**المحور الأول: مفاهيم أساسية:**

**ثالثا) مفهوم الإعلام الجديد وتعدد تسمياته:**

اجتهد العديد من الباحثين والمتخصصين في وضع الكثير من المفاهيم والمصطلحات الخاصة ببيئة الإعلام الجديد، وبعض هذه المفاهيم والمصطلحات قد أخذ حظه من الشيوع والانتشار الواسع النطاق سواء في كتابات الباحثين أو الأدبيات الإعلامية المتخصصة في هذا المجال، وبعضه الآخر لم يتح له سوى الانتشار على نطاق محدود أو ضيق، وبين المدة والأخرى تظهر العديد من المفاهيم والمصطلحات التي تتعلق بهذه البيئة والممارسة الإعلامية التي تجري فيها أو عبرها، إضافة إلى المصطلحات التي ظهرت نتيجة التعريب لبعض المصطلحات أو الترجمة لمصطلحات أخرى من لغات أجنبية، وبخاصة من اللغتين الانجليزية والفرنسية، إلا أن نسبة كبيرة من المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت لم تحظ بقبول جميع الباحثين أو المتخصصين أو بالاتفاق عليها فيما بينهم، نتيجة لأسباب عديدة، منها الإشكاليات التي تنطوي عليها الكثير من هذه المصطلحات، وبخاصة منها ما يتعلق بإشكالية التحديد والاستخدام والدلالة للمصطلحات الخاصة بالمفاهيم المستحدثة في البيئة المشار إليها، أو لإشكاليات في تعريب بعض المصطلحات أو لعدم دقة ترجمة البعض الآخر من هذه المصطلحات.

ومن هذه المصطلحات نذكر: الإعلام الرقمي، الإعلام البديل، الإعلام الشبكي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام السيبيراني، غير أن مصطلح "الإعلام الجديد" يعد من أكثر المصطلحات شيوعا وتداولا، وعلى الرغم مما ينطوي عليه من إشكالات عديدة، إلا أنه قد استقر في كثير من الأدبيات، ليعبّر عن ما يتعلق بالبيئة الإعلامية الجديدة التي ظهرت نتيجة ظهور الانترنت وشيوعه، والممارسة الإعلامية التي تتم عبره.

1. **تعربف الإعلام الجديد:**

**لغة:**

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة **(High TechDictionary) الإعلام الجديد** بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الانترنت والوسائط المتعددة. وحسب قاموس "ليستر" (lester) فإن الإعلام الجديد هو:" مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي توّلدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو".

**اصطلاحا:**

**الإعلام الجديد** New Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال، والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن إنتاج، نشر، استهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها، في الوقت الذي نريده، وبالشكل الذي نريده، من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة، أو غير المتصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائنا من كانوا، وأينما كانوا. وتشتمل وسائله على المواقع عبر الشبكة الالكترونية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الالكتروني، مجتمعات الانترنت، إعلانات الانترنت، الأقراص المضغوطة، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجوالة.

ويعرّف أيضا بأنه "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي. ويتميز عن الإعلام التقليدي بحالتين هما: الكيفية التي يتم بها بث المادة الإعلامية، والكيفية التي يتم بها الوصول إليها. وينقسم إلى أربعة أقسام هي: القسم الأول يقوم على شبكة الانترنت، والثاني على الحاسب الآلي، والثالث على الأجهزة النقالة، والرابع على وسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الرقمية والتفاعلية إليها.

ويقدم التعريف الموالي توصيف لفكرة الإعلام الجديد وأهم خصائصه التي تميزه عن الإعلام التقليدي.

وجاء فيه: "إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليد التزاوج بين ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة انفجار المعلومات (Information Explosion)وظاهرة الاتصالات عن بعد (Telecmunication)."

ويعتمد الإعلام الجديد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميّسر، وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة وهي التفاعل interactivity والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين**.**

ويتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، كما يتميز بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيّرت من ثمّ من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال."

1. **مصطلح الإعلام الرقمي:** يشير هذا المصطلح أيضا إلى الإعلام الذي ظهر في بيئة الانترنت بمنافذها المتعددة وهو يعبّر من الناحية المفاهيمية عن الممارسة الإعلامية بأوجهها كافة في البيئة المذكورة، وقد اكتسب تسميته من التقنية الرقمية التي تعتمدها بيئة الانترنت في مفاصلها كافة بدء من إنتاج الرسالة الإعلامية وحتى إتاحتها للمستخدم عن طريق الحاسب الآلي أو الآيباد أو الهاتف الذكي، والإشكال في هذا المصطلح أن التقنيات الرقمية ليست حكرا على ما درج على تسميته الإعلام الجديد إنما الإعلام التقليدي أيضا يستخدم ومنذ سنوات عديدة التقنية الرقمية، خاصة الفضائيات والمحطات التلفزيونية الأرضية والراديو وعليه فإن هذا المصطلح لا يعبّر بدقة عن المفهوم الذي ارتبط به، ولا يحمل دلالات المعني الحقيقي لهذا المفهوم.
2. **مصطلح الإعلام البديل:** يشير بحسب العديد ممن يروجون له، إلى الممارسة الإعلامية التي تجري في فضاء الانترنت بمنافذه المتعددة الأطراف وتيارات وجهات وتنوعات وجماعات عديدة، سواء أكانت اجتماعية أو سياسية أو فكرية أو غيرها والتي لا يتيسر لها المجال للتعبير عن نفسها وتصوراتها وأفكارها واتجاهاتها إزاء حوادث وموضوعات وقضايا عديدة عبر وسائل الإعلام التقليدية، والتي تخضع في غالب الأحوال لسيطرة أو رقابة الحكومات أو الجهات ذات النفوذ أو أصحاب المصالح. مما يعني حرمان هذه الجهات والتنوعات من الظهور عبر هذه الوسائل. في حين أن البيئة الإعلامية الجديدة قد وفرت عبر منافذها المتعددة لهذه الجهات والتنوعات لكي تتواصل مع جمهورها وقواعدها وتعبٍّر بحرية تامة عن مواقفها واتجاهاتها. ومن دون وجود سلطة الرقيب أو الخشية من ملاحقة السلطات، لتتحول بحسب هذا الطرح إلى إعلام بديل عن الإعلام التقليدي الموصدة أبوابه أمام هذه الجهات والتنوعات. إلا أنه يمكن التأكيد على أن هذا الطرح يجانب الصواب، ذلك أنه إذا كانت بيئة الانترنت بمنافذها المتعددة توفر مساحات واسعة للتنوعات كافة للظهور وعرض الأفكار والرؤى والتصورات والتعبير عن وجهات النظر والآراء بحرية تامة، فهذا يعني بأنه يمكن حصر البيئة المذكورة بهذا الوجه، إذ تتوفر هذه البيئة على أوجه كثيرة أكثر بروزا من هذا الوجه.
3. **مصطلح الإعلام التفاعلي:** لقد استند هذا المصطلح إلى سمة التفاعلية التي تميزت بها منافذ ما يطلق عليه الإعلام الجديد وأوجهه، والتي تتيح للجمهور المستخدم التفاعل الحي والمباشر مع القائم بالاتصال أو المحرر أو مع غيره من المستخدمين، أو المشاركة في النقاش أو استطلاعات الرأي أو الاستفتاءات التي تجري في تلك المنافذ وغيرها، وابداء الرأي في المحتوى المقدّم، والتحاور مع المحرر أو مع المستخدمين أنفسهم، وغير ذلك من هذه السمة البارزة وما تنطوي عليه من أهمية، وما تشكله من نقلة نوعية في التواصل المباشر بين الجمهور والقائم بالاتصال والجهة الإعلامية التي يعمل فيها إلا أنه لا يمكن التغاضي عن السمات العديدة للبيئة الإعلامية الجديدة، وقصر عنوانها الأبرز على سمة التفاعلية، ومن ثم فإن مصطلح التفاعلية لا يمكن أن يدل بصورة دقيقة وشاملة على مفهوم الممارسة الإعلامية عبر البيئة الإعلامية الجديدة، إذ أنه يعبّر عن جزء محدود من طبيعتها، وعليه، فإنه ينطوي على إشكالات عديدة ، من ناحية المعنى والدلالة على المفهوم الذي يرتبط به.
4. **مصطلح إعلام الوسائط المتعددة**: أتاحت التطورات التقنية للمنافذ الإعلامية في بيئة الانترنت وبخاصة الصحف الرقمية والمواقع الإخبارية ومواقع وسائل الإعلام التقليدية في الشبكة وغيرها من المواقع، استخدام الوسائط المتعددة في تغطياتها وفي الرسائل والمواد الإعلامية التي تقدمها للجمهور، وتتمثل هذه الوسائط في النصوص والمقاطع الصوتية والصور الثابتة والصور المتحركة أو المواد الفيلمية أو مقاطع الفيديو المختلفة إضافة إلى الخرائط والرسوم البيانية، والانفوجرافيك وغيرها، وهو ما يعد من الميزات الأساسية للمنافذ الإعلامية المختلفة والمتنوعة في بيئة الانترنت، إلا أن هذا لا يعدّ من المبررات الكافية لتسمية البيئة الإعلامية الجديدة وممارساتها باسم الوسائط المتعددة، ذلك أن الأخيرة تمثل ميزة من الميزات العديدة في هذه البيئة، ومن ثمة فإن مصطلح الوسائط المتعددة ينطوي على إشكالات تتعلق بدقة هذا المصطلح في التعبير عن مفهوم البيئة الإعلامية في الانترنت وممارساتها الإعلامية.
5. **مصطلح الإعلام الشبكي**: أو ما يسمى بالإعلام الحي على خطوط الاتصال online media والذي يشير إلى الممارسة الإعلامية الجديدة عبر التطبيقات المتعددة لشبكة الانترنت وغيرها من الشبكات إذ أن هذه الشبكات تمثل الوسائط الناقلة للإعلام الجديد الذي ظهر بظهور الانترنت، والشبكات الأخرى، والتي أصبحت المنافذ الأساسية للتواصل بين الجمهور ومواقع الصحف الرقمية، ولا يمكن اختزال البيئة الاعلامية الجديدة في هذا المصطلح وبهذه التسمية.
6. **مصطلح الإعلام السيبيراني** Cyber Media : لقد أخذ هذا المصطلح اسمه مما يطلق عليه الفضاء السيبيراني والذي يستخدم لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت، وعلى الرغم من أن هذا المصطلح لم تتوافر له مساحة واسعة للشيوع والانتشار كما العديد من المصطلحات الأخرى، إلا أنه استخدم من قبل العديد من الباحثين، إضافة إلى وروده في عدد من الأدبيات الإعلامية التي تتناول البيئة الإعلامية الجديدة، إلا أن استخدامه قد بدأ ينحصر وبخاصة في كتابات الباحثين من دول المشرق العربي، نظرا لعدم دلالته الدقيقة على طبيعة البيئة المذكورة وعدم تعبيره الدقيق على مفهوم هذه البيئة.

ختاما، يتجلى بوضوح المحاولات العديدة لضبط تسمية دقيقة لما يعبّر عن البيئة الاتصالية والإعلامية الجديدة ومحاولة الإحاطة بأهم الميزات التي تفرق هذا النوع الإعلامي والاتصالي عن سابقه، غير أن كثرة المصطلحات المعروضة أعلاه تثبت أنه لا توجد تسمية موحدة لهذا المصطلح سواء عبر الشرق أو الغرب، غير أن مصطلح "الإعلام الجديد" (على الرغم من كثرة منتقديه أيضا) يعتبر المصطلح الأكثر تداولا والأكثر شمولية ووضوحا من غيره من المصطلحات-كما سبق بيانه-.