



ISSN: 2663-8118 (Online) | ISSN: 2074-9554 (Print)

Journal of Al-Frahedis Arts

Available Online: <http://www.jaa.tu.edu.iq>

Tikrit University

J.F.A

Journal of Al-Frahedis Arts

College of Arts

**Firas Hamoud Hamad \***

E-Mail: [firashmood3@gmail.com](mailto:firashmood3@gmail.com)

Mobile: 07701851564

**Prof.Dr. Saad Salman**

**Abdullah <sup>1</sup>**

E-Mail: [dr.saadsalman@tu.edu.iq](mailto:dr.saadsalman@tu.edu.iq)

Mobile: 07705824382

General Directorate of Salahuddin  
Education \*

Iraqi Ministry of Education

Salahaddin / Tikrit

Iraq

Department of Media <sup>1</sup>

College of Arts

Tikrit University

Salahaddin / Tikrit

Iraq

#### **Keywords:**

- The New Media
- New Media Properties
- The Emergence of New Media

#### **ARTICLE INFO**

#### **Article history:**

Received: 16/06/2019

Accepted: 15/07/2019

Available Online: 27/08/2019

## **The Emergence of New Media and the Characteristics of The New Environment**

### **A B S T R A C T**

This research aims to highlight the emergence of new media and the characteristics of the new media environment in the light of new technological developments. The importance of this research is that it deals with the issue of new media, which is one of the most important communication achievements that have emerged through technological developments in the field of communication, which contributed to the Internet and its applications in increasing rates of use by media organizations. The researcher followed the analytical descriptive approach to reach the research objectives.

© 2019 J.F.A, College of Arts | Tikrit University

\* Corresponding Author: [Firas Hamoud Hamad](mailto:Firas Hamoud Hamad) | General Directorate of Salahuddin Education / Iraqi Ministry of Education | Salahaddin – Tikrit / Iraq | E-Mail: [firashmood3@gmail.com](mailto:firashmood3@gmail.com) / Mobile: 07705824382

# نشأة الإعلام الجديد وخصائص البيئة الجديدة

## الملخص

يهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على نشأة الاعلام الجديد وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة في ظل التطورات التكنولوجية الجديدة. وتأتي اهمية هذا البحث من كونه يبحث في موضوع الإعلام الجديد الذي يعد من أهم المنجزات الاتصالية التي ظهرت من خلال التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والتي أسهمت الانترنت وتطبيقاتها في تزايد معدلات الاستخدام لها من قبل المؤسسات الإعلامية. وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي للوصول الى اهداف البحث.

© J.F.A. 2019, كلية الآداب | جامعة تكريت

فiras حمود حمد \*

البريد الالكتروني: firashmood3@gmail.com  
رقم الجوال: 07701851564

أ.د. سعد سلمان عبد الله<sup>1</sup>

البريد الالكتروني: dr.saadsalman@tu.edu.iq  
رقم الجوال: 07705824382

المديرية العامة لتربية صلاح الدين \*  
وزارة التربية العراقية  
صلاح الدين / تكريت  
العراق

قسم الاعلام<sup>1</sup>  
كلية الآداب  
جامعة تكريت  
صلاح الدين / تكريت  
العراق

### الكلمات المفتاحية :

- الاعلام الجديد
- خصائص الاعلام الجديد
- ظهور وسائل الاعلام الجديدة

### معلومات البحث

#### تاريخ البحث :

الاستلام: 16/06/2019  
القبول: 15/07/2019  
التوفر على الانترنت: 27/08/2019

## المقدمة

يعد الإعلام الجديد من أهم المنجزات الاتصالية التي ظهرت من خلال التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والتي أسهمت الانترنت وتطبيقاتها في تزايد معدلات الاستخدام لها من قبل المؤسسات الإعلامية<sup>(1)</sup> حيث فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير في التطورات التكنولوجية في كافة مناحي الحياة ، فبعد انهيار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس عن النظام العالمي والإعلامي الجديد وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد<sup>(2)</sup>.

وانطلقت رؤية جديدة لبناء نظام إعلامي جديد من الصراع التاريخي حول تدفق المعلومات غير المتكافئ بين دول الشمال والجنوب الذي أعلنت دول الجنوب رفضها له لإثبات استقلالها السياسي بعد التخلص من سيطرة الاستعمار على ارض الواقع، ذلك الصراع الذي اتخذ من اليونسكو ساحة رئيسية له<sup>(3)</sup>.

ويعد الانترنت النقلة النوعية في مجال الإعلام والتطور في نقل الإحداث والمعلومات والتواصل منذ ظهوره، حيث تعود فكرة الانترنت ل (فانيفار بوش) صاحب الفكرة الأولى عام 1945 عندما أطلق عليها اسم (ميكس ماشين)، ففي ظل الخطط الاستراتيجية التي اتخذتها القيادة العسكرية الأمريكية ممثلة بوزارة الدفاع إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي نشأت شبكة الانترنت، وقد كانت لأهمية هذه التدابير تحسباً من ضربة صاروخية سوفيتية، يحتمل أن تؤدي إلى تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة<sup>(4)</sup>. وقد سميت من قبل شبكة المعلومات الولايات المتحدة الأمريكية باسم (اربان) <sup>(5)</sup>.

وفي عام 1959 بدأت مراحل عدة لإعداد برنامج لتطوير وسائل الإعلام وذلك بطلب المجلس الاقتصادي والاجتماعي في اليونسكو، حيث عقد أول اجتماع عام 1960 عني بتطوير وسائل الاتصال في آسيا والشرق الأوسط في بانكوك ثم تلتها سلسلة من الاجتماعات لمعالجة مشكلة التدفق الإخباري الغربي، ثم عقد اجتماع في أمريكا اللاتينية عام 1961، وآخر في إفريقيا عام 1963 في نفس السياق<sup>(6)</sup>.

وفي ظل الاجتماعات المتتالية حول الاتفاق على نظام إعلامي جديد قامت الولايات المتحدة الأمريكية في 1969 بإنشاء شبكة الانترنت والتي أطلق عليها ( وكالة البحوث المتقدمة الأمريكية ) ( اربان )، وفي الأعوام 1970 ، 1971 ، 1972 طورت الولايات المتحدة الأمريكية المتحدة شبكة المعلومات، وذلك في اختراع أنظمة جديدة تخدم الاتصال بين الأشخاص ، حيث تم ربط مجموعة جامعات أمريكية مع بعضها ضمن هذه الشبكة ، وقد أصبحت (اربان) شبكة دولية عالمية ، وذلك بعد انضمام بريطانيا والنرويج عام 1973 إلى الشبكة حيث تم أول ربط دولي بالشبكة بجامعة لندن في بريطانيا ومؤسسة ( رويال رادين ايستاليشمنت )<sup>(7)</sup>.

ومع كل هذه التطورات المتواصلة وتوسعها من قبل الولايات المتحدة الأمريكية لشبكة المعلومات الانترنت قد تطورت التوصية عبر أكثر من مرحلة ، حيث اعتمدت مستوى قمة المؤتمر

في كولمبو عام 1976 ، وبعد عامين أقرتها اليونسكو ، ثم اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة ، وفي المدة نفسها أي في سبعينات القرن الماضي بدأت اليونسكو بدعم فكرة النظام الاقتصادي العالمي الجديد والذي يرمي إلى إعادة تحديث وبناء مراكز القوى الاقتصادية في العالم على نحو متوازن ، وإحداث تغيير اجتماعي وثقافي دولي يضمن الالتزام بالنظام الإعلامي الجديد . وفي عام 1978 اشتد النزاع بين طرفي الصراع بين دول الشمال ودول الجنوب فقد تبنت اليونسكو دعم النظامين وواجهت رفضاً شديداً من الدول الغربية وتحديث الداعمون لها عن استعمار إعلامي الكتروني بعد انتهاء حقبة الاستعمار الواقعي فيما وجد الغربيون الذين تصدوا لها حجباً لحرية الإعلام<sup>(8)</sup>.

وفي عام 1985 توج هذا الصراع بتشكيل لجنة (ماك برايد) تحت عنوان " عالم واحد وأصوات متعددة " والتي أصدرت توصيات حول هذا العالم، لكن النظام الإعلامي الجديد لم يلاق النجاح نتيجة المقاومة الشديدة للدول الغربية التي كتبت لها النجاح، التي بلغت ذروتها بانسحاب الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا من اليونسكو مما أدى إلى انخفاض ميزانية اليونسكو بشكل كبير، حيث بدأ أهم تطور في تاريخ الانترنت بداية التسعينات بخدمة البحث بواسطة ((www)) world wide web باعتماده النص الفائق hypertext<sup>(9)</sup>.

ومع هذا التطور المتلاحق لشبكة الانترنت برعاية الولايات الأمريكية المتحدة تبين إن الاختلاف والتصارع بين المتنازعين كان يتلخص في تعارض اتجاهين، الأول يرى إن الإعلام يجب إن يكون ضمن معادلة تجارية رأسمالية تتأثر بقوة العرض والطلب بغض النظر عن مسألة التوازن في الخبر والرأي، في حين يرى الاتجاه الآخر إن الإعلام يجب إن يعتمد على الدعم العام ويخضع للمسؤولية والسيطرة الحكومية<sup>(10)</sup>.

وهنا تظهر وتكمن أهمية وجود إعلام جديد مستقل عن المسيطر، ليس الغربي فحسب وإنما المحلي أيضاً، أي إن يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التي يهيمن عليها النظام السياسي والاقتصادي، ويعكس اهتمامات الأفراد واحتياجاتهم، فضلاً عن الجماعات الصغيرة المهشمة<sup>(11)</sup>.  
ويجد الباحث من خلال اطلاعه على الجدال الدائر حول بناء فكرة نظام إعلامي جديد عالمي في نقل الإخبار أو المعلومة ان هذه الفكرة لم تظهر إلا بعد التطور التكنولوجي وظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

وبعد عام 1990 استخدم مصطلح الإعلام الجديد بشكل أوسع إذ أطلق على التكنولوجيا الرقمية المستحدثة Digital Technologies، وباتت هذه التكنولوجيا تمثل علامة فارقة بين الإعلام التقليدي والجديد، ومع استمرار التطور التكنولوجي وبروز ظاهرة تفجر المعلومات تعزز هذا المفهوم<sup>(12)</sup>.

وفي عام 1994 بدأ الاستخدام الشخصي للإنترنت بشكل أوسع، حيث وصل عدد المراكز المرتبطة بالشبكة إلى ثلاثة ملايين مركز وأصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الانترنت. ويعد عام 1995 انفجاراً الشبكة العنكبوتية الدولية، حيث توسعت وفرضت نفسها كأداة

إعلام واتصال وبخاصة مع ظهور الصحف الالكترونية، إذ أصبحت هذه الشبكة تعد من أدوات الاتصال الجماهيري، وقد تمثل الإعلام الجديد بالمدونات والمنتديات، وشبكات التواصل الاجتماعي، وغير ذلك من الوسائل المتاحة لإفراد المجتمع كله<sup>(13)</sup>.

وفي ظل كثرة المناقشات والمطالبات بوجود نظام إعلامي جديد وظهور النقلة النوعية في التطور التكنولوجي (الانترنت) ظهر الإعلام الجديد والذي لا بد من التطرق إلى مفهومه، حيث ظهر الإعلام الجديد من خلال التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبلث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، إضافة إلى انه يمثل سلطة مهمة لما يتمتع به من تأثيرات إعلامية وسياسية وثقافية وقدرة في التأثير على المتلقي، فضلاً عن ما يبث من معلومات وحقائق وما تشكله تلك الحقائق بالنسبة للمستخدمين وتعددت تسميات الإعلام الجديد الذي تولد من خلال التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والانترنت<sup>(14)</sup>.

وشهدت وسائل الاتصال والإعلام بشكل عام شهدت تطورات عديدة ومتلاحقة في تقنياتها وخبرات وإمكانيات العاملين فيها وصولاً إلى ثورة المعلومات والانترنت والإعلام الالكتروني، وقد مثل الإعلام الجديد مصطلح حديث وجد خلال الثورة التكنولوجية من خلال الصورة التكنولوجية وعمل في بيئة عالمية جديدة تتمتع بقوة تدفق المعلومات وسرعة وصولها<sup>(15)</sup>. وبالرغم من انطلاق العديد من المميزات للإعلام الجديد إلا انه عانى العديد من المشكلات والسلبيات لاسيما فيما يتعلق بزيغ المعلومات ونشر الصور الممنوعة والفاضحة والتلاعب بالبيانات والمعلومات وانتهاك الخصوصية<sup>(16)</sup>.

وألفت التطورات الراهنة في تكنولوجيات المعلومات والاتصال بكل سماتها وخصائصها وتطبيقاتها وآفاقها الإعلامية والمجالات الجديدة للتعبير التي فتحتها إمام المؤسسات الإعلامية التقليدية، وكذلك إمام المواطن فجاء الإعلام الجديد الكترونياً، رقمياً، شبكياً، شخصياً، اجتماعياً، مستعيناً بالحاسبات الالكترونية والانترنت متعدد الوسائط وتفاعلياً، جوالاً، اجتماعياً، وافترضياً، وبدلاً لأشكال إعلامية سابقة وللوسائط التقليدية بالنسبة للمواطن العادي<sup>(17)</sup>.

وقد ظهر شكل جديد للإعلام في ظل وجود الانترنت والذي تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الالكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة، حيث الإعلام اليوم لم يعد كتاباً ولا مكتبة ولا صحيفة ولا مجلة فقط، وإنما شاشة ضوئية رقمية أو تماثلية بإحجام ومساحات منها الكبيرة ومنها الصغيرة جداً الزهيدة الثمن والسهولة النقل والتحريك كالهاتف الجوال وتنقيته بالتصوير وإرسال الصورة والكلمة والصوت، وهي تخضع بدورها للتطور اليومي المتسارع، حيث إن الإعلام الجديد ظهرت له عدة مفاهيم ظهر وجودها في عالم الإعلام منها انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى يد الجمهور وظهور إشكال إعلامية جديدة مثل البرامج الحوارية ونمط الإخبار الحية المباشرة وانتقال الأفراد إلى عملية صنع المنتجات الإعلامية وبثها<sup>(18)</sup>.

لهذا فان الترجمة الحرفية لمفهوم وسائل الإعلام الجديد جاءت من اللغة الإنكليزية New Media، فكلمة Media تقابلها باللغة العربية (وسائل الإعلام)، وعلى وفق ذلك فإن عبارة Media New تعني وسائل الإعلام الجديد، حيث ان مصطلح ظهر الإعلام الجديد New Media يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبتث او ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت الوسائل التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وذلك بفضل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج المضامين الإعلامية وتوزيعها<sup>(19)</sup>.

وقد تباينت تعريفات الإعلام الجديد على وفق رؤية الباحثين في تحديد هوية المصطلح وقدمت له تعريفات متعددة تنسجم مع رؤيتهم وفهمهم له فضلاً عن البيئة التي ينتمون إليها، ونذكر منها تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة والذي عرف بشكل مختصر ويصفه بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"<sup>(20)</sup>.

ويعرفه ليستر باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو<sup>(21)</sup>.

ويشير مفهوم الإعلام الجديد أيضاً بأنه " الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بأسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع "<sup>(22)</sup>.

وعرف الإعلام الجديد وفقاً للدراسات العربية من قبل مجموعة من الباحثين بأنه " مصطلح يضم تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية كافة التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده عبر الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين أينما كانوا "<sup>(23)</sup>. كما وضعت كلية شريدان التكنولوجية تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويوجد حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم عن طريقها الوصول إلى خدماته ، فهو على اندماج النص ، والصورة ، والصوت ، والفيديو ، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض ، إما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه ، وهي أهم سماته "<sup>(24)</sup>.

كما ويشير احد أساتذة الإعلام المتخصصين بأن الإعلام الجديد يشير إلى " مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف إشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة بالإنترنت أو غير المتصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي، كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول ومواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت مثل (فيس بوك)<sup>(25)</sup>.



ويعرف قاموس الانترنت الموجز: أجهزة الإعلام الرقمية عموماً او صناعة الصحافة على الانترنت وفي أحيان أخرى يتضمن التعريف إشارة إلى أجهزة الإعلام القديمة لوصف نظم إعلام تقليدية أفادت من تطور التكنولوجيا والانترنت مثل التلفزيون والإذاعة والسينما<sup>(26)</sup>.

وقد عرف الإعلام الجديد بشكل آخر عن طريق الدور الذي يقوم به، فهو إعلام يمثل البديل للجمهور عن الوسائل الإعلامية التقليدية أي انه إعلام يمارس عن طريق النقد ويولد أفكاراً وطرقاً جديدة للتنظيم، والتعاون، والتدريب، بين أفراد المجتمع فضلاً عن كونه إعلام يتناول ويشارك الموضوعات الحساسة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والتوترات بين السيطرة والحرية وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، فضلاً عن ما ركزت فيها التعريفات السابقة للإعلام الجديد هناك أمور أخرى يمكن ذكرها هي<sup>(27)</sup>:

1- انه شكل من أشكال الاتصال الرقمي الذي يشمل النشر الالكتروني والتلفزيون الرقمي والانترنت، والذي يعتمد على الكمبيوتر بشكل كبير.

2- هو المصطلح الذي يجمع المعلومات وعمليات الاتصال التي تتم عبر وسائط رقمية محسوبة شبكية.

3- هو مصطلح عام يشمل عملية توصيل الرسائل النصية والمرئية عبر نظم رقمية.

4- تقنية اتصالية تتفوق في إمكاناتها على التقنيات الاتصالية الأخرى من حيث إمكانات الوصول والمعالجة والتواصل الاجتماعي.

5- هي الوسائط الالكترونية التفاعلية التي تنشر في الانترنت.

6- مصطلح يشير إلى نمط مختلف من أنماط الاتصال الالكتروني الذي يعتمد على الكمبيوتر في الوصول إلى محتوياته.

**مميزات الإعلام الالكتروني الجديد على الإعلام التقليدي يمكن إجمال بعضها فيما يأتي<sup>(28)</sup>:**

1- إن الإعلام الالكتروني يعطي القارئ فرصة اطلاع اكبر من الناحية الكمية ، ففي جلسة واحدة يستطيع القارئ إن يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أرجاء العالم ودون تكلفة مادية تذكر ، وهو أمر غير ممكن عملياً من حيث الوقت ومن حيث الكلفة في التعامل مع الإعلام التقليدي .

2- أنه يعطي القارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من دون إن يظل أسيراً لرؤية مخصوصة ولا تخفي قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية.

3- إنه يمكن من القراءة المتخصصة، فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاً عن موضوع معين أو انتظار برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية ، بل أصبح الانترنت بوسائل الكتاب في مادته يمكنك من الاطلاع على الموضوع الذي تريده في الوقت الذي تريده .

4- أنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي ويتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة فهذه تحددها حدود المكان فلا يتجاوز بعضها مساحة معينة من البسيطة كما لا يستطيع الجميع الوصول إليها لأنها غير مجانية بخلاف الانترنت فلا تحده حدود المكان وهو مجاني أو شبه مجاني في العادة.

ومن خلال الانتشار والاستخدام للإعلام الجديد في ظل التطورات التكنولوجية امتاز الإعلام الجديد بعدة تسميات وذلك لاختلاف رؤى الباحثين بشأن نوع هذا الإعلام فضلاً عن تمثيله مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات، وإن وسائله الحديثة تنمو بسرعة ويزداد استخدامها يوماً بعد يوم، لذلك لم يتفق الباحثون بشأن وضع تسمية محددة للإعلام الجديد، وإنما وضعوا له عدة تسميات مرادفة ناتجة عن فهم كل منهم لهذا النوع من الإعلام<sup>(29)</sup>.

**ومن هذه التسميات يمكننا ان نذكر ما يأتي:**

**1 . الإعلام الرقمي:** "وصف لبعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرها، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الحاسب الالكتروني أي الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص وغيرها"<sup>(30)</sup>.

**2 . الإعلام التفاعلي:** "هو عملية الدمج الآني المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمرسل إليه، وتكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، بغرض توصيل الفكرة ولاقتناع بها ويشمل الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو الكترونية تتيح للجمهور إن يشارك برأيه"<sup>(31)</sup>.

**3 . الإعلام الالكتروني:** " هو الإعلام الحر المفتوح ذو اتجاهين، تخطى حدود دول العالم باعتماده على التكنولوجيا الحديثة، ويعمل على إنتاج المحتوى الرقمي، بحيث يشمل المعلومة والصوت والصورة، ويمتاز بالتفاعلية والتنوع وشمول المحتوى، ويقوم بتوسيع دائرة التنافس الإعلامي من خلال ما يتمتع به من حرية وسهولة، والنفاذ إلى المعلومة ويمثل الانترنت أبرز أدواته"<sup>(32)</sup>.

**4 . الإعلام الشبكي:** " هو العمليات التي تتم على مواقع محددة التعري على الشبكات، لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، على وفق آليات وأدوات معينة تساعد المستخدم في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجوال والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات المستخدم واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع " <sup>(33)</sup>.

**5 . إعلام الوسائط التشعبية:** " هو الإعلام الذي يمتاز بطبيعته المتشبكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، ونحن معنيون هنا بمميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت الميزة التشعبية والوصلات لما ينشر أو يبث داخلها"<sup>(34)</sup>.



6. **إعلام المعلومات:** " هو الإعلام الذي يدل على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات ويندمج فيها "(35).

7. **إعلام مجتمعي:** " هو المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية، والذي ساعد في انتشاره كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية وأجهزة الهواتف النقالة "(36).

8. **إعلام الوسائط المتعددة:** " وتعني حالة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد بين النص والصوت والصورة، ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي ويمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات ثم عرضها بطريقة تفاعلية "(37).

9. **صحافة المواطن:** " هي الصحافة الجديدة والمعاصرة التي أصبح فيها المواطن شريكاً في صناعة الرسالة الإعلامية، وأصبح قادراً على إن يصوغ رسالته الإعلامية الخاصة به والتي يستطيعان إن يوصلها إلى الأشخاص في جميع أنحاء العالم بأسرع وقت واقل تكلفة "(38).

10. **إعلام نمط الحياة:** وهو نمط جديد من الأنماط الإعلامية المتمثلة في إعلام نمط الحياة أو لتشير به إلى موجة جديدة من أنماط إعلام تعبر عن الخبرة الإعلامية الشخصية ضمن سياق اجتماعي حيث أشار نادي دبي للصحافة لعام 2006 إلى إن المستخدمين الإعلاميين النافذين الذين يتفاعلون مع الشبكات الاجتماعية يطلبون منتجات إعلامية تسمح لهم بزيادة القيمة المستفادة من المحتوى الإعلامي المتنوع ضمن وقت الفراغ المحدود المتاح لديهم "(39).

فكل هذه التسميات للإعلام الجديد على الرغم من تعددها إلا أنها تشير إلى نوع من الإعلام ظهر بعد التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال وبعد الاندماج بين تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات والانترنت، فضلاً عن ارتباطه من جهة أخرى بالثورة في مجال الويب ضمن الجيل الأول الذي كان يركز في نشر المعلومات بصورة رئيسة إلى الجيل الثاني الذي يعتمد على مشاركة الجمهور في المواد الإعلامية كافة "(40).

ويرى الباحث من كل ما ذكر من تسميات للإعلام الجديد إلا أنها تصب في مجال واحد هو الإعلام الجديد عبر شبكة الانترنت وهي الوعاء الكبير لمجموعة من التطبيقات والوسائل التي قدمت الكثير لمستخدميها وتميزت عن وسائل الإعلام التقليدية بأهم ميزتين من وجهة نظر الباحث وهي حرية الرأي والتعبير فضلاً عن ميزة التفاعلية والتي سمحت للمتلقي بأن يتحول من دور المتلقي السلبي إلى دور فاعل ونشط في التعليق والحوار وتبادل الآراء ويعتبر الإعلام الجديد مكمل للإعلام التقليدي.

وللإعلام الجديد أنواع تميزه عن الإعلام القديم ويتميز في حالتان هي الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والصوت، فضلاً عن استعمال الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما

التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته فعلى ذلك يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية وهي<sup>(41)</sup>:

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
- 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضاً ينمو بسرعة وتتشأ فيه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- 3- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة قبل الاسطوانات الضوئية وما يبتثها ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها.

**وهناك خصائص يمتاز بها الإعلام الجديد ميزته عن الإعلام القديم وهي كما يأتي:**

- 1 . **التفاعلية:** وتعتبر من أهم السمات التي تميزت فيها شبكة الانترنت عن الوسائل التقليدية الأخرى، حيث تتيح للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع وكذلك المشاركة في منديات الحوار بين المستخدمين والمحادثه حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية<sup>(42)</sup>.
- وتمثلت محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال الجديدة في تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المتلقي مع العناصر الاتصالية وتأثيرها فيه بالدرجة الأولى وشبكات التواصل الاجتماعي هي مظهر مهم من مظاهر الإعلام الجديد والتي يعتمد على محتواها من قبل المستخدمين<sup>(43)</sup>.
- 2 . **تعدد الوسائط:** يقصد بالوسائط وهي الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والفيديو التي تجتمع جميعها على الشبكة العنكبوتية، إذ انتشر مصطلح الوسائط المتعددة مع بزوغ ثورة الاتصال التي أحدثها الإعلام الجديد، فضلاً إن الإعلام الجديد مكن الجمهور من نشر ومشاركة وتبادل الوسائط (الصوت والصورة ومقاطع الفيديو) مع بعضها<sup>(44)</sup>.
- 3 . **الحرية الواسعة:** هي خاصية هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها فالشبكة النسيجية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت إن يصبح ناشراً وإن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، حيث جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية<sup>(45)</sup>.
- 4 . **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد عاجلاً أو أجلاً، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

5. **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وتحويل رسالة صوتية إلى رسالة صورية وهكذا بالإضافة إلى إمكانية ترجمة النصوص أيضاً من لغة إلى أخرى.
  6. **المرونة:** إذ يمكن نقل الوسائل الإعلام الجديد بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسوب الشخصي، والهاتف المحمول وغير ذلك (46).
  7. **التخزين والحفظ:** تتيح وسائل الإعلام الجديد للمتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها متى يشاء.
  8. **قلة التكلفة:** وهي خاصية مهمة ترفع عن كاهل المستخدم وتجذبه وتجعله يستخدم الإعلام الجديد للوصول إلى مبتغاه متى يشاء.
  9. **سرعة الاستجابة:** وتتميز بها الإعلام الجديد بالسرعة ولاسيما بعملية التبادل الإعلامي بين المرسل والمستقبل والسرعة في وصول الإخبار أو الآراء أو المعلومات المتنوعة عن الإحداث والقضايا بحيث لا يتطلب ذلك انتظاراً لوقت معين (47).
  10. **التحديث المستمر:** أصبحت ميزة التحديث المستمر لأدوات الإعلام الجديدة هي ميزة مهمة للمضامين كافة التي تنشرها لاسيما إن الجمهور الذي يقوم بالنشر فيها عادة ما يتولى عملية التحديث لمضامين الإحداث أو القضايا التي تناولها فقد يضيف عليها إحداثاً جديدة أو يصحح معلومات سابقة على وفق المستجدات الآنية (48).
  11. **الكونية:** ويقصد بها البيئة العالمية التي أصبحت تتمتع بها تكنولوجيا المعلومات عن طريق تبادلها ونقلها والحصول عليها عبر الحدود الدولية في أي مكان في العالم (49).
  12. **المشاركة النشطة للمستهلك:** وفقاً (لهنري جنكيز) فإن المشاركة النشطة للمستهلكين مع وسائل الإعلام ضرورية حتى يوجد التقارب، ويؤكد جنكيز إن توزيع المحتوى الإعلامي عبر مختلف وسائل الإعلام وتنافس اقتصاديات الإعلام والحدود الوطنية يعتمد على المشاركة النشطة للمستهلكين (50).
  13. **قابلية التحرك أو الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في إثاء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة (51).
  14. **الاستغراق في عملية الاتصال:** من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها كذلك تطور برنامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي (52).
- ومن كل هذه التسميات والمميزات والخصائص التي يمتلكها الإعلام الجديد نجمت تغييرات جوهرية في دوره حيث جعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع، فهو اليوم محور اقتصاد

الكبار وشرط أساسي لتنمية الصغار ، لقد ساد الإعلام ووسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة حتى جاز البعض إن يطلق عليها ثقافة الميديا ، وثقافة التكنولوجيا ، وثقافة الوسائط المتعددة<sup>(53)</sup>.

### عوامل ظهور الإعلام الجديد

هناك عوامل وراء بروز ظاهرة الإعلام الجديد وهي عوامل تقنية واقتصادية وسياسية واجتماعية يمكن إن نجلها فيما يأتي:

**1- العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر والاتصالات، والأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة وأفرزت شبكة (الانترنت) لكي تصبح وسيطا يضم بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية مما انعكس على جميع وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس ذلك على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعوها ومتلقيها<sup>(54)</sup>.

**2- العامل الاقتصادي:** يعتبر عام مهم ورئيسي في ظهور الإعلام الجديد والمتمثلة في المصالح الاقتصادية المختلفة بين دول العالم وعولمة الاقتصاد وانفتاح الأسواق العالمية التي تتطلب الإسراع في حركة السلع و الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات وتداول الإعلانات للسلع والخدمات بين المستهلكين، ولأن المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها لذا تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم، بمعنى إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى والالعاب وبرامج تلفزيونية<sup>(55)</sup> ، فأن عولمة الأسواق ورغبة الشركات في توزيع بضائعها خارج بلدانها، أدى إلى الانفتاح الإعلامي الدولي وذلك عن طريق دخول وسائل الاتصال والإعلام والتقنيات الحديثة كافة لأغلب بلدان العالم، فلم تصبح هذه التقنيات حكراً على دولة دون أخرى أو لفئة معينة دون سواها، وهذا له الأثر الكبير في دخول وسائل الإعلام الجديد وشيوعها<sup>(56)</sup>.

**3- العامل السياسي :** تعتبر السياسة الشغل الشاغل للكثير من الفلاسفة والمؤرخين والمهتمين بها ونظرتهم إلى كيفية سريان الأنظمة والمبادئ تحت سلطة الدولة، وقدرتها على تحقيق مقومات المساواة في المجالات كافة ومنها الإعلامية في ظل قوة السلطة التي تملكها<sup>(57)</sup>، ومع عالم متغير بأحداثه اليومية نجد التغيير يحدث في السياسات الدولية ومحاوله القوى السياسية إحكام سيطرتها على وسائل الإعلام ، لكن وجود الإعلام الجديد وأسباب انتشاره ومنها مجال الحرية التي يوفرها للجمهور في نشر ومناقشة الموضوعات كافة ومنها السياسية وإمكانية إيصال أصواتهم لبلدان العالم جميعها دفع الجماهير إلى زيادة الاهتمام بتلك الوسائل الجديدة<sup>(58)</sup> ، وبدء الجمهور بالتمرد على التبعية والهيمنة التي تمارسها وسائل

الإعلام التقليدية معتمدة على أنها صاحبة الحق الأصل في تقديم المعلومات وتسويق المعرفة والخدمات والمنتجات إلى أفراد هذا الجمهور وفئاته<sup>(59)</sup>.

**4- العامل الاجتماعي :** أدى تغيير ثقافات الدول وعاداتهم وتقاليدهم والاهتمام بالقضايا الاجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الجديد للحصول على الأخبار والمعلومات سواء أكانت محلية أم عالمية، مثل: مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة لاسيما وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة، فضلاً عن رغبة الجمهور في التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات صداقة مع أشخاص لا يمكنهم الالتقاء بهم لولا توافر وسائل الاتصال الجديدة<sup>(60)</sup>.

- (1) د. علي عبد الهادي الكرخي : الإعلام الجديد في القنوات التلفزيونية ، عمان ، دار امجد للنشر والتوزيع ، 2017 ، ص 9 .
- (2) د.عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2008 ، ص 15 .
- (3) أ. د . عبد الرزاق محمد الدليمي : الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، عمان ، دار وائل للنشر والتوزيع ، 2011 ، ص 50 .
- (4) سعود بن محارب المحارب : مرجع سابق ، ص 86 .
- (5) ا . عبيد الرحباني : مرجع سابق ، ص 134 .
- (6) حسنين شفيق : سيكولوجية الإعلام الجديد - ماذا فعلت الانترنت والشبكات الاجتماعية في الناس ، القاهرة ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، 2013 ، ص 3 .
- (7) عدلي رضا : أخلاقيات الإعلام في عصر العولمة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مركز بحوث الرأي العام ، القاهرة ، العدد (2) لسنة 2009 ، ص 60 .
- (8) د . اميمة احمد رمضان : العمل الصحفي في عصر الإعلام الجديد ، عمان ، دار امجد للنشر والتوزيع ، 2017 ، ص 20 .
- (9) صلاح عبد الحميد : الإعلام والثورات العربية ، القاهرة ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2013 ، ص 6160 .
- (10) سعود صالح كاتب : الإعلام الجديد وقضايا المجتمع — التحديات والفرص، ورقة مقدمة الى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جدة 13 . 15 ديسمبر 2011 ، ص 5 .
- (11) عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، مرجع سابق ، ص 33 .
- (12) ياس خضير البياتي : الإعلام الجديد — رؤية مستقبلية للمشهد العربي القادم، المؤتمر العالمي الدولي الثامن عشر ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، ج 2 ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2012 ، ص 793 .
- (13) مهند عبد حميد التميمي : مرجع سابق ، ص 43 . 44 .
- (14) ا. د . محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص 63 .
- (15) د. حسنين شفيق : الإعلام التفاعلي ، القاهرة ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 7 .
- (16) ا . عبيد الرحباني : مرجع سابق ، ص 39 .
- (17) محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2007 ، ص 141 .
- (18) عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة ، بحث منشور في مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، العدد 207 ، 2007 ، ص 169 .
- (19) د. رضا أمين : الإعلام الجديد ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2015 ، ص 37 .
- (20) محمد الهادي الدروهي : الوسائط المتعددة من التقليدي إلى الإلكتروني ، طرابلس ، بحث منشور في مجلة الجامعة المغاربية التابعة لاتحاد المغرب العربي ، العدد 8 ، السنة الرابعة ، 2009 ، ص 73 .
- (21) أ.د.مي عبدالله : المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ، بيروت ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، 2014 ، ص 47 .
- (22) د . محمود خضر : مرجع سابق ، ص 48 .
- (23) سميرة شيخاني : الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 1-2 ، 2010 ، ص 444 .
- (24) انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك : الإعلام الجديد : تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة ، 2011 ، ص 13-14 .
- (25) سعد بن عبيد السبيعي : الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية — دراسة تطبيقية على بعض النخب السعودية في مدينة الرياض ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى كلية الدراسات العليا بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، قسم العلوم الشرطية عام 2013 ، ص 14 .
- (26) آرثر لوبيا وتاشا فيلبوت : آراء من داخل الشبكة: تأثير المواقع الالكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشبان، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، دراسات عالمية ، العدد 62، 2007، ص 10 .
- (27) محمد رضا محمد حبيب : معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر — دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة القاهرة ، قسم الصحافة عام 2013 ، ص 79 .
- (28) مهند حميد عبيد : مرجع سابق ، ص 46 .



## **Resources**

- 1-** Ibrahim Abdel-Aziz: Journalism and Modern Media Applications, Cairo, Modern Book House, 2011.
- 2-** Ahmed Shura Abu Zeid: New Media and Campaign Management A study of the presidential campaign of US President Barack Obama, Master Thesis (unpublished) presented to the Faculty of Economics and Political Science, Cairo University, Political Science Department in 2013.
- 3-** Arthur Lobia and Tashavelbott: On-line Views: The Impact of Websites on Political Interests in Young People, Abu Dhabi, Emirates Center for Strategic Studies and Research, Global Studies, No. 62, 2007.
- 4-** Omaima Ahmed Ramadan: Journalism in the New Media Age, Amman, Amjad Publishing House, 2017.
- 5-** Intiasr Ibrahim Abdul Razzaq and Safad Hossam Al Samok: New Media: The Evolution of Performance, Means and Function, Baghdad University, University House for Printing, Publishing and Translation, 2011.
- 6-** Bushra Al-Hamdani: Communication and Information Technology in Printed Newspapers, Iraq, Dar Raed Publishing and Distribution, 2011.
- 7-** Hossam Elhamy and (Others): Research Methods in the New Media, Cairo, Al Wabel Al-Sayeb Production, Publishing and Distribution, 2013.
- 8-** Hassanein Shafiq: Interactive Media, Cairo, Dar Fikr wa Fann for Printing, Publishing and Distribution, 2010.
- 9-** Hassanein Shafiq: New Media Alternative New Technologies in the Post-Interactive Age, Cairo, Dar Fikr wa Fann for Printing, Publishing and Distribution, 2011.
- 10-** Hassanein Shafiq: The Psychology of New Media (What the Internet and Social Networks Did in People), Cairo, Dar Fikr wa Fann for Printing, Publishing and Distribution, 2013.
- 11-** Hassanein Shafiq: New Media Psychology, Dar Fikr wa Fann for Printing, Publishing and Distribution, Damascus, 2013.
- 12-** Hussein Mahmoud Htimi: the employment of public relations for social networks, a master thesis (unpublished) submitted to the Faculty of Information at the University of Baghdad in 2013.
- 13-** Rasim Mohamed El-Gammal: Communication and International Media (Control and Control), 2nd Floor, Cairo, Egyptian Lebanese House, 2009.
- 14-** Reda Amin: New Media, Cairo, Dar El Fagr for Publishing and Distribution, 2015.
- 15-** Saad Bin Obaid Al-Subaie: New Media and its Role in Strengthening National Security in Saudi Arabia: An Empirical Study on Some Saudi Elites in Riyadh, Ph.D. Thesis (Unpublished) presented to the College of Graduate Studies, Naif Arab University for Security Sciences, Police Sciences Department, 2013 .
- 16-** Saud Bin Muhareb Al Muhareb: New Media in Saudi Arabia, Beirut, Jadawel for Printing and Publishing, 2001.
- 17-** Saud Saleh Writer: New Media and Society Issues (Challenges and Opportunities), paper presented to the Second World Conference on Islamic Media, Jeddah, 13-15 December 2011.
- 18-** Samira Shaikhani: New Media in the Information Age, Damascus University Journal, Volume 26, Issue 1-2, 2010.
- 19-** Mr. Bakheet: The Internet as a New Media, Dubai, University Book House, 2004.
- 20-** Salah Abdel Hamid: Media and Arab Revolutions, Cairo, Thebes Foundation for Publishing and Distribution, 2013.
- 21-** Abbas Mustafa Sadeq: New Media Concepts, Means and Applications, Amman, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, 2008.
- 22-** Abbas Mustafa Sadeq: New Media: A Study in its Technological Transformations and its General Characteristics, Research published in the Journal of the Arab Open Academy in Denmark, No. 207, 2007.
- 23-** Abdul Razzaq Mohammed Al-Dulaimi: New Media and Electronic Journalism, Amman, Wael Publishing and Distribution, 2011.

- 24-** Abdullah al-Zayn al-Haidari: New Media: Regime and Chaos, Arab Journal for Media and Communication, Saudi Society for Information and Communication, No. 6, November, 2010.
- 25-** Abdel Mohsen Hamed Ahmed Aqeela: The impact of the use of some satellite channels for the new media on the news service, a doctoral dissertation (unpublished) submitted to the Faculty of Information, Cairo University, Department of Public Relations and Advertising in 2009.
- 26-** Abeer Rahbani: Digital Media (Electronic), Amman, Dar Osama for Publishing and Distribution, 2012.
- 27-** Adly Reda: Media Ethics in the Era of Globalization, Egyptian Journal of Public Opinion Research, Public Opinion Research Center, Cairo, No. 2, 2009.
- 28-** Ali Khalil Shakra: New Media, Social Media, Amman, Osama Dar for Publishing and Distribution, 2014.
- 29-** 28.Ali Abdul Hadi Al-Karkhi: New Media in TV Channels, Amman, Amjad Publishing House, 2017.
- 30-** Ghalib Kadhim Jiyad: Reliance on New Media and its Role in Shaping Public Opinion on Crises in Iraq, Ph.D. Thesis (unpublished) submitted to the College of Information at Baghdad University in 2016.
- 31-** Faisal Abu Eishah: Electronic Media, Amman, Osama Dar for Publishing and Distribution, 2010.
- 32-** Magda Abdel Fattah El-Helbawy: Electronic Media and its Role in International Media, Alexandria, Al-Wafaa Legal Library, 2014.
- 33-** Mohamed Hedi Derhoubi: Multimedia from Traditional to Electronic, Tripoli, research published in the Journal of the Maghreb University of the Arab Maghreb Union, No. 8, fourth year, 2009.
- 34-** Mohamed Reda Mohamed Habib: Addressing Traditional and New Media for Corruption Issues in Egypt: A Study of Content, Communication and Public, Ph.D. Thesis (unpublished) presented to the Faculty of Information, Cairo University, Department of Journalism in 2013.
- 35-** Mohamed Sayed Rayan: New Media, Cairo, Al-Ahram Center for Publishing, Translation and Distribution, 2012.
- 36-** Mohamed Abdel Hamid: Communication and Media on the Internet, Cairo, Books World, 2007.
- 37-** Mahmoud Khader: Information, Information and the Internet, Amman, Al-Kindi Publishing and Distribution, 2014.
- 38-** Mahmoud Alam El-Din: New Digital Media Environment and Means, Cairo, Al-Sahab for Publishing and Distribution, 2014.
- 39-** Mai Al-Abdullah: Dictionary in Modern Concepts of Media and Communication, Arab Project for Standardization of Terminology, Beirut, Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Publishing and Distribution, 2014.
- 40-** Yas Khudair Al-Bayati: New Media (A Future Vision for the Next Arab Scene), 18th International Conference, Media and Modern State Building, Vol. 2, Cairo University, Faculty of Mass Communication, 2012.
- 41-** Yousef Al-Farraj: Lectures in Interactive Media - Lecture 6, Lectures given to graduate students in the Department of Media, Faculty of Arts, University.

## المصادر

- 1- إبراهيم عبد العزيز: الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011.
- 2- احمد الشورى ابو زيد: الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية، دراسة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك اوباما ، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة ، قسم العلوم السياسية عام 2013.
- 3- آرثر لوبيا وتاشافيلوت : آراء من داخل الشبكة: تأثير المواقع الالكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشبان، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، دراسات عالمية ، العدد 62، 2007.
- 4- اميمة احمد رمضان :العمل الصحفي في عصر الإعلام الجديد ، عمان ، دار امجد للنشر والتوزيع ، 2017 .
- 5- انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك : الإعلام الجديد : تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة ، 2011.
- 6- بشرى الحمداني: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الصحف المطبوعة ، العراق ، دار رائد للنشر والتوزيع ، 2011.
- 7- حسام الهامي و ( آخرون ) : مناهج البحث في الإعلام الجديد ، القاهرة ، شركة الابل الصيب للإنتاج والنشر والتوزيع، 2013.
- 8- حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- 9- حسنين شفيق: الإعلام الجديد البديل لتكنولوجيات . جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.
- 10- حسنين شفيق: سيكولوجية الإعلام الجديد (ماذا فعلت الانترنت والشبكات الاجتماعية في الناس)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2013.
- 11- حسنين شفيق: علم نفس الإعلام الجديد، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2013.
- 12- حسين محمود هتمي: توظيف العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت الى كلية الاعلام بجامعة بغداد عام 2013.
- 13- راسم محمد جمال: الاتصال والإعلام الدولي (الضبط والسيطرة) ، ط 2 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2009.
- 14- رضا أمين: الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
- 15- سعد بن عبيد السبيعي: الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية . دراسة تطبيقية على بعض النخب السعودية في مدينة الرياض، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى كلية الدراسات العليا بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، قسم العلوم الشرطية عام 2013.
- 16- سعود بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، بيروت ، جداول للطبع والنشر، 2001 .
- 17- سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص)، ورقة مقدمة الى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة 13. 15 ديسمبر 2011.
- 18- سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1-2، 2010.
- 19- السيد بخيت: الانترنت وسيلة اتصال جديدة، دبي، دار الكتاب الجامعي، 2004.
- 20- صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية ، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013 .
- 21- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.
- 22- عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، بحث منشور في مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، العدد 207 ، 2007.
- 23- عبد الرزاق محمد الدليمي : الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، عمان ، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- 24- عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 6، تشرين الثاني، 2010.

- 25- عبد المحسن حامد احمد عقيلة : تأثير استخدام بعض القنوات الفضائية لوسائل الإعلام الجديد على الخدمة الإخبارية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان عام 2009.
- 26- عبير الرحباني: الاعلام الرقمي ( الالكترونى ) ، عمان ، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2012.
- 27- عدلي رضا: أخلاقيات الإعلام في عصر العولمة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، العدد 2، 2009.
- 28- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2014.
- 29- علي عبد الهادي الكرخي : الإعلام الجديد في القنوات التلفزيونية، عمان، دار امجد للنشر والتوزيع ، 2017.
- 30- غالب كاظم جياذ: الاعتماد على الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات في العراق، أطروحة دكتوراه ( غير منشورة ) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2016.
- 31- فيصل أبو عيشة : الإعلام الالكتروني، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2010.
- 32- ماجدة عبد الفتاح الهلباوي : الإعلام الالكتروني ودوره في الإعلام الدولي ، الإسكندرية ، مكتبة الوفاء القانونية ، 2014.
- 33- محمد الهادي الدرهوبي : الوسائط المتعددة من التقليدي إلى الالكتروني ، طرابلس ، بحث منشور في مجلة الجامعة المغاربية التابعة لاتحاد المغرب العربي ، العدد 8 ، السنة الرابعة ، 2009.
- 34- محمد رضا محمد حبيب : معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر . دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة القاهرة ، قسم الصحافة عام 2013.
- 35- محمد سيد ريان : الإعلام الجديد ، القاهرة ، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع ، 2012.
- 36- محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2007.
- 37- محمود خضر : الإعلام والمعلومات والانترنت ، عمان ، دار الكندي للنشر والتوزيع ، 2014.
- 38- محمود علم الدين : الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل ، القاهرة ، السحاب للنشر والتوزيع ، 2014.
- 39- مي العبدالله : المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ، بيروت ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، 2014.
- 40- ياس خضير البياتي : الإعلام الجديد ( رؤية مستقبلية للمشهد العربي القادم ) ، المؤتمر العالمي الدولي الثامن عشر ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، ج 2 ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2012.
- 41- يوسف الفراجي : محاضرات في الإعلام النقاعي . المحاضرة السادسة ، محاضرات أقيمت على طلبة الدراسات العليا في قسم الإعلام بكلية الآداب ، جامعة.