

الإعلام الرقمي

إعداد الباحثة : انتصار محمد القحطاني

المقدمة:

ونحن نعيش عصر المعرفة لا بد أن ندرك فحوى ما نتلقاه وما يتلقاه أفراد مجتمعاتنا، فقد تعددت الوسائل الإعلامية وكثر معها أصحاب الرسائل وتعددت موادهم الإعلامية، وتفاوتت قيمتها بين الغث والسمين، وبين الإيجاب والسلب، وبين الب ناء والهدام؛ ومن هنا كان لزاماً على الباحثين والمختصين أن يقوموا بدورهم في سير أغوار تلك الوسائل ومعرفة فحوى المادة التي تبثها، والتحقق من تأثيراتها ، وحقيقة من يقف خلفها، وتحديد الأهداف التي يريد الوصول إليها من خلال ما يبثه.

والوسيلة الإعلامية التي كانت في الماضي القريب حكرًا على الدولة توجهها بما يخدم أهدافها، لم تعد كذلك اليوم، بل صارت كثيرًا من الدول الحلقة الأضعف بين المرسلين، الذين يتفاوتون بين جهات تقف خلفها حكومات تدعمها وترسم أهدافها، وبين أشخاص بسطاء لا يملكون سوى المادة التي يقومون بنشرها عبر تلك الوسائل الإعلامية وخاصة الإنترنت بنوافذها المتعددة، إلا أن تكاتف أولئك البسطاء واتحادهم صار يهدد الدول واستقرارها بشكلٍ أكبر من بقية أرباب الوسائل الإعلامية الآخرين، وهذا ما يجعل المهمة صعبة فمن كان في السابق متلقٍ لا حول له ولا قوة صار اليوم مرسل يفرض رأيه بقوة دون تكلفة مالية ولا حتى جهود بشرية خارقة. والتطور المذهل في وسائل الاتصال والإعلام في العصر الحالي، أدى إلى ظهور نوع جديد من الإعلام التفاعلي، وحطم القيود الإعلامية، فلم تعد الرسائل الإعلامية حكرًا على المؤسسات الحكومية، ولم يعد الفرد مجرد مستقبل لها كما كان في الماضي، بل أصبح دون تكلفة أو جهد كبير صانعًا ومرسلًا لها هو الآخر، وجزءًا من شبكات تفاعلية ضخمة وميسرة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الجديد.

الإعلام

لقى الميدان الإعلامي بشكل عام الاهتمام الأكبر في الدراسة والتحليل، ونتيجة لهذا الاهتمام بالوسائل الإعلامية على اعتبار انها القنوات الأساسية لانتقال الأخبار والمعلومات والأفكار، فقد اكتسبت بحوثه المتعلقة بالاتصال الجمعي بناء محددًا غالبًا ما يعبر عنه بالصياغة المشهورة التي صاغها " هارولد لازويل Harold "

ويعرّف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بأنها الوسائل التي تتم عملية الاتصال بالجمهور بحيث تتميز هذه

تتم عملية الاتصال بالجمهور بحيث تتميز هذه الوسائل التي ويعرّف خبراء الإعلام العملية الإعلامية بأنها الوسائل بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ومع قدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك لم تكن موجودة لدى الجمهور المستهدف ومن هذه الوسائل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت وغيرها كثير.

فنحن حينما نتصل نحاول أن نشارك معلومات أو فكرة أو اتجاه مع شخص ما أو مع الآخرين. وهناك من يرى بأن الإعلام قديم قدم البشرية نفسها ومنذ بدء الخليقة ظهرت حاجة الإنسان إلى الاتصال والتواصل بالآخرين وإخبارهم عن حاله ومعرفة أحوالهم ولكن الاستخدام الفعلي للإعلام لم يظهر إلا في القرن العاشر حين بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة جوتنبرغ حيث كان المجتمع في تلك الفترة مهيناً ومستعداً لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعدة تماماً لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري.

أنواع الإعلام الرقمي

أصبحت الوسيلة التقنية المستخدمة في إيصال المعلومة متوفرة في كل مكان، وتقوم ببث رسائل تحمل في مضامينها رسائل إيجابية وأخرى سلبية ليس من السهولة السيطرة، حتى وإن تسنى ذلك لبعض الأفراد أو الأسر من خلال المنع إلا ان الخطورة من إساءة استغلالها تبقى على درجة عالية جداً ويمكن أن تؤثر نفس العوامل محل البحث في كيفية استخدام هذه الوسائل من حيث الإيجاب والسلب ولعلي أتحدث عن أهم الوسائل المؤثرة أو لنقل المسببة للفراغ الفكري لدى المجتمعات بشكل عام والمجتمعات العربية بشكل خاص والتي تمثلت بالقنوات الفضائية بالإضافة إلى الوسائل التقنية الإعلامية الأخرى (الهاتف الجوال، الإنترنت، وسائل التخزين الصوتية والمرئية المختلفة، الألعاب الإلكترونية) والتي لا يسع المجال للحديث عن كل منها بشكل مفصل خاصة فيما يتعلق بدورها في الإخلال بالأمن، أما في هذا المبحث فسأركز على الدور الذي تلعبه الفضائيات والإنترنت بيئة المجتمعات لاستقبال ما يبث والانقياد له، ومن المعلوم أن في تسطيح عقول الشباب، مما يتسبب في المحاذير الأمنية ما يبث من مواد إعلامية ضارة هو أحد الأسباب الرئيسية لانحراف الشباب وارتكابهم المحاذير المختلفة، وحين نتحدث عن الإعلام وحتى الإعلام الجديد فيجب أن نشير إلى القنوات الفضائية فهي في نظري جزء من الإعلام الجديد لا ينفك عنه.

الإعلام الرقمي المرئي:

نعيش في عصر المعلومات والانفتاح على الآخر في كل مكان، ومع انتشار وسائل البث الإعلامية وتنوعها، بل وسهولة ورخص الحصول عليها، صار بالإمكان الوصول إلى أعداد أكبر من الناس، خاصة من خلال الإنترنت والقنوات الفضائية، وقد بُدلت جهودٌ توعوية متميزة من خلال هاتين الوسيلتين، خاصة القنوات الفضائية التي امتازت ببرامجها التوعوية المحذرة من مخاطر الإرهاب والأفكار الضالة بالاحترافية والمهنية، مع وجود كم كبير من ساعات البث المخصصة لتلك البرامج التوعوية، وهذا بالطبع لا ينطبق على كل القنوات ولكن يمكن قوله في اعداد غير قليلة من القنوات خاصة تلك التي تحمل الصفة الرسمية، أو التي خطت لنفسها مساراً غلبت فيه مصلحة البلد الذي تنتمي إليه على أي مقاصد أخرى ولعل الباحث لا يجد حرجاً حين يقول إن قنوات المجد أحد تلك القنوات التي سلكت ذاك المسار ، ، مما يحمّد لتلك الجهود عبر تلك القنوات الفضائية تنوعت في عرضها فتجد البرامج الحوارية وتجد المحاضرة وكذلك العمل التمثيلي، علاوة على التغطيات المباشرة للفعاليات والمعارض والمناسبات المختلفة، وغير ذلك كثير، وهذا كله يسهم في زيادة الفئات المستهدفة، فمع تباين عقليات المشاهدين، واختلاف رغباتهم يأتي هذا التنوع ليصل أثره إلى أكبر نسبة منهم، وعلى الرغم من أننا لا نجد هذا التنوع في خطب الجمعة الا إنها كما ذكرت امتازت بوجود حضورها على من توافرت فيه خصائص شرعية محددة، بعكس سواها من وسائل التوعية ومنها المادة الإعلامية المقدمة عبر القنوات الفضائية أو حتى الإذاعية التي إن لم ترتقي لتتال استحسان المستهدف، فسوف يهرب منها إلى غيرها.

من إيجابيات المادة المرئية المنشورة عبر القنوات الفضائية أنها تكرر في أكثر من وقت فتجدها بثت في وقت الذروة مثلاً ثم يعاد بثها مرتين أو ثلاث مرات في فترات مختلفة من اليوم لتصل إلى أكبر عددٍ من المشاهدين، كما إن بعض القنوات الأخرى تقوم بنشر بعض المواد التوعوية الجيدة من باب التعاون فيما بينها وأحياناً يكون

البث متزامناً في نفس اللحظة، وأيضاً لا ننسى أن بعض المهتمين يقوم بإعادة نشر ما يعجبه من مواد عبر مواقع الإنترنت المختلفة، وهذا يسهم أيضاً في زيادة رواج تلك المادة.

من جماليات العمل المرئي استضافته لعدد من المعنيين بظاهرة الإرهاب، وهذا له إيجابيات كثيرة لا تحصى ومنها عقد لقاء مباشر بين أطراف ربما لا يتسنى لها اللقاء في غير تلك المناسبة، فيطلع المختص على خفايا تفيد في عمله وتعيّنه على تشخيص الواقع المعني بشكلٍ أدق، كما أن صاحب العلاقة سواء من العائدين أو من ذوي المطلوبين ينتفع بما يسمع ويتعرف على بعض الجوانب المحيرة بالنسبة له والتي كان يظن كانت تخصه وحده دون غيره، وهو لا يعلم أن تلك خاصية أو متلازمة أو علامة على من يقوم بذلك الفعل، وبالطبع هذا الانتفاع يمضي على المشاهد العادي وعلى غيره ممن يعينهم الأمر سواء كانوا متخصصين أو أصحاب تجارب شخصية أو عانوا من ذي صلة مباشرة بهم من المتورطين.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام:

الإعلام لغة: اسم مصدر من أعلم يعلم أي أخبر يخبر وهو التبليغ والإخبار والإبلاغ أي الإيصال.

الإعلام اصطلاحاً: مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال، ونقل المعلومات والمعارف، والثقافات الفكرية والسلوكية، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير وبُغية الإخبار والتوجيه، وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة مستخدماً الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.

الإعلام في الإسلام: تزويد الجمهور بالحقائق الثابتة، والأخبار الصادقة المستندة إلى أدلتها الشرعية،

والمعلومات الصحيحة، باستخدام أفضل الوسائل التقنية والأساليب التعبيرية، بالإضافة إلى تزويده بالأبحاث والدراسات والبرامج الوثائقية في ميادين الحياة المختلفة.

المبحث الثاني: نشأة الإعلام وتطوره:

عرفت المجتمعات الإنسانية الإعلام وممارسته منذ أن كانت تعيش في قبائل بدائية تسكن الكهوف، فليس الإعلام وليد الساعة، فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه.

اخترع الإنسان الكتابة منذ آلاف السنين، فكانت بمثابة نقطة تحوُّل في تاريخ البشرية، وبات ما قبل ذلك يعرف "بقبل التاريخ"، وعرف العرب الإعلام قبل القرن العاشر الميلادي، وحتى منذ عصور ما قبل الإسلام، وكانت وسائلهم في ذلك الخطابة والشعر اللذين كانا ينتقلان مشافهة.

في القرن العاشر بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة العالم الألماني) جوتنبرج ١٣٣٨م - ١٤٦٨م؛ حيث كان المجتمع في تلك الفترة متهيئاً ومستعداً لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار، وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعدة تماماً لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري.

وفي بدايات القرن التاسع عشر ظهرت الصحف وأيضاً وسائل الإعلام الكهربائية؛ مثل التلغراف والتليفون، فقد اخترع التلغراف عام ١٨٣٢م، ومن ثم بدأ عصر اللاسلكي باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام ١٨٧٣م، بتأسيس شركة "ماركوني" التي جعلت الاتصال اللاسلكي حقيقة عملية، وبصورة أكثر واقعية، فإن عصر وسائل الإعلام قد بدأ في مستهل القرن العشرين، بظهور وانتشار الفيلم والراديو والتلفزيون، بين عدد كبير من الناس، وكانت وسائل الإعلام هذه هي التي بدأت مرحلة الانتقال العظيم التي نعيشها الآن.

المبحث الثالث: نشأة الإعلام الإلكتروني:

نشأ الإعلام الإلكتروني نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية (الإنترنت) وتزايد استخداماتها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الإنترنت عام (١٩٦٩) في الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة منلو بارك (بواسطة خط هاتفي؛ بحيث يستطيع الجهازان العمل معاً في شكل نظام اتصال مُعَلَّق، كانت هذه التجربة جزءاً من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة.

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت، والتي بدأت تقدم للناس عملياً في سنة ١٩٨٥، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية.

وبدأ ظهور الإعلام الإلكتروني ليشمل ظهور عدد من الصحف والمجلات الإلكترونية، والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقاً عديدة للجمهور، باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.

المبحث الرابع: وظائف الإعلام:

يعمل الإعلام على تقديم عددٍ من الخدمات للمجتمع، هدفها التبصير والتنوير والإقناع، لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد مشتركاً مع التعليم في معناه العام.

تتمثل الوظائف العامة التي تؤديها وسائل الإعلام فيما يلي:

- ١- وظيفة نشر الأخبار.
- ٢- وظيفة التنشئة الاجتماعية.
- ٣- وظيفة الترفيه.
- ٤- وظيفة تبادل الرأي والنقاش.
- ٥- وظيفة التعليم والتنقيف.

المبحث الخامس: صور إعلامية من حياة المرسلين:

تشرف الأنبياء والرسول - عليهم الصلاة والسلام - بفضيلة عظيمة هي الدعوة إلى الله - تعالى - مستخدمين في ذلك كل الوسائل المشروعة التي تحقق هذا الهدف السامي، وهو دعوة الناس إلى التوحيد والحق والخير، فما ترك الأنبياء والرسول - عليهم الصلاة والسلام - وسيلة من الوسائل الدعوية أو الإعلامية في زمانهم إلا وسخروها لخدمة دعوتهم إلى الله - تعالى.

المبحث السادس: مفهوم الإعلام الجديد ومرادفاته:

الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم، ولم يتم الاتفاق على تعريف محدد للإعلام الجديد؛ وذلك لأن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعدُ بشكل واضح ومحدد، يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية؛ لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحادثة عما هو عليه الإعلام الآن؛ لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمة في الإعلام عمومًا.

ويمكن تعريفه بأنه: مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

للإعلام الجديد مرادفات عدة؛ ومنها:

الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الرقمي، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الآلي، الإعلام الشبكي، الإعلام الشعبي، إعلام المجتمع، صحافة المواطن، وغيرها الكثير.

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

١- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها.

٢- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.

٣- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، بعد إضافة مميزات جديدة لها.

٤- الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسب الآلي Offline ، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيًا أو بوسائل الحفظ

المختلفة، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية، وغيرها.

المبحث السابع: فلسفة وآفاق ومداخل الإعلام الجديد:

من الرؤى النظرية المطروحة حول الإعلام الجديد لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته:

•مدخل " نيغرو بونتي "لفهم الإعلام الجديد.

•النموذج الاتصالي الجديد لدى " كروسيبي".

- مدخل "ريتشارد ديفيس" و"ديانا أوين".
- مدخل "مانوفيتش" للإعلام الجديد.
- رؤية" بافلك" للإعلام الجديد.
- رؤية" بوتلر" و"جروسين".
- مدخل" فيدلر" لفهم الإعلام الجديد.
- مدخل الحالة الانتقالية للإعلام، "غيتلمان"، و"بنغري"، وآخرون.

المبحث الثامن: خصائص ومميزات الإعلام الجديد:

باستخراج القواسم المشتركة بين المفاهيم المختلفة للإعلام الجديد، نجد أنه يتميز بالعديد من الخصائص؛

ومنها:

- ١- التفاعلية.
- ٢- اللاتزامنية.
- ٣- المشاركة والانتشار.
- ٤- الحركة والمرونة.
- ٥- الكونية وتخطي حدود الزمان والمكان.
- ٦- اندماج الوسائط.
- ٧- زيادة الانتباه والتركيز نتيجة التفاعل.
- ٨- سهولة التخزين والحفظ.

ومن أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد:

- ١- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- ٢- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، قد يتفوقون على أهل الاختصاص الأصليين.

- ٣- ظهور منابر جديدة للحوار.
 - ٤- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.
 - ٥- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
 - ٦- مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضاياها إعلامياً.
 - ٧- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.
 - ٨- تفتيت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.
- الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:**

ويمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الإعلام الإلكتروني الجديد والإعلام التقليدي فيما يلي:

- ١- **المساحة الجغرافية:** يمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، على عكس عدد كبير جداً من وسائل الإعلام التقليدية، التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محددة.
- ٢- **عامل الكلفة:** يتميز الإعلام الجديد بقلّة تكاليفه كثيراً، مقارنة بالإعلام التقليدي القديم.
- ٣- **عنصر التفاعلية.**

المبحث التاسع: الإعلام الجديد من وجهة نظر بعض المستخدمين:

إن الحرية التي تميز بها الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته، سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة في أوساط المستخدمين، وصلت حد الإدمان أحياناً؛ حيث يقضي الكثير من المستخدمين ساعات طويلاً على الشبكات الاجتماعية دون فائدة تذكر، أو هدف محدد، وهذا باعتراف الكثير منهم على صفحات الفيس بوك، أو تويتر، وغيرها.

ويتفق الكتاب جميعاً أن ثمة تغيرات بين الوسائط التقليدية الورقية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة المستخدمة في الإعلام الجديد، ولم يُخفِ بعضهم حنيناً تجاه الإعلام التقليدي والكتابة الورقية.

المبحث العاشر: توظيف الإعلام الجديد في مجال الدعوة:

هياً الله - سبحانه وتعالى - في هذه العصور من الوسائل والتقنيات الحديثة ما يُعين على تبليغ الدين ونشره، والتعريف بالعقيدة الإسلامية الصحيحة، وسنة النبي - صلى الله عليه وسلم - وسيرته العطرة، ولم يُعد التعامل مع هذه التقنيات ترفاً، بل أصبح واقعاً معاشياً لأكثر سكان المعمورة، فبها يتواصلون، وعن طريقها يتناقشون المعلومات والأخبار، في أسرع وقت وأيسر طريق ووفق أحدث التقنيات وأكثرها تطوراً، ولقد كان لنبذة من طلبه العلم والدعاة حضورهم المميز في مواقع ومنديات إلكترونية، من خلال الإشراف والمشاركة المتميزة، والتنوع الذي أضفى على الشبكة العالمية (الإنترنت) نسبة لا بأس بها من الخدمات التي تقدّم للمسلمين وغيرهم، وتصب في خدمة الدعوة إلى الله - تعالى - بلغات العالم المتعددة.

ومع ظهور ما يسمى بمواقع (الإعلام الجديد)، والتي باتت تتنافس الفضائيات بتعدد قنواتها، تحتمّ على من نال شرف الدعوة إلى الله النظر في الأسلوب الأمثل في المشاركة في مثل هذه المواقع، وذلك من خلال إطار يجمع الجهود الدعوية، ويرسم لها منهجاً واضحاً للتعامل الأمثل في كافة المجالات، وخاصة في مجال الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.

المبحث الحادي عشر: الإعلام الجديد واللغة العربية:

كان للإعلام الجديد بأدواته وآثاره السريعة الواضحة على لغة الناس وثقافتهم، ونجد من ناحية لغوية أن ما وهبته هذه الوسائل من إمكان النشر غير المراقب، ولا المدقق، ولا المشروط، ولا الصادر من نخب محددة، جعل اللغة تظهر بمستوياتها المختلفة الفصيحة والعامية، واللغة التي تجمع بين العربية وغيرها، ونال ما يظهر بلغة فصيحة ألواناً من الأخطاء صارت تتداولها الناس، وباتت من الأخطاء الشائعة التي لا يُدرك مخالفتها للقواعد المقررة سوى المتخصصين، وتؤدي سرعة النشر إلى ضعف المراجعة والتصحيح فتنتشر الأخطاء، وهناك بعض

محاولات التعريب التي تنصدي لها بعض المواقع والصفحات الشبكية، في محاولة منها لإبدال المفردة العربية بالأخرى الأجنبية.

المبحث الثاني عشر: الإعلام الجديد والتعليم:

يميل المتحمسون للتعليم باستخدام الإمكانيات الضخمة التي يوفرها الإعلام الجديد إلى رسم صورة خيالية، ويعددون المميزات الكثيرة، ومن بينها زيادة الحماس لدى المتعلم من خلال الصور والطرق الشائقة للعرض، وتمتع الدارس باستقلالية التعلم، وبذلك ينتقل من التعليم الموجّه من قِبَل المعلم مثلاً إلى تعليم يقوم هو بنفسه بضبط إيقاعه، يحدد سرعة التعلم والمادة التي يرغب في دراستها والوقت المناسب له للدراسة، ويتعلم بذلك أن يتحمل المسؤولية أيضاً عن أفعاله، كما يستطيع الدارس أن يحصل على معلوماته من أي مكان في العالم، وألا يبقى في الحدود الضيقة للمدرسة أو الجامعة.

المبحث الثالث عشر: مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد:

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الإلكتروني الجديد، إلا أن هنالك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره؛ ومن أهمها:

1. ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
2. المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، وأدوات الإعلام الجديد.
3. صعوبات الحصول على التمويل.
4. غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعاً ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
5. عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.

6. السرعة في البث الإلكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
7. انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.
8. صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.
9. انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
10. التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
11. مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على تناقص عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.

الفصل الثاني: وسائل وأدوات الإعلام الجديد:

المبحث الأول: استعراض لبعض أدوات الإعلام الجديد:

تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وتزداد تنوعاً ونموً مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل:

أولاً: الشبكات الاجتماعية:

عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين؛ مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات.

ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً:

1- الفيس بوك.

2- تويتر.

وقد حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفيس بوك، تويتر؛ ومنها:

1- شبكة فرند أوي.

2- شبكة أرابز.

ثانياً: المفضلات الاجتماعية:

وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وأرشفتها، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، هي مفضلة لا ترتبط بجهازك كما هي العادة، بل هي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن أشهر أمثلتها موقع ديغ، وظهرت عدة مواقع عربية توفر خدمة المفضلات الاجتماعية؛ مثل: موقع ضربت، موقع أفلق، حفار المدونات.

ثالثاً: مواقع استضافة المدونات المجانية؛ ومنها:

1- الورد برس.

2- بلوجر.

3- تمبلر.

رابعاً: مشاركة الفيديوهات والصور:

مواقع مشاركة الفيديوهات هي مواقع إعلام جديد، تتيح لك مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك، وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك المواقع: اليوتيوب، جوجل فيديو.

خامساً: مواقع مشاركة الصور:

مواقع مشاركة الصور تسمح لك برفع صورتك إلى الموقع، ومشاركتها مع الآخرين؛ مثل لبكر، كما توجد مواقع أخرى عديدة لمشاركة الصور وتخزينها، منها: سلايد ، فوتو لوغ ، فوتكي.

المبحث الثاني: بعض الإحصائيات عن استخدام الإعلام الرقمي:

تشير الدراسات إلى تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في العالم ٢ مليار مستخدم عام ٢٠١١ ميلادية؛ أي: حوالي ثلث سكان العالم، هذا الرقم يمثل زيادة بنسبة ٤٨٠.٤% عما كان عليه في عام ٢٠٠٠م، وكانت أكبر نسبة نمو خلال هذه الفترة كانت من نصيب أفريقيا، والتي نمت استخدام الإنترنت فيها بحوالي ٢٥٢٧.٤% ، تليها منطقة الشرق الأوسط بنسبة ١٩٨٧.٠%.

المبحث الثالث: فيس بوك (face book)

تواصل مع أصدقائك وعائلتك وزملائك في الفصل، أنشئ ملفاً شخصياً الآن.

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي، يعمل على تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة، أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكانت بداياته عام ٢٠٠٤ ميلادية على يد "مارك زوكربيرج"، الطالب في جامعة "هارفارد" آن ذاك.

المبحث الرابع: تويتر (Twitter)

مرحباً بك في تويتر، اكتشف ما يحدث، الآن، مع الناس والمنظمات التي تهتمك.

إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، ويمكن وصفها بأنها نص موجز مركز، وكانت بداياته على يد مبتكره المبرمج "جاك دور سي" Jack Dorsey أوائل عام ٢٠٠٦ ميلادية.

المبحث الخامس: (يوتيوب) YouTube

اليوتيوب موقع لمقاطع الفيديو، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه، لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتيوب من أهم أدوات الإعلام الرقمي الجديد، تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة "باي بال" PayPal عام ٢٠٠٥ ميلادية في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث السادس: المدونات الإلكترونية

المدونة تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات) مدخلات (مؤرخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، بحيث يمكن للمستفيد الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، ولم تنتشر ظاهرة المدونات إلا بعد عام ١٩٩٩ ميلادية.

المبحث السابع: الصحافة الإلكترونية

دخل مفهوم الصحافة الإلكترونية مؤخراً؛ نتيجة التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وهي نوع جديد من الصحافة غير التقليدية، يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة، ويعود صدور أول نسخة إلكترونية في العالم إلى عام ١٩٩٣م؛ حيث أطلقت صحيفة "سان جوزيه ميركوري" الأمريكية نسختها الإلكترونية، تلاها تدشين صحيفتي "ديلي تليجراف" و"التايمز" البريطانيتين، لنسختها الإلكترونية عام ١٩٩٤م.

المبحث الثامن :تجربتي الشخصية مع الإعلام الجديد" قناتي الخاصة على اليوتيوب:"

لم تكن علاقتي بالإعلام الجديد حتى وقت قريب تتسم بالفاعلية، وكانت مقتصرة على تلقي الرسائل الإعلامية والإخبارية دون تعليق أو تعقيب، حتى بداية شهر فبراير سنة ٢٠١١ ميلادية؛ حيث كانت أحداث التظاهرات التي خرجت في مصر تطالب بالإصلاح، ورغم اتفاقي معها في المطالبة بالإصلاح والعدالة، إلا أنني كنت ولازلت رافضاً لها لأسباب عديدة، وقررت أن أدافع عن أفكاري وقناعاتي التي أعتقد أنها الحق، فأنشأت صفحة إخبارية على الفيس بوك، وأنشأت قناة خاصة على اليوتيوب، وذلك بعد تفكير وتردد طويل، حظيت بأعداد مشاهدة لم أكن أتصورها، واستفدت كثيراً بتلك التجربة التي كانت البداية الحقيقية لتفاعلي مع الإعلام الجديد.

النتائج المستخلصة:

أدى التطور الضخم في أدوات ووسائل الاتصال إلى ظهور نوع جديد من الإعلام الرقمي التفاعلي، والذي حطّم كل القيود والحوجز الموجودة في نظيره من الإعلام التقليدي.

إن الحرية التي تميّز بها الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته، سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة في أوساط المستخدمين، وصلت حد الإدمان أحياناً، مما قد يؤثر بالسلب عليهم.

الإعلام الجديد أصبح اليوم واقعاً لا مفر من التعامل معه، شئنا أم أبينا، فقد باتت أدوات الإعلام الجديد تفرض نفسها على أرض الواقع بشكل يجعلنا نحاول تكيفها لا رفضها، والتعامل معها لا إقصاءها في كافة المجالات، وخاصة في مجال الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.

التوصيات المقترحة:

على المؤسسات التعليمية العربية تعديل مناهجها الدراسية لتلحق دومًا بكل جديد، وبما يتيح للطلبة فرصة البحث عن المعلومات والتعامل مع تقنيات الإعلام الجديد. وعلي الجامعات تخصيص أقسام تهتم بالمراجعات اللغوية الحاسوبية، لمحاولة وقف تحريف اللغة العربية عبر أدوات الإعلام الجديد.

ويجدر بالحكومات العربية استغلال وسائل وأدوات الإعلام الجديد كوسيلة فاعلة للتواصل مع المواطنين، ومعرفة مشاكلهم؛ مستفيدة بما تمكنه تلك الأدوات من قدرة تفاعلية.

على المؤسسات والهيئات الدعوية إعداد وتدريب جيل من شباب الدعاة، قادر على التواصل مع الناس عبر وسائل وأدوات الإعلام الجديد، والاستفادة من إمكانياته الهائلة وتوظيفها فيما يخدم الدعوة إلى الله، وكذا اجتذاب الجمهور إلى الشبكات والمواقع الإسلامية على الشبكة العنكبوتية، من كل بلاد المسلمين بشتى الطرق كتنظيم المسابقات، أو تقديم الخدمات الاستشارية في كافة مجالات الحياة، وليس المجالات الشرعية فقط، وكذا تخصيص أقسام ترفيهية؛ مما سيعمل على اجتذاب شرائح أكبر من جمهور الإعلام الجديد.

الخاتمة

أصبح المواطن العربي بفضل الإعلام الجديد مالكًا لوسائله الخاصة للتعبير، وتقنياته الخاصة لنشر ما يحلو له من أفكار، وعلى نطاق واسع، لم يعد متلقيًا سلبيًا لمضامين وسائل الإعلام التقليدية، فقد أصبح مشاركًا فعالاً في العملية الاتصالية، وهو ما يجبرنا على التعامل بإيجابية مع هذا المعطى الجديد، والتعايش مع هذا الواقع الذي أفرزته ثورة المعلومات التي بدأت ولم تنته بعد.

إن وسائل الإعلام التقليدية، والتي كانت في بدايتها "إعلامًا جديدًا"، كما هو الحال الآن، استخدمت في البناء وتنمية الأوطان، والقضاء على الأمية، ونشر الثقافة والفكر، وهو جانب تتطلبه طبيعة مجتمعاتنا الناهضة، لهذا يجب النظر بعين الاعتبار إلى هذا الجانب الإيجابي في الإعلام الجديد، عبر الحملات الخيرة التي توظف في شبابنا أجمل ما فيهم، وتخرج أفضل ما لديهم.

المراجع:

- د فينان عبد الله الغامدي في (٢٠١٢): التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية

• محاضرات الدكتورة سالي جاد

• كتاب الاعلام الرقمي الجديد ا.د محمود علم الدين

• المصدر : من مقالة للاستاذة نسرين
حسونة

<https://www.facebook.com/lmdadMediaCenter/posts/106078711395080>

8:0

• د مها ساق الله - http://mahasaqallah.blogspot.com.eg/2013/10/blog-post_3286.htm

• كتاب فهد عبد الرحمن الشيميري

• د. أسامة بن عبد الرحمن النصار - رئيس قسم الاعلام بجامعة الملك

سعود <http://www.tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Article.aspx?Id=550>

• استاذة احسان العقله <http://mawdoo3.com>

• مدونة الصحافية نسرين حسونة

• الغامدي والبهباني

• د فهد عبد العزيز ، محاضرة بعنوان “الإعلام الرقمي أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة”

• الكاتب سعود صالح في (٢٠١١): الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.

• د عباس صادق في (٢٠٠٧): الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة.

- د سميرة شيخاني في (٢٠١٠) : الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق - المجلد ٢٦ ، العدد الأول

- د أحمد عاشور خبير في مجال الاعلام <http://www.arageek.com>