

مقدمة :

يعيش المجتمع العربي تحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين، والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة.

وعليه ربما يكون صعبا التفريق بين الإعلام التقليدي كالصحافة والإذاعة والتلفزيون من جهة و ما بات يطلق عليه الإعلام الجديد، كونه يمثل هذا الأخير مظهرا جديدا كليا، ليس في إطار دراسات الاتصال، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم، خاصة كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد.

وبالرغم من اعتبار الإعلام الجديد مدخلا رئيسيا لطرح تساؤلات عديدة حول ما إذا كنا نعيش فعلا حقبة إعلامية صار فيها الاتصال من أعلى إلى أسفل، وفقا للنموذج التقليدي من الماضي، ونلج مرحلة جديدة تشير إلى حالة من التنوع في الخصائص والسمات لعل أبرزها تنامي خاصيتي الفردانية والتخصيص في الاستخدامات والتطبيقات لدى الجماهير. كما لا يمكن إغفال التفاعلية كسمة رئيسية للإعلام الجديد ساهمت في اتساع نطاقه واستقطابه لجماهير واسعة أدت إلى زوال الحدود الجغرافية.

وتبعاً لذلك يمكن القول أن الإعلام الجديد هو فرصة المجتمع للانطلاق من جديد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديمقراطية والمشاركة المجتمعية، على جانب دورها على الصعيد الثقافي، ومساهمتها في تطوير الفرد.

وانطلاقاً من هذه الحقائق التي يفرضها علينا الإعلام الجديد استطاعت، وبسرعة كبيرة، أن تقلب المعادلة الكبرى التي قامت عليها تلك العملية وتأسست في ضوئها النظريات الأساسية الكبرى المفسرة للعمل الإعلامي.

ومن أبرز شواهد ذلك، ظهور الشبكات الاجتماعية التي غيرت تماماً من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية في المرحلة التقليدية للعمل الإعلامي. وبات الفرد الملتقي منتجاً ومرسلاً ومستقبلاً في ذات الوقت، فقام بذلك مقام عناصر الاتصال كافة في العملية الكلاسيكية للإعلام.

ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل تجاوزه إلى أن يكون هذا النمط الجديد للإعلام، أقوى وأبلغ في التعامل مع قضايا المجتمعات المعاصرة، تشكيلاً، وتعزيزاً، و تغييراً، وهو الأمر الذي أثبتته الدراسات العلمية، إضافة إلى الشواهد الملحوظة في الواقع الإنساني المعاصر، أنه قد تجاوز تلك القدرة التي كانت توصف (بالفائقة والهائلة) في التأثير على المجتمع، للوسائل التقليدية في عقود مضت، إلى قدرات فائقة الكفاءة.

لكن هذا الدور البناء في المجتمع والذي يناط بالإعلام الجديد ليس هو الدور الوحيد، فهناك تأثيرات سلبية كبيرة متوقعة على بنية المجتمع. وتعد

الجوانب الاجتماعية والنفسية والسياسية والمعرفية من أهم الجوانب التي بدت تتفاعل مع الثورة الرقمية وتتأثر بها على مختلف مكوناتها. فاسحة المجال لنتائج وتغيرات لا يمكن التنبؤ بها.

وعلى هذا الأساس، يأتي كتاب الإعلام الجديد و المجتمع ضمن مواضيع تدخل في صميم برامج تكوين طلبة قسم العلوم الإنسانية وشعبة علوم الإعلام والاتصال في ما بعد التدرج.

ففي الفصل الأول تأخذك الباحثة إلى الحديث عن الإطار المفاهيمي للإعلام الجديد و ذلك من خلال التطرق إلى الإعلام الجديد بين النشأة وتعدد المصطلح والمفهوم، وكذا إلى أهم وسائل الإعلام الجديد.

وفي الفصل الثاني والثالث والرابع تدفعك الباحثة دفعا لتركز في قضايا المجتمع الإجتماعية والسياسية والمعرفية.

وفي الأخير نرجو من الله أن يوفقنا في الكتابة وأن يرزقنا الإخلاص والإصابة وأن يكون هذا العمل نافعا مفيدا والله من وراء القصد.

الدكتورة: عبدة صبطي