

المحاضرة السادسة: الإعلام الجديد والاعلام القديم

في الوقت الذي يستمر فيه تقدم تكنولوجيا المعلومات وازدياد كثافة التدفق المعلوماتي وتعقد النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في العالم وشعور الأفراد المتزايد بكيانهم الذاتي وفاعليتهم كأفراد في بناء مجتمعاتهم ، تغيرت النظرة الي تلك المعلومات والتكنولوجيات وظهر موقف جديد يعبر عن عهد جديد أكثر ايجابية حيث لا يكتفي فيه الأفراد والجماعات والمؤسسات بالحصول على المعلومات التي تساعدهم في تحقيق أهدافهم الخاصة ولكنهم يتولون بأنفسهم صنع ابتكار معلومات جديدة والعمل على تداولها ودعوة الآخرين لمناقشتها في حرية ووضوح دون فرض أي قيود لضمان سرية المعلومات وحمايتها لقد أسقطت وسائل الإعلام الجديدة الحواجز بين الشعوب واستعادت البشرية اتصالها المؤلف ببعضها وانهارت حواجز الاقتباس والانتقاء والانهمار وانطلقت ثورة المعلومات تؤثر في من يرغب ومن هو مستعد دون معوقات أو تعقيدات ليصبح هناك حوارات وتفاعلات لا تنته ولتصبح الثقافة الإنسانية بوتقة تصهر كافة الثقافات في تفاعل حضاري مستمر وهذا ما يسمي بتكنولوجيات الإعلام والاتصال أو ما يصطلح عليه الإعلام الجديد.

1- الخلفية التاريخية لظهور الإعلام الجديد

لطالما أعتبر الإعلام إحدى حقائق الحياة المعاصرة وواحدا من أهم قوي تشكيل السلوكيات والقيم والعلاقات الإنسانية والثقافية بما يبثه من قنواته المتعددة ووسائله المتنوعة من أفكار وأراء تتسلل في رفق وهوادة الي أذهان الجماهير العريضة فتعمل علي تغيير واقع حياتهم وتغرس فيهم قيم جديدة .

إن الإعلام الجديد يستأثر بالكثير من الاهتمام من قبل المشتغلين بالإعلام بصفة عامة و أساتذة الإعلام بشكل خاص كمدخل لتساؤلات عديدة هي : هل نعيش حاليا مرحلة الإعلام الجديد ؟ أم أن غيرنا مر بهذه المرحلة مرات عديدة تطبيقا لانتقالات مارشال ماكلوهان في فكرة " الحتمية التكنولوجية " ، أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد التقاء الكمبيوتر و تكنولوجيا الاتصال ؟.

يرى البعض إن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير الذي نشهده حاليا في كافة مناحي الحياة فعند انهيار المعسكر الاشتراكي تحدثت الناس كثيرا عن النظام العالمي و الإعلامي الجديد، و قد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد و الجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم و منها فكرة بناء نظام إعلامي جديد، لكن التقنية تجاوزت هذه الأسئلة دون عودة.

و كما يرتبط النظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي ، مثلما حدث بعد ظهور المطبعة، التلغراف، الفونوغراف، الراديو و التلفاز ثم الانترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية و أخرى مستحدثة جديدة، فانه أيضا يرتبط بالنظام الإعلامي نفسه، وقد قسمه البعض أيضا

إلى نظام جديد و نظام رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات الاستقلال السياسي بعد التخلص من سيطرة الاستعمار على ارض الواقع.بعد مرحلة الخمسينيات من القرن الماضي، وقد كان القرن العشرين في حالة تباين واسع في النظام الاتصالي بين دول لديها أنظمة اتصال قوية عابرة للحدود و دول بالكاد تستطيع تدبير أمور اتصالاتها محليا، في وقت فيه البعض يؤمن بحرية الاتصال و حق الإنسان به، وفريق آخر يرفضه.

2- الإعلام الجديد وتجاوز عتبة الإعلام القديم

لم تعد (السلطة الرابعة) المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة قادرة على الصمود أما اجتياح السلطة الخامسة المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة على الشبكة العنكبوتية ، ك " الفيسبوك " " يوتيوب " و " تويتر " و " المدونات الشخصية " وغيرها.....

لقد ساد مفهوم السلطة الرابعة في القرنين التاسع عشر و العشرين بكونه مفهوما رقابيا على السلطات الأخرى، لكنه اخذ يتلاشى مع ظهور الانترنت، الذي غير معالم الحياة وأصبح القوة المسيطرة، و هو ما اجبر الصحافة على إجراء تغييرات هيكلية للبقاء و المنافسة. وفق هذا التصور يذهب البعض للتأكيد على إن الحاضر و المستقبل سيكونان تحت سيطرة السلطة الخامسة عبر المنافذ و المواقع الالكترونية الأنفة الذكر، و إن ميزان القوة قد تحول من حارس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة في المواطنين، حيث اكتسب شرعيتها من الواقع المعاش و لم يعد للسلطة الرابعة ذلك الحضور الذي كان يشهد لها في القرنين الماضيين.

و ما يزيد من أهمية الإعلام الجديد مستقبلا أن الجماهير لم تعد تقنع بالحصول على المعلومات و الأخبار بالرجوع إلى مصدر واحد و إنما ترجع إلى مصادر متعددة ، بل وإلى كل ما هو متاح لها و هو ما يوفره الانترنت ، و ذلك حتى تتمكن من مقارنة المعلومات و الأخبار للتأكد من صحتها و صدقها ، إلى جانب ما تتجه الانترنت من فرصة كبيرة لمناقشة و نقد ما تقدمه المصادر العديدة و الرد عليها ، و تبادل الآراء والأفكار حولها.

و في الوقت الذي عانى فيه الملتقى كثيرا من سطوة القابض على " محبس " الإرسال الإعلامي ، فإن الجميع يأمل أن تحرر تكنولوجيا المعلومات الملتقى من قبضة مرسله فمثلما تسعى هذه التكنولوجيا إلى تحرير القارئ من قبضة مؤلفة ، و المتعلم من قبضة معلمه ، و مستخدم برامج الكمبيوتر من قبضة مصممة ، تسعى نظم الاتصال إلى إضفاء الطابع الشخصي على عملية التلقي ، بحيث يكون للمتلقي الخيار في

اختيار رسالته الإعلامية ، سواء من حيث المحتوى أو الشكل أو الوقت استقباله لها ، فقارئ الجريدة سيكون بإمكانه أن يحدد موضوعاته المفضلة و شكل إخراج جريدته و مواعيد صدورها ومشاهد التلفزيون سيكون بإمكانها أن يحدد البرامج التي يفضلها ، و الأوقات التي تناسبه لمشاهدتها ، و ذلك باستخدام ما يعرف بنظام " الفيديو تحت الطلب "

إلى جانب ذلك ، يتوقع الكثيرون أن ترك الخيار للمتلقي سيصل إلى حد أن تصبح لكل شخص ، في زمن ليس ببعيد ، و كآلة الأنباء الخاصة به ، و ذلك من خلال الوكيل الإعلامي الذكي الذي يمسح الانترنت طولا و عرضا ، و يستعرض قنوات التلفزيون ومحطات الإذاعة ، و يطالع الصحف اليومية و المجالات الدورية و يتابع و كآلات الأنباء بحثا عما يلبي رغبات من ينوب عنه .

أن صناعة الإعلام تتحول تدريجيا اليوم من نمط الدفع بالمعلومات التي يريد المرسل أن يبثها ، أو يدفع بها ، إلى مستقبله فإرضاء عليه توقيتات استقباله إياها ، إلى نمط السحب الذي يعطي المتلقي حرية انتقائه ، أو سحب ، المعلومات التي يريدونها و في الوقت الذي يريد .