	18.75
الأصدقاء	7	43.75
شخص تربطك به علاقة عاطفية	2	12.5
الأساتذة	4	25
المجموع	16	100

نجد أن أكبر نسبة سجلت هي 43.75 بالمائة وهذا بالنسبة للتواصل مع الأصدقاء ، و انخفضت هذه النسبة من 25 بالمائة إلى 18.75 بالمائة ثم إلى 12.5 بالمائة على الترتيب بالنسبة للتواصل مع الأشخاص على الترتيب : الأساتذة ، الأهل و الأصدقاء ، ثم شخص ذو علاقة عاطفية.

(2) هل تواصلك معهم يكون:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	4	25
أحيانا	10	62.5
نادرا	2	12.5
المجموع	16	100

وجد أن أغلب الأشخاص كان تواصلهم مع الأشخاص السالفة الذكر أجابوا ب: أحيانا

حيث قدرت النسبة العظمى حوالي 62.5 بالمائة.

(3) هل تستخدم الانترنت لإقامة علاقات عاطفية:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
نعم	6	37.5
لا	10	62.5
المجموع	16	100

وصلت نسبة استخدام الانترنت لإقامة العلاقات العاطفية إلى 37.5 بالمائة ، بينما قدرت

ب62.5 بالمائة لغير ذلك. فمن بين الأغراض الأخرى نجد : التواصل مع الأهل و الأقارب

– لانجاز الأعمال – التواصل مع الأساتذة -

جداول تبين الاتصال الواسع و البعد الإنساني للعلاقات بين الأفراد:

(1) هل تفضل التواصل مع الغير عبر:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
عبر الانترنت	5	31.25
وجها لوجه	11	68.75
المجموع	16	100

وصلت نسبة التواصل مع الغير عبر : وجها لوجه 18.75 بالمائة ، و انخفضت هذه النسبة

حوالي النصف ، فقدرت ب31.25 بالمائة بالنسبة ل: عبر الانترنت

(2) هل ترى أن الانترنت تساعدك في تقوية العلاقة مع الغير:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	4	25
أحيانا	10	62.5
نادرا	2	12.5
المجموع	16	100

أدت وسيلة الانترنت إلى تقوية العلاقات مع الغير بحيث سجلت أكبر نسبة قدرت بـ 62.5 بالمائة.

(3) هل تجعلك الانترنت تشتاق إلى من تتواصل معهم:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	3	18.75
أحيانا	12	75
نادر	1	6.25
المجموع	16	100

أدت الانترنت إلى تحقيق أكبر نسبة في زيادة الاشتياق للمُتَوَاصِل معهم لدى بعض الأشخاص بحيث وصلت هذه النسبة إلى 75 بالمائة.

(4) هل يمكنك الاستغناء عن الانترنت:

الاحتمالات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
نعم	6	37.5
لا	10	62.5
المجموع	16	100

وصلت نسبة عدم الاستغناء عن الانترنت إلى 62.5 بالمائة بينما انخفضت إلى نصف هذه النسبة حوالي 37.5 بالمائة بالنسبة للأشخاص الذين يمكنهم الاستغناء عن هذه الوسيلة الاتصالية.

تفسير الاستبيان:

يتضح لنا من خلال الدراسة السابقة ما يلي:

(1) يعود الاستعمال الأكبر للانترنت من قبل الأشخاص ذوي الأعمار ما بين (18 سنة الى 23 سنة) الى ظهور هذه الوسيلة العصرية و مواكبتها عصر هذه الاجيال الجديدة ، و تماشيها مع سن المراهقة لديهم.

(2) وصول معدل الاستخدام اليومي للانترنت إلى 50 بالمائة خلال ساعة واحدة فأكثر راجع إلى عدة أسباب منها:

لغرض الترفيه و توفير سبل التسلية و قضاء أوقات الفراغ.

تنمية مختلف العلاقات بين أفراد المجتمع.

تبادل مختلف الأخبار بين أفراد المجتمع.

لغرض إنجاز الأعمال و البحوث.....

(3) من بين الشبكات الاجتماعية الأكثر شيوعا و استخداما هي موقع الفيسبوك ، بحيث وصل المعدل اليومي لاستخدامه حوالي 62.5 بالمائة و هذا لعدة أغراض نذكر منها: ضبط المواعيد أو تبادل التهاني في المناسبات أو التعبير عن المشاعر العاطفية.

استنتاج :

نستنتج من خلال هذا الاستبيان أن كون هذه الوسيلة الإعلامية أداة وصل بين أفراد المجتمع فهي مهمة في عملية الاتصال بالجمهور، كما أنها تلعب دوراً هاماً في تلبية الحاجات المختلفة لدى الجمهور من جهة ، و تحقيق التفاهة حول فكر و أهداف و برامج التنظيم من جهة أخرى.

كما لا ننس دورها السلبي في صعوبة الوثوق و التحقيق من صحة مصداقية العديد من البيانات و المعلومات التي تحويها بعض المواقع ، تضييع الوقت من خلال سبل التسلية من ألعاب و فيديوهات و المساس الكبير بالقيم الدينية.

و من هنا يمكن القول بأن الإعلام الجديد سلاح ذو حدين.

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر أنثى

التخصص العلمي :

المستوى الاقتصادي : ضعيف متوسط جيد

السن :

اولا: استخدامات الانترنت :

1 منذ متى تستخدم الانترنت ؟

اقل من سنة اقل من 5 سنوات اكثر من 5 سنوات

2 ما هو معدل استخدامك اليومي للانترنت ؟

اقل من نصف ساعة ساعة واحدة اكثر من ساعة واحدة

3 ماهي المواقع الاجتماعية الاكثر استخداما عندك ؟

facebook youtube مواقع اخرى

4 ماهو معدل استخدامك اليومي للفيسبوك ؟

مرة واحدة مرتين عدة مرات

5 متى تستخدم هذه المواقع الاجتماعية ؟

دائما أبدا احيانا

ثانيا: دوافع استخدام الانترنت:

1 ماهو السبب الرئيسي الذي دفعك لاستخدام الانترنت ؟

الحاجة للتواصل مع الغير لمجرد التقليد و الاعتبار الاجتماعية لاغراض العمل

2 ماهي مجالات استعمالك للانترنت ؟

مجال علمي مجال للتواصل مع الأهل والاصدقاء

مجال عاطفي مجال ديني

3 هل تفضل المحادثة عبر:

سكايب الفيسبوك

4 لماذا تستخدم الفيسبوك ؟

لتبادل التهاني في المناسبات تبادل الاخبار

لضبط المواعيد التعبير عن المشاعر العاطفية

5 هل تشكل لك الأترنت وسيلة:

تسلية لاقامة العلاقات أو الحفاظ عليها لانجاز الاعمال

ثالثا: الأترنت و التواصل الاجتماعي :

1 من هم الأشخاص الذين تتواصل معهم أكثر عبر الأترنت؟

الأهل و الأقارب الأصدقاء

شخص تربطك به علاقة عاطفية الأساتذة

2 هل تواصلك معهم يكون : غالبا احيانا نادرا

3 هل تلتقي بهم بصفة شخصية : غالبا احيانا نادرا

4 هل تزور الأهل : بصفة دائمة بصفة متقطعة

تكتفي بالمكالمات عبر الأترنت تكتفي بارسال الرسائل عبر الفايبيوك

5 هل تتواصل مع افراد الأسرة بواسطة الانترنت ؟ نعم لا

6 اثناء الجلوس مع الأسرة هل غالبا :

تشاركهم الحديث تنشغل عنهم باستخدامك الأترنت

7 هل تجد حرجا في اطلاع افراد اسرتك على ما تستخدمه بالانترنت : نعم لا

8 هل تستخدم الأترنت لاقامة علاقات عاطفية : نعم لا

رابعا : الاتصال الوسيلى و البعد الانساني للعلاقات بين الأفراد :

1 هل تفضل التواصل مع الغير : عبر الأترنت وجها لوجه

2 هل ترى أن الأترنت تساعدك في تقوية علاقاتك مع الغير:

غالبا احيانا نادرا

4 هل زادت الأترنت نسبة تواصلك مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه) :

نعم لا ليس كثيرا

5 هل تجعلك الأترنت تشاق الى من تتواصل معهم :

غالبا أحيانا نادرا

6 هل يمكنك الاستغناء عن الأترنت :

نعم لا

خاتمة

يتضح مما تطرقنا إليه في موضوعنا ما يلي:

(1) استحالة وضع مفهوم شامل عن الإعلام الجديد ولعل السبب في ذلك أن الإعلام في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل و التطبيقات و الخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح ، فهي مازالت في حالة تطور سريع ، و ما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في الغد و هذا ما يحيل إلى صعوبة وضع تعريف نهائي.

(2) الإعلام الجديد ليس بثا أحاديا مثل ما كانت تتميز به وسائل الإعلام التقليدية ، و لكنه يتميز عنه بخاصية التفاعلية.

(3) هناك تغيرا ملموسا طرأ على الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجيا و تطبيقيا ، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة و قد جاءت بتطبيقات و خصائص جديدة تأخذ مكان وسائل اتصال الجماهير.

(4) هناك تغيرا جذريا نحو بناء وسائل تفاعلية في الإعلام الجديد ، حيث اتجهت جميع وسائل الإعلام التقليدية التي تعمل في اتجاه واحد إلى صنع عالما اتصاليا جديدا ثنائي الاتجاه .

(5) وسائل الإعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص : كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وتعدد الوسائط وقلة التكلفة .

(6) خاصية التفاعلية هي أهم و ابرز الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديد عن وسائل

الإعلام التقليدية ، وتعتبر هذه المرحلة انقلابا على نموذج الاتصال التقليدي ، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات و ليس من أعلى إلى أسفل ، وفق النموذج الاتصالي القديم.

(7) الخاصية الغريذة المتمثلة في القدرة على تجاوز حدود الزمكان و فتح باب المشاركة في المعلومات و المعرفة أمام الجميع و منح وسائل الإعلام الجديد بعدا إنسانيا تشاركيا من خلال ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي.

المصادر و المراجع

- (1) سورة البقرة ، الآية 102 – ص 16
- (2) ابن منظور ، لسان العرب .
- (3) أبو عيشة فيصل ، الإعلام الإلكتروني – عمان – دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 – ت.2010
- (4) أمين رضا عبد الواحد ، (استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت) ، جامعة البحرين ، 7-9 ابريل – ت.2009
- (5) إيمان نجوشي حسام الدين مرزوقي ، الويب 2.0 الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد ، بحث غير منشور ، الجزائر ، جامعة باجي مختار عنابة – ت. 2009
- (6) الجمعية العامة للأمم المتحدة ، التقرير السنوي للأمم العام ، ملحق رقم 01 الدورة الرابعة والعشرون لنيويورك ، ت. 1670
- (7) رحيمة عيساني ، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية
- (8) سليمان زيد منير ، الصحافة الإلكترونية ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط.1. ت. 2009
- (9) سمير محمد حسين " الإعلام والاتصال " القاهرة عالم الكتاب ، عمان ، دار الشروق ، ط.1.ت.2008
- (11) عبد الحميد محمد. الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت القاهرة ، عالم الكتب ، ط.1.ت.2008
- (12) عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب .
- (13) عبد اللطيف عزة ، الإعلام تاريخه ومذاهبه ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، د ، ط.ت.1965
- (14) فضلي محمد عهدي ، الصحافة الإلكترونية ، واقع المستقبل ، د، ط.ت.2009
- (15) الفيروز أبادي ، القاموس المحيط ، بيروت ، المؤسسة العربية ، ط.2. د.ت.

16) الفيصل عبد الأمير مويت الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ، عمان ، دار الشروق ط1،ت.2006

17) كاتب سعود صالح ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع والتحديات والفرص ، بحث مقدم للمؤتمر العالم للإعلام الإسلامي.ت.2011

18) المحارب سعد بن محارب ،الإعلام الجديد في السعودية ، لبنان ، جداول للنشر والتوزيع ، ط1.ت.2011

19) المنصور محمد ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جهود المتلقي ، مجلة الأكاديمية العربية في الدنمرك .ت.2012

20) شيخاني سميرة ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة دمشق ، المجلد 26 ، ت.2010

المواقع الإلكترونية :

1) بن سعيد مبارك ، صحافة المواطن و المسؤولية الاجتماعية. www.aljazeera.net

2) عبد العال وائل. ديناميكية الإعلام الجديد. المركز العربي للدراسات والأبحاث. ت.2011-637: www.arabic.entrt.net/pdfzid

3) المحارب سعد بن محارب www.mohamed.rebeau.com.book.1.14766.pdf

4) شيخاني سميرة www.damasumill.sg/mag/ed/images

فهرس

إهداء

شكر و تقدير

المقدمة

المدخل

- 1- تعريف الإعلام.....5
- 2- المبادئ و الأسس التي يقوم عليها الإعلام.....6
- 3- خصائص الإعلام.....7
- 4- أهمية الإعلام.....7
- 5- أهداف الإعلام.....8
- 6- وسائل إعلام الاتصال الجماهيري.....9
- 7- مبادئ حقوق الإعلام.....11

الفصل الأول

الإعلام الجديد

- 1- مفهومه.....15
- 2- أقسامه.....16
- 3- وسائله.....17
- 4- خصائصه.....26
- 5- وظائفه.....32
- 6- سلبياته.....34

الفصل الثاني

استبيان

1- تفسير الاستبيان.....57

2- استنتاج.....58

خاتمة

ملحق

المصادر و المراجع

الفهرس