

## بين "سوشيال ميديا" وبين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي

- استقراء الفروق والرهانات -

Between Social media, electronic media and traditional media

- Extrapolation of differences and bets -

د. عبد الكريم تفرقنت\*<sup>1</sup>

TAFERGUENIT Abdelkarim\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3، (الجزائر) taferkarim@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/06/18

تاريخ القبول: 2022/04/02

تاريخ الإرسال: 2021/09/01

### Abstract

This paper explains the differences between "Social Media», electronic media and traditional media. This study main conclusion is that «Social Media" and electronic media are fully related to internet and are characterized by instant interaction. "Social Media" concept is unique; its content is made by "amateurs", users share their daily lives, desires, concerns and even rumors

Social and traditional media are not that different, both of them show professionalism, they are also subjects to laws and moral obligations.

**Keywords:** Social media, Electronic media, Traditional media, Fake news, Social responsibility

### ملخص

تهدف الورقة إلى البحث عن الفروق بين "سوشيال ميديا" وبين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي . ومن نتائجها أن "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني يتجسدان في الأنترنت بالتفاعلية، وينفرد "سوشيال ميديا" كون مضمونه لا يخضع للرقابة، وهو من صنع "هواة" ينقلون رغباتهم وإنشغالاتهم، وحتى إشاعاتهم . أما الإعلام الإلكتروني والتقليدي، فيختلفان في الوسيلة (وهي الأنترنت) وينفقان في احترافيتهما وخضوعهما للرقابة، وفي احترامهما للقوانين والأخلاقيات.

**الكلمات المفتاحية :** "سوشيال ميديا"- الإعلام الإلكتروني- الإعلام التقليدي- الأخبار الملققة - المسؤولية الاجتماعية.

\* المؤلف المرسل

## 1. مقدمة

الإعلام هو الإخبار بمعلومات صحيحة وحقيقية. يتوخى أن يتميز بالمصداقية والحرفية. هو مهنة قائمة بذاتها يمارسها الصحفيون والإعلاميون، ويخضع لمعايير مهنية وأخلاقية وتنظيمية؛ حيث تحكمه قواعد العمل، ويتم تسييره بهيئات تنظيمية وقوانين، وتشرف عليه مجالس أخلاقيات.

في وقتنا الحالي، ورغم الحاجة للإعلام التقليدي، إلا أنه يتم الإشادة والتتويه بنوع آخر وهو "سوشيال ميديا" أو الوسائط الاجتماعية أو ما سمي قبل الآن بـ"الإعلام الجديد". وهو نوع قائم على الأنترنت، ويرتكز على المستخدمين من المواطنين الذين يستعملونه. فيكفي أن تمتلك جهاز كمبيوتر أو هاتفًا ذكيًا وخط أنترنت، كي تتصل وتتواصل مع أي شخص في أي مكان في العالم، لتقيم علاقات صداقة، وتنقل آراءك ومواقفك وأنشغالاتك ورغباتك، بعيدا عن الوصاية والرقابة السياسية والاجتماعية والمؤسسية، التي يمكن أن تمارس على الإعلام التقليدي.

قمنا وسط هذين النوعين، الإعلام التقليدي و"سوشيال ميديا"، بإدراج نوع ثالث، هو الإعلام الإلكتروني، الذي يحمل بعض مميزات النوع الأول، كما يحمل بعض مميزات النوع الثاني. فالإعلام الإلكتروني يتم عن طريق الأنترنت، لكن مضمونه يتم صنعه من قبل صحفيين محترفين مثل الإعلام التقليدي، وهو منظم في مؤسسات وشركات، ويخضع لقواعد مهنية وأخلاقية مثله. فهو لا يقوم على الهواة من المستخدمين، ولا يقرّ بترك القواعد التنظيمية والمبادئ الأخلاقية جانبا، مثل "سوشيال ميديا".

تهدف هذه الورقة إلى بحث الفروق بين كل من "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي. وهو ما يتطلب معرفة طبيعة هذه المجالات الثلاث، والتطرق إلى خصائصها وأنواعها. طرحنا الإشكالية الآتية:

**ما هي الفروق الموجودة بين كل من "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي؟**

تم التطرق إلى أربع نقاط هي:

- تعريفات متعلقة بـ"سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي.

- الفروق الموجودة بين "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني.

- الفروق الموجودة بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي.

- الفروق الموجودة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.

## 2. تعاريف ومصطلحات

1.2 الإعلام (التقليدي): يُظهر مفهوم الإعلام في اللغة العربية بأن "الإعلام اختص بما كان سريعاً<sup>1</sup>. وهو أيضا كلمة "مشتقة من العلم . تقول العرب استعلم الخبر فأعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته . فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر"<sup>2</sup>.

وفي اللغات الأجنبية، خصّ معجم Petit Robert معاني الإعلام Information بثلاثة أقسام<sup>3</sup>، نعتقد أن أقربها وأهمها لدارسي الإعلام هو قسم واحد، يتفرع إلى ثلاث تفرعات هي:

أ- يُتداول في الغالب بمعنى مجموعة من المعلومات حول شخص أو شيء ما . ويحيل المعجم هنا إلى تقاطع معنى كلمة Information مع أحد معاني كلمة Tuyau الذي يدل على السر (أو بلأحرى معلومة يراد إخفاؤها).

ب- وتعني كلمة Information من جهة أخرى، فعل الإخبار بمجموعة من المعلومات . تتم الإحالة هنا إلى مصطلحات مماثلة كالتحقيق، والامتحان، والبحث Examen Investigation Enquête

ج - المعلومة أو الحدث الذي يتم به إخبار فرد أو جماعة ما . وتستعمل هذه الكلمة بصيغة Les informations لتدل على نشرة الأخبار الإذاعية أو التلفازية . وتختزل كلمة Information على شكل Les informations وهو استعمال عامي. وفي القرن العشرين أصبحت الكلمة تعني مجموعة من الأخبار، ثم امتد معناها ليدل على فعل إخبار الجمهور والرأي العام.

يتعدد المفهوم الاصطلاحي للإعلام حسب تعاريف علماء الإعلام والاتصال ؛ فعند عبد اللطيف حمزة هو "تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة". وعند "فرنان تيرو" الإعلام هو "نشر الوقائع والأحداث في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور". ينص التعريف على عنصرين هما الصيغة والشبوع ؛ فالصيغة هي الوسيلة المستعملة، أما الشبوع ونشر الخبر، فجعله معروفا عند عدد كبير من الناس.

يذكر زهير احدادن أن "الإعلام هو مفهوم عصري ينطبق على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من صحافة وإذاعة وتلفزة . ولم يُطلق قديما كلمة الإعلام على عملية الاتصال بل عرف الدين الإسلامي نوعا من الاتصال سمي بالتبليغ أو الدعوة وهو أقرب إلى المفهوم العصري للإعلام وهو كلمة مستحدثة Information. فالإعلام خلافا للاتصال المرتبط أشد الارتباط بالوسائل الحديثة، وعملية الاتصال لها مدلول اجتماعي، في حين إن الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض<sup>4</sup>.

من خلال الاعتماد على هذا المفهوم المؤكّد على أن " الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض " يمكن مناقشة محتوى سوشيال ميديا، الذي لا يتوفر فيه إعلام محض، بل يتوفر على اتصال له بعد اجتماعي أكثر. و نعتبر أن العملية الاتصالية - وفقا لما تؤكد عليه العديد من الدراسات - هي عملية شاملة، تكون بعدة وسائل، سواء قديمة (كإشعال النار، دق الطبول، وإصدار أصوات وغيرها..) أو حديثة ( لكإشارات ضوئية وعلامات ووسائل إلكترونية افتراضية وغيرها). في حين إن الإعلام هو جزء من الاتصال، ويكون متمثلا، حسب اعتقادنا، في وسائل الإعلام المعروفة مثل الجرائد المكتوبة (الورقية) والإذاعة والتلفزيون، وكذا في الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الإخبارية.

من أهم خصائص الإعلام أنه يصف الوقائع ؛ فلا يمكن أن يكون الإعلام دون وقائع وحوادث، سواء كانت مادية ملموسة أو معنوية أو فكرية . فالإعلام قائم على الأخبار التي تصف الواقع وتنقله بصدق وأمانة. هو ليس وليد الخيال؛ فالخبر المبني على الخيال كذب وهم. وهنا تطرح مشكلة الموضوعية التي أثارت نقاشا حادا في الأوساط العلمية الإعلامية والسياسية . فقد أصبح الإعلام له صبغة اقتصادية ؛ فهو صناعة لها إنتاج يروج في السوق وتزدهر بضاعته.

يتدخل عنصر آخر للتفريق بين الخبر (الذي يتطلب الصحة) وبين الإشاعة (التي تحتمل الكذب) يتمثل في "الاحتمالية التي تكون بين الخبر الذي يصف الواقع، والإشاعة التي لا علاقة لها بالواقع"<sup>5</sup>.

يظهر دور الإعلام ومهامه في المجتمع من خلال الوظائف التي يقوم بها ويؤديها. وهي وظائف قريبة من الواقع، تسعى للبحث عن الحقيقة، بعيدا عن الإشاعة والكذب. وظائف كانت وما تزال متنوعة حسب التطورات التاريخية للأنظمة الحاكمة من سلطوية إلى رأسمالية إلى اشتراكية إلى ديمقراطية.

ومن بين أهم وظائف وسائل الإعلام في عصرنا الحالي نذكر ما يلي - حسب "ليزلي مولر"<sup>6</sup>:

- وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات.
- الربط والتفسير: لتحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه وما يعلمونه.
- الترفيه: تحرير الناس من التوترات والضغط والمصاعب.
- التعليم والتنشئة الاجتماعية: التي تساعد في توحيد المجتمع.
- التسويق: من خلال عرض البضائع والسلع، ووضع إعلانات مرغبة فيها.
- خلق نمط اجتماعي في المجتمع: والهدف هو خلق مثال وقدوة في المجتمع.
- الرقابة والقيام بدور حارس البوابة.

- المبادرة في التغيير .

أما اليهو كاتز، فيحدد الوظائف الأساسية للإعلام فيما يلي<sup>7</sup>:

- وظيفة المنفعة، حيث يحدد الفرد اتجاهه إلى وسيلة أو مضمون ما، على ضوء النفع العائد.
- وظيفة الدفاع عن الذات: تعكس رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكّلها عن نفسه ورفض ما عداها.
- التعبير عن القيم: كلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا عنها.
- الوظيفة المعرفية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه.

نرى أن الوظيفة الإخبارية، هي الوظيفة التي تتكرر لدى العلماء الذين تناولوا موضوع وظائف الإعلام. وهي أهم وظائف الإعلام، منذ ظهور الجرائد حتى عصر الأنترنت. تسعى وسائل الإعلام إلى تقديم أخبار آنية وموضوعية وصادقة للجمهور، بعيدا عن التحيز أو التحريض. هذه الوظيفة هي من أهم العناصر التي تميز الإعلام التقليدي وحتى الإعلام الإلكتروني عن "سوشيال ميديا".

## 2.2 الإعلام الإلكتروني:

الإعلام الإلكتروني Electronic media يتم تعريفه بأنه "يجمع بين النص والصورة والصوت ليعرضها للمتلقي في آن واحد، فضلا عن التفاعل الآني والمباشر". ويتم تعريفه أيضا بأنه "الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الأنترنت. يحظى هذا النوع بحصة متنامية في سوق الإعلام، وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه. كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية"<sup>8</sup>.

نسجل أن مصطلح "الإعلام الإلكتروني" يرتبط لدى البعض بالصحافة الشعبية، اعتمادا على الأنترنت التي حولت المواطن إلى صحفي ينقل الأخبار، وأصبحت توفر الاتصالات "من كثيرين إلى كثيرين ومن قليلين إلى قليلين بعدما كانت تسود في السابق وسيلتان للاتصال: الأولى موجهة من واحد إلى كثيرين (الكتب، الصحف، الإذاعة والتلفزيون)، والثانية موجهة من واحد لواحد (الخطابات، البرقيات التلغرافية)<sup>9</sup>.

نرى أن "الإعلام الإلكتروني" هو ذلك الإعلام الذي يتم عبر الوسائل والطرق الإلكترونية وأهمها الأنترنت . ومن الأمثلة التي نسوقها في هذا النوع هي مواقع الصحافة الإلكترونية أو الجرائد الإلكترونية . كما يتجسد الإعلام الإلكتروني بالنسبة لنا أيضا، من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية و"مواقع المساندة" التابعة للإذاعات والقنوات التلفزيونية.

## 3.2 سوشيال ميديا:

### 1.3.2 مفهوم سوشيال ميديا:

تُعرّف سوشيال ميديا (بالإنجليزية Social Media) بأنها البرامج أو المواقع التي تستخدم شبكة الأنترنت من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية للتواصل بين المستخدمين<sup>10</sup> وتبادل الأفكار والمعلومات. وتوفر "سوشيال ميديا" لمستخدميها إمكانية الوصول الإلكتروني لمحتواها الذي قد يتضمن أشكالاً مختلفة من المعلومات، والمستندات، والصور، ومقاطع الفيديو.<sup>11</sup> أصبحت "سوشيال ميديا" منتشرة في كل أنحاء العالم، ويقدر عدد مستخدميها بـ 3 مليارات مستخدم، يتصدرهم سكان كل من الصين والهند. وأغلب المستخدمين من الشباب وفقاً لما تشير إليه الدراسات التي أجراها معهد بيو منذ العشرية الماضية، حيث إن نسبة 90 بالمائة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18-29 سنة، يستعملون وسيلة واحدة من وسائل التواصل الاجتماعي.<sup>12</sup>

نعتمد أن "سوشيال ميديا" أو "الوسائط الاجتماعية" هي نوع جديد يختلف عن الإعلام التقليدي، حيث يتمثل في "ممارسات تواصلية جديدة لمستخدمي تقنيات الاتصال الجديدة، تعرف حسب البعض بـ"إعلام نحن" We media و"بإعلام الجماهير" Media de masse كمقابل للإعلام الجماهيري"<sup>13</sup>.

يمكننا الإشارة إلى أن "سوشيال ميديا" عملية اتصال افتراضي، تشاركي، تفاعلي، شعبي، يكون من المستخدم إلى المستخدم، ويتميز باستخدام الأنترنت بصفة كلية. ما يتيح له التفرّد بميزات الانتشار الواسع، وتقديم مضمون يصنعه وينجزه هواة من المواطنين المستخدمين للوسيط الافتراضي، يكون أكثر حرية وجرأة، كونه لا يخضع لنفس الطرق والأساليب المعمول بها في الإعلام التقليدي وحتى الإلكتروني. كما أن التزامه بالمسؤولية، واحترامه القوانين وأخلاقيات البث والنشر، يقلّ أو ينعدم في بعض الحالات.

مرت على هذا المجال الافتراضي عدة تسميات ومصطلحات؛ منها الإعلام البديل والإعلام الجديد، ووسائط الاتصال الجديدة. ويتم استعمال مصطلح "سوشيال ميديا" الشائع حالياً في أغلب دول العالم، خاصة الدول الأنجلوساكسونية، وفي معظم الدول العربية بما فيها دول الخليج وسوريا ومصر. في حين يفضل الجزائريون استعمال مصطلح الوسائط الاجتماعية.

## 2.3.2 أنواع "سوشيال ميديا":

من أنواع "سوشيال ميديا"، نذكر ما يلي<sup>14</sup>:

- **مواقع التواصل الاجتماعي Networking Sites Social**: وهي منصات أو مواقع إلكترونية عبر

الأنترنت، يتم من خلالها إنشاء شبكات ومواقع اجتماعية (افتراضية) تسمح للمستخدمين من الأفراد والجماعات بالاتصال والتواصل وتكوين علاقات وصدقات فيما بينهم. ومن بين هذه الشبكات التواصلية الاجتماعية: فايسبوك وتويتر وغيرهما...

- **المدونات Blogs**: وهي محتوى إلكتروني افتراضي، على الأنترنت، ظهرت وانتشرت بكثرة قبل بروز مواقع التواصل الاجتماعي في منتصف العشرينية الأولى من القرن الحالي (الحادي والعشرين). اهتمت بنشر ما يقوم به الأفراد والجماعات من أنشطة أو أفكار أو معتقدات في يوميات أو ملاحظات أو تجارب لشخص معين أو جهة معينة. ومن أمثلتها مدونات يوميات الحرب مثلما برز في العراق، ومنشورات الأدباء والمثقفين الذين يعانون من النشر الورقي ويلجأون إلى النشر الإلكتروني، وكذا مدونات الأساتذة الجامعيين والباحثين الذين ينشرون دراساتهم وبحوثهم عبر الأنترنت. ويتم إنشاء المدونات بشكل مجاني، وبطريقة سهلة وبسيطة. ومن المواقع الإلكترونية المهمة بهذا النوع من "سوشيال ميديا" موقع Wordpress وموقع Blogspot.

- **مواقع إنشاء المحتوى ومشاركته Content Generating and Sharing Sites**: هي مواقع إلكترونية يمكن من خلالها إنشاء محتوى ما عبر الأنترنت. ولكل محتوى نوعه ومضمونه حسب نوع الموقع؛ فهناك مواقع خاصة بالصور ونشرها مثل موقع Flickr "فليكر"، وهناك مواقع إنشاء مقاطع فيديو كموقع Youtube "يوتيوب". وتوجد مواقع خاصة بالصور والفيديوهات مثل Instagram "أنستغرام". وهي مواقع مجانية تسمح لأي شخص بإنشاء ونشر محتواه داخلها أو الاطلاع على أي محتوى عليها.

- **مواقع تقييم المستخدم User Appraisal Sites**: هي مواقع تُستعمل كمنصة تقنية لتقييم منتج (محتوى) أو خدمة ما. ويتم استخدامها لأخذ رجع صدى (تغذية راجعة) حول ما يتم تقييمه، حيث يمكن للمستخدم إبداء رأيه في المنتج (المحتوى) أو الخدمة، بكل حرية. ومن أشهر هذه المواقع: موقع Pagalguy وموقع Mouthshut.

- **هناك من يضيف مواقع أخرى، هي<sup>15</sup>:**

- مواقع المفضلات، وهي خدمات لإدارة روابط مواقع وموارد مختلفة على الأنترنت.
- المنتديات، تتيح للمستخدمين وضع آرائهم، وفتح باب التعليق على الموضوعات.
- وحتى البريد الإلكتروني، يدرج ضمن هذا، حيث توجد أنواع عديدة له، وهو يوفر إمكانية إرسال رسائل وصور وملفات رسمية وفيديو. وقد أصبح وسيلة رئيسية للتواصل بين الأفراد والمؤسسات.

### 3. الفروق الموجودة بين الإعلام التقليدي وسوشيال ميديا

بدأت ملامح المنافسة بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي مع الأشكال الأولى للتدوين في فرنسا في عام 1989، من خلال الشبكة الداخلية "المينيغال"، التي تتيح لمستخدميها خدمات بريدية واقتصادية وثقافية محلية، ثم تطورت العملية مع الأنترنت بأشكال بارزة أواخر التسعينيات من القرن الماضي (العشرين) في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال التدوين على نطاق واسع، بللنصوص والصور.

ساهمت المنصات الناشئة للمدونات بمجانيتها وسهولة استعمالها في انتشار التدوين، الذي أصبح فعلا اجتماعيا تزداد أهميته كل يوم، خاصة لدى الشباب، نظرا لتفاعليته الفورية، وانتشاره الكوني، وتحرره من الرقابة وضوابط الوصاية. وهناك من يعتبر "التدوين شكلا من أشكال تحقيق الذات، ونشاطا فكريا يحقق انتصار الفرد على النماذج الخطية للاتصال، وفضاء للتعبير والتفاعل المتزايد"<sup>16</sup>.

#### 1.3. طبيعة وماهية الفروق بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي:

يمكننا تحديد بعض الفروق الموجودة بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي، فيما يلي:

- الفرق بين عمليتي الإعلام والاتصال: يوجد فرق بين الإعلام التقليدي و"سوشيال ميديا" انطلاقا من الفرق الموجود بين عمليتي الاتصال والإعلام؛ فوسائل الإعلام التقليدي، ومنها وسائل الاتصال الجماهيري، مجال تدخلها هو الإعلام. بينما مجال تدخل المواقع أو الشبكات الاجتماعية هو الاتصال.

يتميز الإعلام بكونه ذا طبيعة معيارية يهدف إلى الحقيقة. بينما يحيل الاتصال إلى الاقتسام والتشارك والترابط الاجتماعي، وفن التعايش المشترك. ولهذا يدعو بعض الأكاديميين إلى ضرورة التفريق بينهما، حتى لا يكون هناك غموض. فنتيجة للخلط بينهما "يتم التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية وكأنها وسائل اتصال جماهيرية، ويطلب منها القيام بما تضطلع به هذه الأخيرة من أدوار، ويقدم نشاطها بالسلم نفسه الذي تقيم به منتجات وسائل الاتصال الجماهيري، مثل الموضوعية، والحياد، والمصداقية، ومدى التزام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بمدونات أخلاقية"<sup>17</sup>.

نعتقد أن وسائل الإعلام هي التي تقوم بهذه المهام وليس "سوشيال ميديا"، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، التي تبقى وسائط اتصال وتواصل بين الأشخاص، للتعارف وتبادل الأفكار ونشر الاهتمامات والانشغالات، والآراء، ولها خصوصيات متعلقة بها؛ منها كونها شخصية وذاتية ويستعملها هوة من المستخدمين والمواطنين، وليس المحترفين في الإعلام والصحافة، وتستعمل الأسماء المستعارة. وهو ما يصعب من عملية التزامها بالقوانين والأخلاقيات،



واحترام الخصوصية. لكن هذا لا يعني أن تسود الفوضى والتشهير بالأشخاص وغيرها من المظاهر السلبية المنتشرة حالياً، فالمسؤولية ضرورية في "سوشيال ميديا" ولا يمكن التوصل منها.

- الفرق في المفهوم: أكد باحثون في علوم الإعلام والاتصال على وجود فروق بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي. استعمل على قسائية لتبيين هذا الغرض مصطلح وسائط الاتصال الجديدة، فهو لا يحبذ استخدام مصطلح "الإعلام الجديد"، ويذكر أنه تُرجم من الإنجليزية بطريقة غير مناسبة. موضحاً بأن هذا النوع الذي ظهر مع الأنترنت "ليس إعلاماً جديداً بل وسائط جديدة"<sup>18</sup>.

أما نصر الدين لعياضي فيسجل بقوله "إننا لا نجاري من يرى نهاية الاتصال الجماهيري نتيجة ظهور "الميديا الجديدة" وتطورها، لأننا لا ننظر إلى وسائط الاتصال ضمن أفق إقصائي: الجديد يقصي القديم . ولا في إطار تكاملي: الجديد يكمل القديم. ولا ضمن تصور تنافسي: الجديد ينافس القديم . وذلك لأنه يبدو أن الحدود بين الجديد والقديم في عالم الاتصال اليوم يسير نحو الأمحاء، وسيكون المستقبل لوسائط الاتصال الهجينة التي تجمع أنماط الاتصال المختلفة: المكتوبة والسمعية- البصرية، مستفيدة من القديم المدغم في الجديد. فالتلفزيون أصبح يبت عبر الأنترنت، وقراء النسخ الرقمية للصحف في تزايد مستمر"<sup>19</sup>.

ينبع اختلاف مفهومي سوشيال ميديا والإعلام التقليدي من مفهوم الإعلام التقليدي المتعارف والذي نستخلص منه بأنه يعني المضامين الصحفية التي تنتجها مؤسسات إعلامية، والبنية التحتية التي بحوزتها من معدات تقنية ومعدات أساسية في صناعة المضامين وبتها، تحت غطاء إستراتيجية سياسية تحريرية واضحة المعالم، وبفعل نظام ينتشك من مؤسسة وصحفي يخضعان لقواعد وضوابط قانونية وأخلاقية. أما مفهوم سوشيال ميديا، فيمكن اعتباره نظاماً عكسياً للنظام التقليدي، يمارس من قبل الفرد. ويتميز بكونه يناقض ولا يلتزم في الكثير من الأحيان بالضوابط والتقاليد التي يُبنى عليها الإعلام التقليدي.

- الفرق في الوسيلة: الفرق بين الأنترنت الذي تستخدمه "سوشيال ميديا" والوسائل التقليدية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة، والإذاعة والتلفزيون. فما يميز "سوشيال ميديا" عن الإعلام التقليدي هو أن "سوشيال ميديا" يعتمد على وسيلة جديدة من الوسائل الحديثة، والدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر. وه ذا يعتمد بشكل رئيسي على الأنترنت، الذي يسمح بالدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال مميزة ومؤثرة ومقنعة، وطرق إلكترونية تجمع النص والصورة والصوت"<sup>20</sup>.

نشير أن فرق الوسيلة يظهر واضحا بين الإعلام التقليدي و"سوشيال ميديا" في عدة مجالات، كون الإنترنت لم يوفر السرعة والآنية والفورية في شكل المحتويات المنشورة عبر شبكاته فقط، بل إنه ساهم في إحداث تغييرات على المصادر التي تصنع هذه المحتويات وطبيعة هذه المحتويات. كما أدى الإنترنت أيضا إلى إيجاد آليات جديدة في ماهية العلاقة بين محتويات "سوشيال ميديا" وإيصالها للجماهير، حيث لم يصبحوا مستقبليين فقط، بل مستقلين ومرسلين. ومن هنا يخرجون من دائرة وتسمية الجمهور العادي، لتعطي لهم تسمية جديدة، تتمثل في "المستخدمين".

ومن الفروق الموجودة بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي نسجل أيضا<sup>21</sup>:

- ساهمت "سوشيال ميديا" في إرساء قواعد ونظم وسلوكات جديدة في عديد المجالات: السياسية والاجتماعية والإعلامية الثقافية والاقتصادية وغيرها.. ففي الإعلام مثلا، قامت "سوشيال ميديا" بتغيير الكثير من المميزات التي كانت تعتمد عليها وسائل الإعلام التقليدية وألغت الكثير من الأساليب السابقة التي كانت تنتهجها هذه الوسائل؛ كاحتكار المعلومات والوصاية على الجمهور.

- ساهمت "سوشيال ميديا" من خلال "التفاعلية" و"التشاركية" بين المرسل والمتلقي، في جعل الجمهور (المواطن) حلقة مهمة في العملية الإعلامية والاتصالية؛ فقد حوّل الجمهور من متلقٍ فقط إلى متلقٍ ومرسل في نفس الوقت، وأصبح يطلق عليه تسمية "مستخدم"، وجعله يأخذ زمام المبادرة في صنع المعلومة ومتابعة الحدث ونقله إلى أي مكان من العالم.

- يتميز "سوشيال ميديا" بالتححرر من ضوابط الكتابة التحريرية في الإعلام والصحافة والتقاليد المهنية. في حين هناك قواعد واضحة للكتابة والتحرير الصحفي في الإعلام التقليدي، تدرّس في كليات الإعلام، وهناك تقاليد وأخلاقيات مهنية مدونة في مواثيق الشرف.

- يتميز "سوشيال ميديا" بحرية تعبير تكاد تكون مطلقة. بينما يتميز الإعلام التقليدي بالحرية النسبية.

- في "سوشيال ميديا" تطغى الذاتية على الموضوعية، ويطغى الاهتمام بالحياة الخاصة التي تحتل الصدارة في عرض الأخبار عوضا عن الحياة العامة.

- يتميز الإعلام التقليدي بنبذ الأخبار الملققة والسعي للابتعاد عنها وتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والمواطن في جلب الأخبار ومعالجتها وبنائها. في حين تنتشر الأخبار الملققة في "سوشيال ميديا"، وقد بدأت الحكومات والهيئات في وضع قوانين وإجراءات ردعية للحد من نشر هذه الأخبار في هذا المجال.

- جمهور "سوشيال ميديا" بدأ بالنشطي والتفتت تدريجيا إلى مجموعات وطوائف بلا حدود.

- كما توجد اختلافات بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي (الكلاسيكي) على مستوى بناء الخطاب، والعلاقة بالجمهور والوسائط التقنية.<sup>22</sup>

### 2.3. مسارات النقاش لتحديد مستقبل الإعلام التقليدي و"سوشيال ميديا":

مع تعدد الرؤى حول الاختلافات بخصوص المفهوم والوظائف، وحول طبيعة مضمون "سوشيال ميديا"، هل هو (إعلام أم اتصال)؟ وحول علاقته بالإعلام التقليدي، قسّم محمد شومان هذه الاختلافات إلى ثلاثة اتجاهات:

- الاتجاه الأول: يبالغ في الاحتفاء بإيجابيات "سوشيال ميديا" والوسائط الاجتماعية، وينظر إليها باعتباره ليسرت فقط وسيلة للتعبير الحر عن الآراء وممارسة حق الاتصال، وتحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبية، بل هي أيضا وسيلة للتغيير الاجتماعي وتمكين الفئات المهمشة وتحقيق العدل والمساواة، ودعم مشاركة المواطنين في القضايا الداخلية والخارجية. فهي حسب أصحاب الرأي "سلطة خامسة" تفوق "السلطة الرابعة" في عدم خضوعه السلطة الإعلان والاحتكارات الإعلامية أو رقابة حراس البوابة. كما أنه ا برأيهم سيتحل محل الإعلام التقليدي، وستتلاشى الفروق بين الإعلام التقليدي و"سوشيال ميديا"، حيث سيمارس جميع المواطنين الإعلام مع الصحفيين والإعلاميين المحترفين. يقول هارتلي إن لكل فرد الحق في ممارسة الصحافة التي هي حق من حقوق الإنسان، وهي شكل انتقالي ظهرت في إطار الصراع بين إمكانات الديمقراطية.

- الاتجاه الثاني: يعارض فكرة "إعلام المواطن أو السوشيال ميديا" كإعلام، ويؤكد على ضرورة الاحتراف والمهنية، ويطعن في دقة ومصداقية المحتوى الذي يقدمه هذا النوع. ويدلل على ذلك بمئات الوقائع التي ارتكب فيها مدنون انتهاكات لحقوق الملكية والخصوصية، وعدم الدقة وترويج الشائعات، نظر القضاء في الكثير منها. ويتهم البعض على "سوشيال ميديا" بالقول إنه دعاية مواطن، حيث يسيء البعض عند استخدام هذه الوسائط في الترويج لنفسه وتجارته دون رقيب.

يعتقد أصحاب هذا الرأي، وأكثرهم من الإعلاميين وأساتذة جامعات، أن تكنولوجيا الاتصال وتطور الأنترنت قد أتاح فرصا كبيرة لمشاركة الجمهور في إنتاج وتداول المحتوى والتفاعل مع وسائل الإعلام والتعبير الحر عن الآراء، لكن هذه الإمكانيات والفرص لا تبرّر أن يحل الهواة مكان المحترفين، أو أن تغلق كليات ومعاهد الإعلام تحت دعوى أن ممارسة الصحافة والإعلام حق من حقوق الإنسان. فالتخصص مطلوب ولا بديل عن الاحتراف في إنتاج وتداول الأخبار. ومن حق الذين يعملون في مهن أخرى غير الصحافة، المشاركة في إنتاج وتداول المحتوى الإعلامي، ولكن ضمن الأطر القانونية والقواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي.

- الاتجاه الثالث: ينطلق أصحاب هذا الرأي من فرضية أنه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية لا تعتمد على تكنولوجيا الاتصال والأنترنت ووسائل الاتصال الجديدة. وبالمثل، لا وجود لمذوّن أو ناشط على الأنترنت لا يستخدم وسائل الإعلام التقليدية. وبالتالي فإن فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة<sup>23</sup>.  
نعتمد، في مناقشتنا لموضوع "سوشيال ميديا" أو الوسائل الاجتماعية، أن صحة وصدقية الأخبار والمعلومات التي تأتي بها، تبقى محل جدل ونقاش؛ فالمواطن ليس مثل الصحفي المحترف. وما يقوم به المواطنون في مجال الأخبار والمعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي، صنّفه البعض ضمن "صحافة المواطن". واتجه حالياً البعض الآخر إلى استدراك الوضع وبعته على أنه "صحافة تطوع أو صحافة هواة". ويطلق عليه الآن "مضامين الهواة". ومهما كان فهو شيء مختلف تماماً عن الصحافة التي تتطلب احترافية وأخلاقيات. ولا يمكن نعتة بالصحافة مادامت لا تتوفر فيه شروطها.

يسود جدل حول طبيعة ومستقبل "سوشيال ميديا" وتأثيره على الإعلام التقليدي. فهناك من يصف الحالة التي وصل إليها "سوشيال ميديا" والوسائل الاجتماعية بالفوضى، نتيجة الكم الهائل والأول من نوعه في تاريخ التواصل البشري لمستخدمي وسائل الإعلام والاتصال<sup>24</sup>.

بدأ التفكير في التأهيل المهني للمدونين ووضع موثيق شرف لهم. لكن هذه المحاولات صادفتها عراقيل عديدة مثل عدم التزام المدونين، وطغيان الأسماء المستعارة وغيرها<sup>25</sup>.

#### 4. الفرق بين "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني

انطلاقاً من تعريفنا الإجرائي للإعلام الإلكتروني (الذي يتمثل في الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية، والمواقع المساندة للإذاعات والتلفزيونات..). نعتقد أنه يقترب من الإعلام التقليدي في أساليب العمل وطرق التنظيم، ويختلف عن "سوشيال ميديا" في العديد من العناصر. نسجل أهم الفروق الموجودة بين "سوشيال ميديا" والإعلام الإلكتروني فيما يلي:

- يشترك الإعلام الإلكتروني مع "سوشيال ميديا" والوسائل الاجتماعية في استخدام وسيلة الأنترنت في نشر وبت المضامين.

- كما يشترك الإعلام الإلكتروني مع "سوشيال ميديا" في استخدام الوسائل المتعددة (الميلتيميديا) من نصوص وصور وأصوات وأنفوغرافيا في مضامينه.

- يتميز الإعلام الإلكتروني بالتنظيم والتأطير داخل مؤسسات وشركات، لها اعتماد وتراخيص من السلطات. ويتم دفع مستحقات بثها وإصدارها عبر مواقع إيوئها. بينما تتميز "سوشيال ميديا" في كونها فضاءات مفتوحة لكل الناس، سواء أكانت بروفيلات أو صفحات..

- عملية إنشاء فضاءات "سوشيال ميديا" والوسائط الاجتماعية سهلة وبسيطة من الناحية التقنية، وغير مكلفة من الناحية المالية؛ فهي مجانية، ولا تتطلب من الناحية القانونية أي ترخيص ولا أي إجراءات. بينما يتم إنشاء جريدة إلكترونية أو موقع إخباري عن طريق طلب تصريح من السلطات.

- ينفرد المدونون المستخدمون لـ"سوشيال ميديا" بعدم ذكر هويتهم عند فتح الفضاء الإلكتروني (بروفيل أو صفحة) بحيث إن الأسماء المستعارة والمجهولة هي السائدة فيها. في حين يتم في الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية التعريف بأصحابها وتحديد هوية الأشخاص الذين يشتغلون فيها.

- الذين ينشطون في "سوشيال ميديا" والوسائط الاجتماعية هم هواة من المواطنين العاديين في أغلبهم، ولا يشترط أن يكونوا صحفيين. بينما يشتغل في الإعلام الإلكتروني محترفون في الإعلام.

- يشتغل في الإعلام الإلكتروني طواقم من الصحفيين والتقنيين، يحملون بطاقات الصحفيين والإعلاميين، ويخضعون لنظام العمل، ويتلقون أجورهم. بينما يتميز مستخدمو سوشيال ميديا كونهم هواة.

ونظرا للمنافسة التي يلقاها كل من الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي من قبل "سوشيال ميديا"، يدعو الأكاديميون والدارسون القائمين على الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي إلى تغيير سلوكياتهم وتغيير أنماط العمل. فـ"سوشيال ميديا" أصبح يمثل جرس إنذار لوسائل الإعلام التقليدية من جرائد ومجلات وقنوات تلفزيون، التي يشعر الناس بالإحباط تجاهها والشك في مصداقيتها، والانزعاج من صعوبة الوصول إليها أو التأثير فيها، وعدم المشاركة في صياغة رسائلها الإعلامية. وهو ما يجب أن يدفع المؤسسات الإعلامية العربية إلى التخلص من الأخطاء الفادحة التي وقعت فيها عبر عقود. كما يحتاج الإعلاميون إلى وقفة صادقة وجهود جبارة لتصحيح أخطائهم وزيادة مصداقيتهم وتطوير ارتباطهم بالشارع وفتح أبوابهم للأراء الأخرى<sup>26</sup>.

رغم هذه النظرة المنتقدة، إلا أن بعض الباحثين يرون أنه رغم العديد من المشكلات التي يعرفها الإعلام التقليدي وكذا الإعلام الإلكتروني "إلا أن سوشيال ميديا يعاني أيضا من مجموعة من المشكلات قد لا تجعله الحل الأمثل، وقد تجعله أكثر خطرا على المنظومة الثقافية للأمة العربية؛ حيث يعاني الشارع العربي من مشكلات جمة في

التفكير تجعل آراءه (سوشيال ميديا) أقرب إلى السطحية والتعميم، ومرتبطة أكثر بالشائعات والشعارات الأيديولوجية التي تلاقي هواه، حتى لو لم يقف المنطق إلى جانبها ولم يؤيدها التاريخ والعلم<sup>27</sup>.

من أهم المشكلات التي يعاني منها "سوشيال ميديا"، يمكننا ذكر عدم التأكد من صحة المعلومات والأخبار التي تُبث وتصدر في محتوياته، وطغيان الإثارة على المصداقية، والذاتية على الموضوعية، وتقشي الأخبار المغلوطة، في ظل انحصار المسؤولية، ونقص الحديث عن الأخلاقيات، وغياب القوانين.

## 5. الفروق الموجودة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي

بالنسبة لنا لا يتقاطع الإعلام الإلكتروني مع "سوشيال ميديا" سوى في وسيلة الأنترنت. وتعريفنا الإجرائي له هو ذلك الإعلام الذي يتم عبر الوسائل والطرق الإلكترونية وأهمها الأنترنت. يتمثل هذا النوع في مواقع الصحافة الإلكترونية، وفي المواقع الإلكترونية الإخبارية ومواقع المساندة للإذاعات والتلفزيونات، والتي تجمع بين النص المكتوب والفيديو والشريط المسموع، والبيانات الإيكوجرافية وغيرها...

وحسب دراستنا لها، يمكننا أن نسجل الفروق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي، فيما يلي:

- وجود نقاط مشتركة تجمع بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي، أكثر من "سوشيال ميديا".
- تشترك وسائل الإعلام الإلكترونية (الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومواقع المساندة للإذاعات والتلفزيونات) مع وسائل الإعلام الكلاسيكية (التقليدية) سواء أكانت جرائد ورقية، أو إذاعات وتلفزيونات، في كونها يتوفران على طواقم مسيَّرة، من مديرين ورؤساء تحرير وفرق من صحفيين وتقنيين محترفين.
- تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية باستخدام الوسائط المتعددة (الميلتيميديا) من بيانات وصورة وصوت وأنفوجرافيا، مثل بعض الوسائل التقليدية كالتلفزيون.

- لجوء وسائل الإعلام التقليدية (الجرائد والإذاعات والتلفزيونات) إلى الإعلام الإلكتروني من خلال استحداث مواقع إلكترونية مساندة.

- ازدهرت وسائل الإعلام الإلكترونية جراء تواجدها عبر صفحات الويب المنتشرة عبر الأنترنت على الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر..

- ازداد الإقبال الجماهيري على وسائل الإعلام الإلكترونية لسهولة الاطلاع عليها، ومجانية الدخول إليها من خلال هذه الأجهزة الإلكترونية.

- تخضع وسائل الإعلام الإلكترونية في مجملها لنفس القوانين والمواثيق التي تسير الصحافة المكتوبة في العديد من البلدان، رغم انفرادها بمميزات إلكترونية، كالفورية والآنية والتفاعلية وغيرها.. وهو ما يتطلب وضع قوانين خاصة بها.

- أصبح الإعلام الإلكتروني منافسا للإعلام التقليدي، خاصة في الصحافة المكتوبة فيما يخص الانتشار عبر كل مناطق العالم التي يصلها الأنترنت، مع سرعة إيصال المعلومة.

- تحوّل الصحف والجرائد الورقية إلى إلكترونية، ونذكر على سبيل المثال الجريدة الأمريكية "كريستان ساينس مونيتير" التي ألغت نسختها الورقية منذ عام 2008، ومجلة "نيويورك" الأسبوعية الشهيرة التي اقتصرت على النسخة الإلكترونية منذ عام 2020، وحملت عنوان "نيويورك غلوبال" والجريدة الفرنسية "فرانس سوار" منذ عام 2011، وجرائد بريطانية عريقة، وكذا جرائد لبنانية مثل السفير والنهار واللواء، وكذا بعض الجرائد الجزائرية مثل النهار الجديد، وهذا في ظل أزمة الصحافة المكتوبة الورقية، الناجمة عن منافسة هذه الأجهزة الإلكترونية لها، إضافة إلى قلة عدد قراء الصحف والجرائد، وانخفاض نسخ سحبها وغلاء سعر الورق وارتفاع تكلفة المطابع، وشح الإعلانات.

ونظرا للمنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، يبرز اتجاهان اثنان هما:

الاتجاه الأول: يذهب إلى البحث عن مظاهر الاتصال والانفصال بينهما، لي طرح فكرة إمكانية "الاندماج اعتمادا على مفهوم تعدد الوسائط الإعلامية - الذي يعني تعدد المنصات الإعلامية - في مختلف مستويات العملية الإعلامية. إذ تسمح الرقمنة بانتقال المضمون من وسيط إعلامي إلى وسيط إعلامي آخر؛ كبتّ المضامين التلفزيونية على الأنترنت وعلى وسائط إعلامية أخرى".<sup>28</sup> وتتم الإشارة إلى محاولات التعايش بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني معا، سواء عن طريق الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال؛ فقد بُنت القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول، أو عن طريق تطوير شبكات المحمول والأنترنت وتصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة عاليتين.

الاتجاه الثاني: يقوم بالانتباه إلى إمكانية زوال وسائل الإعلام التقليدية، نتيجة المنافسة الشديدة التي فرضتها وسائل الإعلام الإلكترونية.<sup>29</sup> وبتنبأ علماء الإعلام والاتصال بأن الإعلام الإلكتروني سيكون إعلام المستقبل، حيث إن الكثير من الجرائد في الدول الغربية اتجهت إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، خاصة عقب الأزمات العالمية ومنها الأزمة المالية التي ظهرت في العالم سنتي 2008-2009 والتي أزهقت المؤسسات الإعلامية<sup>30</sup>.

## 6. خاتمة

نستخلص من خلال هذه الورقة البحثية أن العلاقة بين "سوشيال ميديا" والإعلام التقليدي علاقة متبادلة في الأهداف والغايات، وعلاقة تبادلية في المعلومات والأخبار. ف"سوشيال ميديا" تأخذ أخبارا ومعلومات وتصريحات من الإعلام التقليدي، ليعلق عليها المستخدمون . كما أن وسائل الإعلام التقليدية تأخذ بعض المحتوى من "سوشيال ميديا"، لكن بعد التحقق من صحته ومصداقيته.

أتاحت تكنولوجيا الاتصال وتطور الأنترنت فرصا في "سوشيال ميديا" لمشاركة الجمهور في إنتاج المضمون والمحتوى وتداوله، وفتحت له مجالات للتعبير الحر عن الآراء، كما وفرت إمكانية تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية. لكن هذه الإمكانيات والفرص لا تبرر أن يحل الهواة مكان المحترفين. فإبداء الرأي حق . أما ممارسة الصحافة فهو تخصص وحرفة وأخلاقيات ومسؤولية اجتماعية . وهذا ما جعل البعض يطرح ون محاولات لخلق المجال الافتراضي" . ما جعلهم يسعون لوضع أطر قانونية وموثيق شرف على مستخدمي الفضاء الافتراضي ومواقع التواصل الاجتماعي من مدونين وبلوغر ويوتيوب و صانعي محتوى، حتى يتم التخلي عن الإفراط في استخدام الهوية المجهولة، ونفاذي نشر الأخبار الكاذبة والملفقة، بهدف الوصول إلى الالتزام بحد أدنى من احترام الخصوصية والأخلاقيات.

لا تعتبر، في وقتنا الحالي، "سوشيال ميديا"، لدى البعض، وسيلة للتعبير الحر عن الآراء وممارسة حق الاتصال، وأداة لمحاولة تحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبية فقط، بل هي أيضا من أهم وسائل دعم مشاركة المواطنين في القضايا الداخلية والخارجية، وإحداث التغيير الاجتماعي. وتمثل لدى البعض الآخر، الفوضى. وهذا ما يتطلب بسط المسؤولية الاجتماعية في المجال الافتراضي.

فيما يخص العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، فإن البعض يتنبأ بأن الإعلام الإلكتروني سيكون إعلام المستقبل. وبذهبون إلى حد القول إنه سيقضي بزوال الإعلام التقليدي . مستندين إلى ما يجري في الصحافة المكتوبة، وتحول الكثير من الجرائد الورقية إلى جرائد إلكترونية. لكن حتى الآن تجري عدة محاولات للتعايش بين الإعلام التقليدي والإلكتروني للتكامل ، وذلك عن طريق الدمج بين التقنيات؛ فقد بثت القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول، كما أنشأت الجرائد والإذاعات والتلفزيونات مواقع إلكترونية مساندة. فالإعلام الإلكتروني هو الأقرب إلى الإعلام التقليدي من "سوشيال ميديا"، بل هو الوجه العصري والتكنولوجي للإعلام التقليدي.



## 7. الهوامش والمراجع:

- <sup>1</sup> الهاشمي مجد(2015)، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة للنشر، الأردن.
- <sup>2</sup> الهيتي هيثم هادي (2010)، الإعلام السياسي الإخباري في الفضائيات العربية، دار اسامة، الأردن.
- <sup>3</sup> حسن عباس ناجي (2013)، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.
- <sup>4</sup> صادق عباس مصطفى (2008)، الإعلام الجديد.. المفاهيم والتطبيقات، الشروق-الأردن.
- <sup>5</sup> محمد شومان، اتجاهات إعلام المواطن، القاهرة، مصر.
- <sup>6</sup> الساري فؤاد أحمد (2011)، وسائل الإعلام.. النشأة والتطور، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- <sup>7</sup> السويدي جمال سند (2013)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، الإمارات العربية المتحدة.
- <sup>8</sup> أن ماري لوبومورال (2017)، تجربة الشبكة في استخدام مضامين الهواة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية.
- <sup>9</sup> رزاق عبد العالي (2014)، دور الإعلام الشعبي الإلكتروني في الثورات العربية. المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 22 (سلسلة جديدة)، دار هومة، الجزائر.
- <sup>10</sup> قدي عبد الرحمن ، المقاربات النظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الإفريقية للعلوم السياسية: [www.maspolitiques.com](http://www.maspolitiques.com) اطلع 09.07.2017
- <sup>11</sup> لعياضي نصر الدين (2014)، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة.. التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات\_ الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، تصدر عن كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، العدد 22 (سلسلة جديدة) طبع بدار هومه.
- <sup>12</sup> الحمامي الصادق (2011)، الميديا الجديدة والمجال العمومي- الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية.
- <sup>13</sup> الحمامي الصادق (2014)، الإعلام الجديد والإعلام الإلكتروني بين الاتصال والانفصال، نموذج التلفزيون العمومي، دراسة نشرت في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد 33.
- <sup>14</sup> الزرن جمال (2012)، البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 17.
- <sup>15</sup> اللبان شريف درويش، إشكاليات الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية- مجلة المركز العربي للبحوث، ص 11، [www.acrseg.org](http://www.acrseg.org)، اطلع 18.07.2015.
- <sup>16</sup> تقرير اليونيسكو حول الوسائط المتعددة و 10 دول أفضل تطورا في التعليم الإلكتروني 2015.
- <sup>17</sup> الحيدري عبد الله الزين: الإعلام الجديد النظام والفوضى، ورقة بحثية قدمت في المؤتمر الدولي الأول، للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، يومي 7- 9 أبريل 2009 جامعة البحرين، دولة البحرين، متاح على [www.nmconf.uob.edu.bh](http://www.nmconf.uob.edu.bh) اطلع عليه 04.04.2010
- <sup>18</sup> الحلوة خالد بن عبدالله (15- 16 أبريل 2012) الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيق، جامعة الملك سعود- الرياض، المملكة العربية السعودية.

<sup>19</sup>قاموس المعاني، عربي إنجليزي، www.almaany.com، اطلع عليه بتاريخ 21 . 07. 2021

<sup>20</sup>Eric George (2012), Les usages sociaux d'internet au sein du mouvement altermondialiste entre promesses et réalités, Université d'Ottawa , Canada.

<sup>21</sup>Daghmi Fath Allah Toumifari (2013), Les médias font-ils les révolutions ? Edition L'harmattan, Paris, France.

<sup>22</sup>Levory Franck (avril 2013), Réseaux sociaux, Actes sud, dép, lec, France.

<sup>23</sup>Remy Rieffel (2015), Sociologie des médias , 4ème Edition , éclipse éditions marketing S.A Paris, France.

<sup>24</sup>Pascal Lardellier (2006), Le pouce et la souris, enquête sur la culture numérique des ados, Librairie AR thème , Fayard , Paris, France.

<sup>25</sup>Philippe Breton (2004), Le culte de l'Internet, une menace pour le lien social ? Casbah Editions, Alger.

<sup>26</sup>Michel Evenne (2001), Les réseaux font parti du réel, l'application de la loi dans le monde virtuel, Paris – France.

<sup>27</sup>Bogues - Globalisme et pluralisme ; Montréal -24 au 25 avril 2000.

<sup>28</sup>Jose do Nascimento (1999), La régulation de l'internet au regard du droit public, Ellipes, Paris.

<sup>29</sup>André Akoun (1/2002), Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux , *Cahiers internationaux de sociologie*, Presses Universitaires de France - n° 112.

<sup>30</sup>Hermès (2011), Ces réseaux numériques dits sociaux N° 59, Cnrs, Paris.

<sup>31</sup>Hammami Sadak (juin 2006), Eléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique, Revue Tunisienne de Communication, N° 46.

<sup>32</sup>Nathalie Maroun (juillet 2011), Twitter et la communication politique en période sensible, Magazine de la communication de crise et sensible, Taraud Publication, Editeur, Observatoire International des Crises.

<sup>33</sup>Josiane Jouët (2004-2), Le Temps des Médias, Les dispositifs de construction de l'internaute par les mesures d'audience, Nouveau Monde, N° 3.

<sup>34</sup>Martin Grandjean: "Analyse de réseaux et méthode quantitative en histoire". <http://pegasusdata.com/2012/08/16/lanalyse-des-reseaux-sociaux/> (vu le 29.09.2012)

<sup>35</sup>Yannick Rochat : L'analyse des réseaux sociaux, (partie1 historique) <http://pegasusdata.com> 16.08.2012

<sup>36</sup>Social media, Dictionary.cambridge.org, Retrieved 7-12-2020.

<sup>37</sup>Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved 7-12-2020.

<sup>38</sup>Trisha Baruah (2012), Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study, Assam-India: International Journal of Scientific and Research Publications.

<sup>39</sup>Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition" ,www.investopedia.com, Retrieved-12-7 2020

- <sup>1</sup> رحيمة الطيب عيساني: مدخل للإعلام والاتصال. عالم الكتب الحديث، جدار للكتاب العالمي، الأردن، 2008، ص 16 نقلا عن الراغب: المفردات في غريب القرآن، ص 220.
- <sup>2</sup> زهير احداذن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 13-14.
- <sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 16.
- <sup>4</sup> زهير احداذن، مرجع سبق ذكره، ص 14.
- <sup>5</sup> المرجع نفسه، ص 15 - 16 - 17.
- <sup>6</sup> مجد الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة للنشر الأردن، 2015، ص 56-57.
- <sup>7</sup> هيثم هادي الهيتي: الإعلام السياسي الإخباري في الفضائيات العربية، دار أسامة، الأردن، 2010 ص 126-127.
- <sup>8</sup> فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام.. النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
- <sup>9</sup> عبد العالي رزاق: دور الإعلام الشعبي الإلكتروني في الثورات العربية. المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر3، العدد 22 (سلسلة جديدة)، طبع بدار هومة، الجزائر، 2014، ص 187. نقلا عن دانجيلمور: الإعلام، ص 60.
- <sup>10</sup> "Social media", dictionary.cambridge.org, Retrieved 7-12-2020.
- <sup>11</sup> Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition" ,www.investopedia.com, Retrieved 7-12-2020.
- <sup>12</sup> Trisha Baruah , Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study, Assam-India: International Journal of Scientific and Research Publications, Page 4. Edited. 2012
- <sup>13</sup> الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره.
- <sup>14</sup> Trisha Baruah , Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its tential for technology enabled connections .
- <sup>15</sup> The 6 tepees of social media Http outthink group.com (accessed 5 February 2013)
- <sup>16</sup> عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد.. النظام والفضى، ورقة بحثية قدمت في المؤتمر الدولي الأول، للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، يومي 7- 9 أبريل 2009، ص: 226-227، متاح على موقع: <http://www.nmconf.uob.edu.bhl> اطلع عليه بتاريخ 04.04.2010 على الساعة 31: 23.
- <sup>17</sup> نصر الدين لعباضي (2014)، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة.. التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، تصدر عن كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، العدد 22 (سلسلة جديدة) طبع بدار هومه، ص 124.
- <sup>18</sup> علي قسايسية، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطلبة الدكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، السداسي الأول، جامعة الجزائر3، بتاريخ 2016/01/23.
- <sup>19</sup> نصرالدين لعباضي (أوت 2016)، البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، مجلة المستقبل العربي، العدد 450، ص 14.
- <sup>20</sup> عباس ناجي حسن (2013)، "الصحفي الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ص: 19 - 20.

- <sup>21</sup>تمت الاستعانة بللفروق التي اعتمدها عبدالله الزين الحيدري: م س ذ. مع إضافات للباحث.
- <sup>22</sup>الصادق الحمامي، الإعلام الجديد والإعلام الإلكتروني بين الاتصال والانفصال، نموذج التلفزيون العمومي، دراسة نشرت في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد 33، 2014.
- <sup>23</sup>محمد شومان، إعلام المواطن.. اتجاهات مستقبلية، مركز الأهرام الإقليمي للصحافة، القاهرة، مصر، ص 9.
- <sup>24</sup>عبدالله الزين الحيدري، الإعلام الجديد.. النظام والفوضى، مرجع سبق ذكره.
- <sup>25</sup>شريف اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني في الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 24
- <sup>26</sup>شريف اللبان ، مرجع سبق ذكره ، ص 24.
- <sup>27</sup>المرجع نفسه، ص 25 .
- <sup>28</sup>الصادق الحمامي، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال . نموذج التلفزيون العمومي، م س ذ
- <sup>29</sup>شريف درويش اللبان: إشكاليات الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية - المركز العربي للبحوث والدراسات ص 11، متاح على موقع: <http://www.acrseg.org/39132> اطلع عليه بتاريخ 18.07. 2015
- <sup>30</sup>فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام.. النشأة والتطور، م س ذ، ص: 386