

"سوشيال ميديا" أو وسائط الاتصال الجديدة - تعدد المصطلحات والتعاريف -

Social Media or (New media) The diversity of terms --

د. عبد الكريم تفرقتيت¹

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3

taferkarim@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2021/08/11 القبول 2021/11/24 النشر على الخط 2022/06/05

Received 11/08/2021 Accepted 24/11/2021 Published online 05/06/2022

ملخص

تطرح هذه الورقة البحثية إشكالية تعدد وتنوع المصطلحات التي استعملت قبل مصطلح "سوشيال ميديا"، وتستعرض أنواع هذا المجال وأشكاله. وقد تم تناول الموضوع كونه من المجالات الافتراضية الأكثر استخداما وانتشارا في العالم في الوقت الحالي. ومن النتائج المستخلصة أن المفاهيم النظرية لـ "سوشيال ميديا" لا تزال لم تأخذ شكلها النهائي، كون المجال، جديد ومتغير ومتطور بسرعة، طبقا للابتكارات التكنولوجية السريعة. ولهذا لم يتم الاستقرار في المصطلحات، فتعددت وتنوعت من الإعلام الشبكي إلى الإعلام التفاعلي، إلى الإعلام البديل، إلى الإعلام الجديد، إلى الإعلام الإلكتروني، إلى وسائط الاتصال الجديدة، لتصل إلى "سوشيال ميديا".

ويجسد "سوشيال ميديا" عملية تواصلية تتم عبر وسائط افتراضية، شعبية، تتجاوز الرقابة التقنية والمؤسسية، ولا تخضع للتقنيات والالتزامات الأخلاقية والقانونية التي تميز الإعلام.

الكلمات المفتاحية: سوشيال ميديا - وسائط الاتصال الجديدة - الإعلام الإلكتروني - الإعلام الجديد - مضامين الهواة .

Abstract:

This research raises the problem of the diversity of terms used before the term of "social media", and reviews the types and forms of this field. This topic has been addressed as one of the most used and widespread virtual domains in the world .Among the conclusions drawn is that the theoretical concepts of "Social Media" have not taken their final forms yet; the field is new, and rapidly developing, matching the technological innovations. The terminology varied a lot before using the term "Social Media .

Social Media , bypasses technical and institutional censorship, ethical and legal obligations that characterize the media .

Keywords: Social Media - Electronic media -New Media - Citizen Media

مقدمة :

تنطلق هذه الورقة البحثية من مفاهيم نظرية لمصطلح "سوشيال ميديا" أو "وسائط الاتصال الجديد"، وقد فضلنا أن نرفق المصطلحان ، لأنهما أصبحا يطلقان منذ العشرية الثانية من القرن الحالي (الحادي والعشرين) على هذا المجال الافتراضي (الالكتروني).

وتفادينا أن نضع في العنوان "الإعلام الجديد" ، رغم أن المصطلح كان شائعا أكثر من غيره، كوننا نتحفظ على استعماله، لأن هذا المجال الافتراضي ليس إعلاما، بل هو اتصالا يلعب دورا اجتماعيا تواصليا بين الناس، ولا ينجز المستخدمون "مضامين إعلامية" سوى في بعض الحالات، وحتى وإن قاموا بإنجاز هذه المضامين الإعلامية فإنها تبقى محل تدقيق وفحص للتأكد من صحة ما ورد فيها، فالمستخدمون في "سوشيال ميديا" مجهولو الهوية، والمضامين هي "مضامين اتصالية" ينجزها مواطنون هواة وليسوا صحفيين وإعلاميين محترفين، كما أنهم لا ينجزونها بالتقنيات والأخلاقيات المتعارف عليها والمعمول بها في مجال الإعلام والصحافة. وقد ترددنا في استعمال في العنوان مصطلح "الإعلام الالكتروني"، حتى لا يحدث غموض وليس، لدى استعماله، عند الحديث عن الصحافة الالكترونية والإعلام الالكتروني في المواقع الإخبارية و"مواقع المساندة" التابعة للإذاعات والقنوات التلفزيونية، والتي هي وسائل إعلام الكترونية مثلها مثل وسائل الإعلام الكلاسيكية ، ولكنها تفرّد بمميزات الكترونية ، كالفورية والآنية والتفاعلية وغيرها. قبل أن تصل إلينا تسمية "سوشيال ميديا" تعددت المصطلحات في هذا المجال، فهو "الإعلام الرقمي" كونه نتج وتولد أساسا عن الثورة الرقمية التي استحدثت على وسائل الإعلام والاتصال. وهو "الإعلام التفاعلي" لأنه يتميز بتفاعلية عالية . وهو أيضا "الإعلام الشبكي" كونه صادر عن شبكة الانترنت. و يطلق عليه كذلك تسمية "إعلام الوسائط الشعبية" كونه يتصف باستعمال التشعبات والإحالات إلى مواقع أخرى. ويسمى لدى البعض "إعلام الوسائط المتعددة" كونه يستخدم عدة وسائط مثل الصورة والصوت وغيرها. وهناك من يفضل أن يطلق عليه تسمية "الإعلام البديل"، حيث يعتبره بديلا عن الإعلام الكلاسيكي، ولكن لم يحدث هذا حتى الآن.

ويأخذ أيضا تسمية مصطلح "الإعلام الجديد"، التي مازالت مستعملة لدى البعض حتى الآن. كما أنه أخذ كذلك تسمية مصطلح "الإعلام الالكتروني" حيث لجأت هيئات دولية وعربية بعد عام 2010 إلى استخدامه . وبعدها في العشرية الثانية من الألفية الجديدة ، أصبح يأخذ تسمية مصطلح "وسائط الاتصال الجديدة" ثم جاءت تسمية مصطلح "سوشيال ميديا" التي يتم تداوله حاليا أكثر من غيرها ، كون هذا المجال يطغى على استعماله ، في عمليات الاتصال والاستخدام والانتشار، الدور والوظيفة الاجتماعية والتواصلية أكثر من الدور والوظيفة الإعلامية، اللتان يتقلصان فيه. فهذا المجال الذي يتم عبر وسائط افتراضية الكترونية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والهيئات من خلال شبكة الانترنت، يتوفر على كثير من الاتصال ، وقليل من الإعلام.

وقد تم اعتماد خطة تتمثل في محورين اثنين هما :

- المحور الأول : يتناول تعدد المصطلحات والتعاريف في مجال سوشيال ميديا .
- المحور الثاني: يتناول مفهوم "سوشيال ميديا" وأنواعه وأشكاله .

الإجراءات المنهجية:

أ- إشكالية الورقة :

تهدف الورقة إلى عرض المصطلحات التي مرت على هذا المجال الافتراضي الذي عرف انتشارا واستخداما في العالم خلال السنوات الأخيرة ، وتميز بأنه عملية اتصالية تتم عن طريق ممارسات تواصلية عبر الانترنت عبر مستخدمين، يدونون بطريقة تطوعية، وينتشرون بشكل شعبي عبر كل أنحاء العالم. ولا يشيرون في أغلبيتهم إلى هوياتهم وشخصياتهم الحقيقية ، ولا يخضعون للرقابة التقنية والمؤسسية.

وهذا ما يتطلب معرفة طبيعة "سوشيال ميديا" والتطرق إلى خصائصه وأنواعه.

وقد طرحت الإشكالية الآتية:

- ما هي المصطلحات التي استعملت قبل "سوشيال ميديا"؟ وكيف يتم تحديد أنواع هذا المجال وأشكاله؟

ب- التساؤلات الفرعية للورقة :

1- ما هي المصطلحات التي سبقت مصطلح "سوشيال ميديا"؟

2- كيف يتم تحديد مصطلح "سوشيال ميديا"؟

3- ما هي أنواع وأشكال "سوشيال ميديا"؟

ج- أهمية الورقة

تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من تعدد المصطلحات التي أعطيت لهذا المجال الافتراضي، مما أدى إلى التشتت وعدم الاتفاق على مصطلح واحد ، وعدم التركيز لدى الباحثين والمختصين .

د- أهداف الورقة :

تهدف الورقة إلى محاولة التركيز في استخدام المصطلح الأقرب إلى وصف المجال الافتراضي ، واستيعاب خصائصه ومميزاته، والسعي إلى إيجاد الفروق الموجودة بين هذا المجال الافتراضي - الذي يساهم المستخدمون من المواطنين العاديين في إنتاج مضمونه ومادته ، ويتحكمون في بثه وصدوره - وبين مجال الإعلام التقليدي ومجال الإعلام الإلكتروني .

هـ- مصطلحات الورقة:

- سوشيال ميديا :

تعرف سوشيال ميديا (Social Media) بأنها "البرامج أو المواقع التي تستخدم شبكة الانترنت من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية للتواصل بين المستخدمين"¹. وهي أيضا " تبادل الأفكار والمعلومات، حيث توفر سوشيال ميديا لمستخدميها إمكانية الوصول الإلكتروني، لمحتواها الذي قد يتضمن أشكالا مختلفة من المعلومات، والمستندات، والصور، ومقاطع الفيديو"¹.

¹ - social media", dictionary.cambridge.org, Retrieved 7-12-2020.

- الإعلام الإلكتروني :

الإعلام الإلكتروني (Electronic media) هو "الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت. يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام، وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه. كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية".²

- الإعلام الجديد :

انطلاقاً من تعريف قاموس "التكنولوجيا الرفيع"، فإن "الإعلام الجديد" New Media هو "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر، والوسائط المتعددة. و يتخذ الإعلام الجديد أشكالاً مختلفة ومتنوعة من الناحية التقنية، لعل أهمها: الشبكات الاجتماعية، ومواقع المفضلات الاجتماعية، إضافة إلى مواقع تبادل الصور والفيديوهات وكذلك المدونات".³

- وسائط الاتصال الجديدة:

الوسائط الجديدة هي كل الوسائل التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة بغرض التواصل بين الأفراد أو إعلامهم بمختلف الأخبار والمعلومات مثل شبكة الانترنت بمختلف خدماتها (بريد الكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي...) والهواتف الذكية وغيرها... أي أن الوسائط الجديدة هي مجموعة من الدعائم كالحاسوب واللوح الإلكتروني والهواتف الذكية التي يمكن دمجها في جهاز واحد يشمل استخدام شبكة الانترنت وشبكة الهاتف وأي نوع آخر يسمح بتشبيك جزء من العالم.⁴ وهذا التعريف يدمج بين المعنى التقني والتواصل للوسائط عموماً، غير مصطلح "وسائط الاتصال الجديدة" يختلف عن مصطلح الوسائط المتعددة أو (الميلتيميديا) التي تعني هي مزج الصورة مع الصوت مع الكتابة مع الأنفراغرافيا مع البيانات في الإعلام الإلكتروني وفي سوشيل ميديا كذلك. أما "وسائط الاتصال الجديدة" فتعني الوسائط التي تحمل مضامين المواطنين بفعل منشورات المستخدمين، كمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات ونوادي الدردشة وغيرها ..

¹ - Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved 7-12-2020.

² - فؤاد أحمد الساري: وسائط الإعلام.. النشأة والتطور، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.

³ - جمال سند السويدي: وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفايبروك، الإمارات العربية المتحدة، 2013، ص 20.

⁴ - عبد الرحمن قدي : المقاربات لنظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الاعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الافريقية للعلوم السياسية، متاح على موقع www.maspolitiques.com - اطلع عليه بتاريخ 2017.07.09.

- مضامين الهواة أو (صحافة المواطن):

- صحافة المواطن: (Citizen Media) يشير هذا المصطلح إلى صحافة المواطن التي انتشرت في شبكة الانترنت بسبب توفرها على تقنيات تخزين الملفات السمعية البصرية المسجلة والمصورة ونشرها من قبل جميع المستخدمين ، فأصبح ذلك لدى أصحاب هذا المصطلح ، ممثلا ومشاهدا لعمل الصحفي الذي يقوم بتغطية الأحداث، ويعرف أيضا ب Public Participatory Journalism على اعتبار أنه دور يؤديه المواطن، الذي أصبح يلعب دورا في عملية جمع وصياغة المعلومات والأخبار. و حسب تقرير مركز الإعلام التابع للمعهد الأمريكي للصحافة، فإن مفهوم صحافة المواطن هو الكيفية التي يصوغ بها الجمهور مستقبل تداول الأخبار والمعلومات، حيث يكون الغرض عادة من المشاركة الإعلامية لمستخدمي شبكة الانترنت توفير تلك المعلومات المستقلة التي تجسد إلى حد كبير مبدأ الديمقراطية فيما يتعلق ببحث القضايا التي تحتاج إلى توفر معلومات ذات صلة ، ويمكن الاعتماد عليها. وهذا المصطلح لا يرتبط بمهنة الصحافة التي يقوم بها الصحفيون المحترفون ، فصحافة المواطن هي جزء محدد من مفهوم إعلام المواطن.¹ وهذا المصطلح الذي انطلق من الولايات المتحدة الأمريكية ، تم التخلي عنه ، أو بالأحرى استبداله بمصطلحات أخرى ، من بينها مصطلح " مضامين الهواة " .

- مضامين الهواة : هي منشورات المستخدمين في "سوشيال ميديا" من كتابات وصور وفيديوهات وغيرها، والتي تحمل معلومات ومشاهد وتجارب وصور وغيرها التي يراد نشرها وإصدارها ، وتقاسمها مع مستخدمين آخرين .. وقد جاء هذا المصطلح نتيجة تطور التفكير في مصطلح صحافة المواطن، فأصبح يطلق عليه "مضامين الهواة" بدل صحافة المواطن لعدم دقته، وعدم توافقه مع مجال الصحافة والإعلام. وتعترف الشبكة الأوربية الأوروفزيون (اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الأوربية) بمحدوديته ونقائصه "يمكن لصحافة المواطن أن تكون لها مخاطر، وأهمها فقدان المصداقية، فهناك معايير فنية وتقنية لا بد من احترامها، ومن الأمثلة على ذلك قضية أوراق بنما أو بنما بايبرس Panama Papers التي خلفت تشنجا كبيرا".²

1. تعدد المصطلحات والتعاريف :

ينبغي الإشارة منذ البداية إلى أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين والدارسين حول مصطلح سوشيال ميديا ، وقد تطورت المصطلحات والتعاريف المتعلقة والمرتبطة به، وأخذت عدة تسميات منذ ظهور هذا المجال الافتراضي حتى الآن، فهو "الإعلام الرقمي" لدى البعض اعتمادا على وصف جانب من تطبيقاته؛ مثل التلفزيون الرقمي أو أي وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. وهو "الإعلام التفاعلي" لدى البعض الآخر طالما توفرت فيه حالة والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها..

1 - المرجع نفسه .

2- أن ماري لوبومورال : تجربة الشبكة في استخدام مضامين الهواة، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، 2017

وهو أيضا "الإعلام الشبكي" على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت. ويوصف كذلك بأنه "إعلام المعلومات" للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال. كما تطلق عليه تسمية "إعلام الوسائط الشعبية" أو "إعلام الوسائط المتعددة" نظرا لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو. وهو "الميديا الجديدة" لدى آخرين.¹

وهذه التسميات والمصطلحات هي من صفات ومميزات وخصائص هذا النوع، تم إعطائها كتسميات له في بدايات ظهوره في مراحل الأولى، ثم ما فتئت بعد ذلك أن انحسرت وأخذت مكانها، كصفات وخصائص. وستتطرق إلى أهم المصطلحات التي رافقت المجال منذ ظهوره حتى الآن:

1.1 الإعلام البديل :

في بدايات بروزه في العشرية الأخيرة من الألفية السابقة (القرن العشرين) اعتبر هذا النوع إعلاما مثل الإعلام الآخر الذي سبقه في الظهور (الإعلام التقليدي والكلاسيكي)، ولم يكن التمييز بينهما محل مناقشة ودراسة في بادئ الأمر، ربما نتيجة الانبهار والصدمة التي أحدثتها ظهوره وانتشاره الواسع في الواقع، ومنافسته للإعلام التقليدي في السبق في نقل المعلومات و الأخبار وتوزيعها السريع والفوري على نطاق واسع، حيث فرض نفسه حتى أن بعضهم فضل أن يطلق عليه تسمية "الإعلام البديل" للإعلام التقليدي، وهو الذي - حسبهم - سيأخذ مكانه، ويزججه عن الساحة وي طرح نفسه ليس كمنافس له بل كبديل له، لكن هذا لم يحدث حتى الآن .

ينبغي الإشارة إلى أن وسائل الإعلام التقليدية (الكلاسيكية) مثل التلفزيون، والراديو وكذلك الصحافة المكتوبة، حاولت وتحاول التأقلم مع الواقع الافتراضي الإلكتروني الجديد، فاستخدمت أهم المميزات والخصائص الإلكترونية؛ كاعتماد على التقنية الرقمية والتفاعلية مع الجمهور، وعمدت محطات الراديو وقنوات التلفزيون، إلى إنشاء "مواقع الكترونية تعرف بتسمية "مواقع مساندة" وهي مواقع تابعة للإذاعات والتلفزيونات تحمل اسمها، وتتضمن محتوى حصصها وبرامجها، وتتيح التواصل للمستمعين والمشاهدين عبر حساباتها ومواقعها وصفحاتها الالكترونية، من أجل إبداء آرائهم في البرامج والحصص وتقديم اقتراحات حولها. وفي الصحافة المكتوبة تم استحداث مواقع الكترونية مساندة للجرائد، تعمل على تواصل القراء معها بصفة آنية وفورية.

ما يدفعنا إلى القول بأن هذا المجال ليس إعلاما بديلا ولا يكون إعلاما بديلا، طالما أن الأنواع الكلاسيكية (التقليدية) مازالت موجودة بعد ثلاث عشرات من ظهوره، بل إنها طورت نفسها وتأقلمت مع تطبيقات هذا المجال. فكلما ظهرت وسيلة إعلام جديدة، قيل إنها ستكون بديلة عن التي سبقتها؛ فعندما ظهر الراديو قيل إنه سيكون بديلا عن الصحافة المكتوبة، وعندما ظهر التلفزيون قيل إنه سيكون بديلا عن الراديو، ولكن لم يحدث أي شيء من هذا.

وبالتالي، فإن وسائط الاتصال الجديدة ليست بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية حتى الآن. خاصة إذا عرفنا أن أنواع وأشكال هذه الوسائط، لم تحل محل وسائل الإعلام الكلاسيكية (التقليدية). فمازال التلفزيون ومازال الراديو ومازالت الصحافة المكتوبة

¹ - الصادق الحمادي: الميديا الجديدة والمجال العمومي - الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية، العدد 15 مارس 2011.

تمارس وظائفها، حتى إن كانت بعض وأنواع وسائط الاتصال الجديدة، وسوشيال ميديا، قد برزت مكانتها في مجال الاتصال والتواصل وأصبحت تنافس وسائل الإعلام الكلاسيكية أو التقليدية.

2.1 الإعلام الجديد :

من خلال تتبع مسار تعدد المصطلحات والتسميات ، يظهر أن مصطلح "الإعلام الجديد" **New media** قد تركز في الأذهان أكثر من غيره ، فهذه التسمية نتجت وتولدت أساسا من الثورة التكنولوجية أو الثورة الرقمية التي حدثت على وسائل الإعلام والاتصال، وترتكز على التكنولوجيات الحديثة، كون هذا المجال هو أحد أوجه الثورة التكنولوجية التي نتجت عن تطوير جهاز الكمبيوتر وظهور التقنية الرقمية، وبروز شبكات الأقمار الصناعية وأجهزة الهاتف النقال.

وهناك من يرجع مصطلح "الإعلام الجديد" إلى الستينيات من القرن الماضي (العشرين) حيث كان يطلق على عدد من التقنيات الاتصالية الوسائل الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكابيل. وبدأ المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة، وهو ما صعب التحكم في تعريفه، وجعل الباحثين لايفرو وليفنجستون (Lievrouw and Livingstone, 2006) تلجأ إلى محاولة تحديد خصائصه من خلال ثلاثة محاور تميزه عن الإعلام القديم الكلاسيكي أو التقليدي، هي: محور تقنيات الاتصال الجديدة (مثل الأقمار الصناعية والكمبيوتر والهواتف النقالة وغيرها)؛ فمحور النشاطات والممارسات والاستخدامات التي توفرها هذه التقنيات؛ ثم محور العلاقات الاجتماعية والتنظيمات والتشريعات التي تظهر من حول هذه الوسائل الجديدة.¹

لكن هناك من يقر ب " الغموض الذي يتسم به استخدام مصطلح " الإعلام الجديد " ويطرح تساؤلات حوله " هل يحيل الإعلام الجديد إلى التقنيات الجديدة للمعلومات كالهاتف الجوال والانترنت ؟ وهل يجب بالمقابل الاقتصار على جملة الظواهر التي تحيل حصرا إلى الممارسات الإعلامية الجديدة التي أفرزتها تقنيات المعلومات بالاتصال، مما يعني أن الإعلام الجديد يتعلق بظواهر بعينها (كالصحافة الالكترونية) وطيدة الصلة بعمليات إنتاج المضامين الإعلامية ؟ وما علاقة الإعلام الجديد بالممارسات التواصلية الجديدة لمستخدمي تقنيات الاتصال الجديدة حسب البعض ب " إعلام النحن " **We media** وب " إعلام الجماهير **Media de masse** كمقابل للإعلام الجماهيري؟ تحيل هذه الأسئلة المشروعة إلى صعوبة توصيف الإعلام الجديد " .²

ونرى أن مصطلح "الإعلام الجديد" يحتاج إلى مراجعة كونه غير دقيق، فما كان جديدا في أول الأمر سيصبح قديما بفعل الزمن والتطور.

3.1 الإعلام الإلكتروني

في الدراسات التي أنجزت بعد 2010 لاحظنا التوجه نحو استخدام مصطلح الإعلام الإلكتروني **Electronic media**. الذي يتم تعريفه بأنه " يجمع بين النص والصورة والصوت ليعرضها للمتلقي في آن واحد، فضلا عن التفاعل الآني والمباشر". ويتم تعريفه

¹ - خالد بن عبد الله الحلوة : الاعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام ، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للأعلام

² -الصادق الحمادي: الاعلام الجديد ، مقارنة تواصلية ، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية ، عدد 4 ، 2006 ، ص 4

أيضا بأنه " الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الانترنت. يحظى هذا النوع بحصة متنامية في سوق الإعلام، وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه. كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية".¹

يرتبط مصطلح "الإعلام الإلكتروني" لدى البعض بالصحافة الشعبية، إعتقادا على الانترنت 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 والهاتف).²

ونرى أن "الإعلام الإلكتروني" هو الإعلام الذي يتم عبر الوسائل والطرق الإلكترونية وأهمها الانترنت، ومن الأمثلة التي نسوقها في هذا النوع هي مواقع الصحافة الإلكترونية أو الجرائد الإلكترونية التي ازدهرت جراء توفرها وتواجدها عبر صفحات الويب المنتشرة عبر الانترنت على الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر..

كما يتجسد هذا النوع أيضا (الإعلام الإلكتروني) من خلال الجرائد الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الإخبارية و"مواقع المساندة" التابعة للإذاعات والقنوات التلفزيونية، وهي وسائل إعلام إلكترونية مثل وسائل الإعلام الكلاسيكية (التقليدية) من حيث وجود طاقم مسير - مدير ورئيس التحرير وفريق من الصحفيين والتقنيين المحترفين - و يخضع الإعلام الإلكتروني في مجمله في العديد من البلدان، منها الجزائر، لنفس القوانين والمواثيق التي تخضع لها الصحافة المكتوبة، رغم انفراده بمميزات إلكترونية، كالفورية والآنية والتفاعلية وغيرها، وهو ما يستدعي إصدار قوانين خاصة به .

وقد زاد الإقبال على الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية، مقارنة بالجرائد الورقية لسهولة ومجانبة الاطلاع عليه من خلال الأجهزة الإلكترونية، وفي ظل أزمة الصحافة المكتوبة الورقية في السنوات الأخيرة، وهي الأزمة الناجمة عن عدة أسباب أهمها: المنافسة التي تتعرض لها من قبل الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية التي تصدر عبر وسائل الإلكترونية (كمبيوتر، لوحات، هواتف نقالة وغيرها)، إضافة إلى قلة عدد قراء الجرائد الورقية، وانخفاض عدد السحب وغلاء سعر الورق وارتفاع تكلفة المطابع، وشح الإعلانات أو الإشهار الموجه لهذه الجرائد الورقية.

تم تداول مصطلح الإعلام إلكتروني بشكل مكثف، مع بداية الألفية الجديدة من قبل بعض منظري علوم الإعلام والاتصال.³ وأشارت إليه الهيئات العربية الرسمية حيث تمت التوصية في الدورة العادية الأربعين لمجلس وزراء الإعلام العرب عام 2007، بإنشاء اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني. كما تم تأسيس الاتحاد العربي للإعلام الإلكتروني العربي في القاهرة.

نستخلص من هذا، أن الإعلام الإلكتروني يقصد به، الصحافة أو (الجرائد) الإلكترونية والمواقع الإخبارية والمواقع المساندة للجرائد وللإذاعات والتلفزيونات، وليس "سوشيال ميديا" بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات ..

¹ - فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام.. النشأة والتطور، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.

¹³ 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 داغيلمور: الإعلام، ص 60.

¹⁴ عباس ناجي حسن: "الصحفي الإلكتروني، مرجع سبق ذكره .

4.1 وسائط الاتصال الجديدة :

أصل المصطلح في اللغة الإنجليزية، هو كلمة **Medium** التي تعني وسيط ، وجمعها هي كلمة **Media** التي تعني الوسائط، وتم استعارة الكلمة في اللغة الفرنسية واستخدامها لتصبح **Media** مفردة ، وجمعها **Medias** . الوسائط الجديدة في مفهومها العام والشامل هي " كل الوسائل التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة بغرض التواصل بين الأفراد أو إعلامهم بمختلف الأخبار والمعلومات مثل شبكة الانترنت بمختلف خدماتها (بريد الكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي..) والهواتف الذكية وغيرها.. أي أن الوسائط الجديدة هي مجموعة من الدعائم كالحاسوب واللوح الإلكتروني والهواتف الذكية التي يمكن دمجها في جهاز واحد يشمل استخدام شبكة الانترنت وشبكة الهاتف وأي نوع آخر يسمح بتشبيك جزء من العالم".¹ وهذا هو المعنى التقني التكنولوجي للوسائط، التي يقصد بها الوسائل والأدوات والآليات التجهيزية، وقد جاءت عدة أنواع مصطلحات الوسائط و منها:

أ- الوسائط المتعددة الملتيميديا **Multimédia**: من بين تعريفها " تعريف اليونيسكو الذي يوضح بأنها اندماج عدة وسائل، نص صوت، صورة . أما تعريف قاموس "الجامع" فيشير أنها مجال يتصل بطريقة استخدام الكمبيوتر في الدمج بين النص والجرافيك ، الرسم ، الصور الثابتة والمتحركة ، الفيديو والتحرك، والصوت ، وأي نوع آخر من الأشكال الاتصالية بما يمكن معه عرض ، تخزين ، وبث أي نوع من المعلومات رقمياً".²

ب- الوسائط الفائقة **Hypermedia**: هي المعلومات المتاحة والمتوفرة لمجموعة من الوسائط التعليمية المتعددة التي تستثمر تبادلياً بطريقة منظمة، وتشمل رسوماً بيانية ، وصوراً، ورسوماً ، وخرائط وجداول ورموز. كل ذلك في نص معلومات يساعد على اكتساب معلومات وخبرات ، حيث تتكامل هذه الوسائط فيما بينها عن طريق الكمبيوتر.³

وقد تم تقسيم الوسائط الجديدة (حسب علي قسايسية) على أساس ثلاثة (3) جوانب هي : الجانب التاريخي والجانب التقني، وجانب المتعلق بالمتلقين، وتمثل هذه الأقسام فيما يلي:⁴

- الوسائط الإلكترونية (**E-Media**) تعتبر كل الوسائل الإلكترونية التي تستعمل الإلكتروني في تنظيمها ومعالجتها وتخزينها وبثها للمعلومات بالنص والصوت والصورة مثل الهاتف، البريد الإلكتروني، الصحيفة الإلكترونية ، المحاضرات عن بعد وغيرها .. وهو مفهوم شامل وواسع يضم عديد من الأجهزة والخدمات التي تطورت بسرعة نتيجة تطور التكنولوجيا .

¹ - عبد الرحمن قدي : المقاربات لنظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الاعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الافريقية للعلوم السياسية - الكترونية ، متاح على موقع :

www.maspolitiques.com اطلع عليه بتاريخ 2017.07.09

² - عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد .. المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، الشروق ، الأردن ، 2008 ، ص 130 .

³ - تقرير اليونيسكو حول الوسائط المتعددة و 10 دول أفضل تطورا أفضل في التعليم الإلكتروني 2015 ، ص ص 2- 5 .

⁴ - عبد الرحمن قدي ، مرجع سبق ذكره .

- الوسائط المتواجدة على الخط **Online Media** و يقصد بها المؤسسات التي تنشئ مواقع الكترونية في شبكة الانترنت لكي تصبح متاحة على الخط دائما من خلال عرض معلوماتها وخدماتها .

ج- صحافة المواطن: (ترتبط بمستخدمي وسائط الاتصال الجديدة ، ونرى أنها تمثل الجانب المتعلق بالمتلقين في التعريف السابق، فهي العنصر المهم في وسائط الاتصال الجديدة، الذي ينجز ويصنع ويقدم المضمون والمحتوى) .

وحسب تقرير مركز الإعلام التابع للمعهد الأمريكي للصحافة، فإن مفهوم صحافة المواطن هو الكيفية التي يصوغ بها الجمهور مستقبل تداول الأخبار والمعلومات، حيث يكون الغرض عادة من المشاركة الإعلامية لمستخدمي شبكة الانترنت توفير تلك المعلومات المستقلة. و"هذا المصطلح لا يرتبط بأي صلة مع مهنة الصحافة، تلك التي يقوم بها الصحفيون المحترفون، فصحافة المواطن هي جزء محدد من مفهوم إعلام المواطن مثله في ذلك مثل مصطلح المحتوى الذي يبتكره المواطن"¹ .

ويفضل البعض أن يصف عملية التدوين وصنع المحتوى التي يقوم بها المواطنون العاديون في المواقع التواصلية ب"صحافة المواطن" أو "صحافة التطوع" أو "صحافة الهواة" وهذا تمييزا لها عن الصحافة والإعلام التقليديين، اللذان يختلفان عنها في المفهوم والمبادئ العامة والكثير من الأهداف . ونرى أنه تم تجاوز مصطلح "صحافة المواطن" ليطلق عليها حاليا "مضامين الهواة" التي تعتبر من أهم العناصر والمكونات التي يتميز بها مجال وسائط الاتصال الجديدة أو ما يعرف الآن ب"سوشيال ميديا" .

مصطلح "وسائط الاتصال الجديدة" جاء لمراجعة مصطلح "الإعلام الجديد". حيث برزت محاولة للاستدراك وضبط المفهوم أكثر دقة، وتم تخصيصه للصحافة الشعبية التي يمارسها مستخدمو وسائط الاتصال الجديدة، أي المواطنون العاديون، في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتوب وغيرها) .

وما يمكن تسجيله في العشرية الماضية، أن مصطلح "وسائط الاتصال الجديدة" بدأ يتداول أكثر من المصطلحات الأخرى لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال- خاصة في الجامعات الجزائرية- الذين فضلوا استعماله بدل مصطلح "الإعلام الجديد". حتى أنه في برنامج الماستر في علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية ، تم إنشاء تخصص تحت تسمية "الاتصال الجماهيري والوسائط

الجديدة " Mass Communication and New Media .

وحتى الأكاديميون العرب بدأوا يستعملون هذا المصطلح فمحمد شومان يشير أنه "مع الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال بدأ تشكل معالم مجال أو حقل جديد يعرف ب " وسائط الاتصال" مع الإقرار بتعدد التسميات وعدم الاتفاق عليها نظرا لأن كل يوم تظهر تكنولوجيات حديثة وتطبيقات جديدة تتطلب أنواعا من المهارات والخبرات فضلا عن مهام التدريب والبحث والتنظير"².

ويبقى الجدل قائما بين منطري وأساتذة الإعلام والاتصال حول مفهومي الإعلام القديم والجديد إلى درجة أن بعضهم حاولوا التوفيق بينهما وتفادي ما يحدث " لقد اهتدى بعض الباحثين إلى صيغة للتحويل على الإشكالية التي تثيرها صفة القديم والجديد،

¹ - المرجع نفسه .

² - محمد شومان : اتجاهات إعلام المواطن، القاهرة، مصر، ص: 107 .

فأطلقوا مسمى (الجيل الثاني من وسائل الإعلام على الميديا الجديدة)¹. ولكن مع حلول العشرية الثانية من الألفية الجديدة، تركزت عبارة "سوشيال ميديا" عوض غيرها من المصطلحات والتسميات الأخرى .

2 . مفهوم سوشيال ميديا:

ورد في قاموس المعاني - عربي انجليزي أن "سوشيال ميديا" هي وسائل الاتصال الاجتماعية أو وسائل التواصل الاجتماعي.²

وجاء معنى social media في قاموس اللغة الانجليزية : (Noun) media

– transmissions that are disseminated widely to the public – [synonyms]: mass media

social (Adjective):

1 –composed of sociable people or formed for the purpose of sociability

2–marked by frien.

تعرف سوشيال ميديا (بالانجليزية Social Media) بأنها البرامج أو المواقع التي تستخدم شبكة الانترنت من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية للتواصل بين المستخدمين.³ وتبادل الأفكار والمعلومات، وتوفر "سوشيال ميديا" لمستخدميها إمكانية الوصول الإلكتروني، محتواها الذي قد يتضمن أشكالاً مختلفة من المعلومات، والمستندات، والصور، ومقاطع الفيديو.⁴

أصبحت "سوشيال ميديا" الآن، تستخدم 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 ، حيث أن نسبة 90 بالمائة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 – 29 سنة يستعملون وسيلة واحدة على الأقل من وسائل التواصل الاجتماعي.⁵

¹ - نصر الدين لعياضي: تكنولوجيا وسائط جديدة وتكنولوجيا قديمة التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 22، تصدر عن كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، طبع بدار هومة الجزائر، 2014، ص 124 .

² - قاموس المعاني ، عربي انجليزي ، متاح على موقع ،

³ - <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/social-media>، اطلع عليه بتاريخ 21 . 07 . 2021 .

³ - "social media", dictionary.cambridge.org, Retrieved 7-12-2020.

⁴ Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved 7-12-2020.

⁵ - 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

ونعتقد أن "سوشيال ميديا" أو "وسائط الاتصال الجديدة" هو نوع جديد يختلف عن الإعلام التقليدي، حيث أنه يتمثل في "ممارسات تواصلية جديدة لمستخدمي تقنيات الاتصال الجديدة، تعرف حسب البعض بـ "إعلام النحن" We media وبـ "إعلام الجماهير Media de masse كمقابل للإعلام الجماهيري" ¹.

ونرى أن "سوشيال ميديا" هو عملية اتصال افتراضي، تشاركي، تفاعلي، شعبي، من المستخدم إلى المستخدم، يشترك مع الإعلام التقليدي في بعض المظاهر العامة ويختلف معه في الأهداف والغايات، لكنه يتميز عنه، كونه يستخدم الانترنت بصفة كلية. ما يتيح له التفرد بمميزات الانتشار الواسع، والحرية والجرأة وتقديم مضمون يصنعه وينجزه هواة من المواطنين المستخدمين للوسيط والموقع الافتراضي، دون الخضوع والمرور الإجباريين عبر الطرق والأساليب التقليدية مثل الإعلام، كالمسؤولية، والالتزام بالقوانين وأخلاقيات البث والنشر.

3. أنواع سوشيال ميديا :

من أنواع "سوشيال ميديا"، نذكر ما يلي :

3.1. مواقع التواصل الاجتماعي، Networking Sites Social :

وهي منصات أو مواقع الكترونية عبر الانترنت، يتم من خلالها إنشاء شبكات ومواقع اجتماعية (افتراضية) تسمح للمستخدمين من الأفراد والجماعات بالاتصال والتواصل فيما بينهم وتكوين علاقات وصدقات فيما بينهم، ومن بينها هذه الشبكات التواصلية الاجتماعية فايسبوك وتويترو وغيرها.

3.2. المدونات Blogs :

وهي محتوى الكتروني افتراضي، على الانترنت، ظهرت وانتشرت بكثرة قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في العشرة الأخيرة من القرن الماضي (العشرين) واهتمت 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 الانترنت.. ويتم إنشاء المدونات بشكل مجاني، وبطريقة سهلة وبسيطة. ومن المواقع الإلكترونية

المهتمة بهذا النوع من "سوشيال ميديا" موقع Wordpress وموقع Blogspot.

3.3. مواقع إنشاء المحتوى ومشاركته: Content Generating and Sharing Sites

وهي مواقع الكترونية يمكن من خلالها إنشاء محتوى ما عبر الانترنت، 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 "انستغرام"، وهي مواقع مجانية، تسمح لأي شخص بإنشاء ونشر محتواه داخلها أو الاطلاع على أي محتوى عليها بطريقة مجانية.

¹ - الصادق الحمادي، مرجع سبق ذكره.

4.3. مواقع تقييم المستخدم User Appraisal Sites :

وهي مواقع تستعمل كمنصة تقنية لتقييم منتج (محتوى) أو خدمة ما، ويتم استخدامها لأخذ رجع صدى (تغذية راجعة) حول ما يتم تقييمه، حيث يمكن للمستخدم بإبداء رأيه في المنتج (المحتوى) أو الخدمة، بكل حرية، ومن أشهر هذه المواقع، موقع Pagalgy وموقع Mouthshut .

5.3. مصطلحات لها صلة بـ "سوشيال ميديا" :

ترتبط عدة مصطلحات بـ "سوشيال ميديا" وهي :

- حسابات المستخدمين User Accounts وهي حسابات ينشئها الشخص في "سوشيال ميديا".
- الملفات الشخصية Profile Pages وهي الصفحات أو الملفات التعريفية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وتتضمن بيانات عن المستخدم، مثل الصورة والسير الذاتية ..
- الإشعارات : Notifications وهي ميزة تختص بها بعض مواقع التواصل الاجتماعي، لتنبه المستخدم عن أنواع معينة من المعلومات والأنشطة .
- وهناك مصطلحات أخرى، مثل الأصدقاء Friends و المجموعات Groups والمتابعون Followers وعلامات التصنيف Hashtags .

خاتمة :

لا يوجد اتفاق حول مصطلح "سوشيال ميديا" وتعريفه، وقد تطورت تسمياته من إعلام رقمي إلى إعلام بديل إلى إعلام جديد إلى إعلام إلكتروني، إلى وسائط الاتصال الجديدة . كما لا يوجد اتفاق حول علاقته بالإعلام التقليدي، فهناك من يضع حدودا بينهما، وهناك من لا يعير أي اهتمام للفروق الموجودة بينهما، ويذهب آخرون لمحاولة التوفيق بينهما.

نعتبر أن مجال "سوشيال ميديا" أو "وسائط الاتصال الجديدة" نوعا جديدا يختلف عن مجالي الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، فـ "سوشيال ميديا" هو ممارسات تواصلية جديدة لمستخدمي تقنيات الاتصال الجديدة، تجسد عملية اتصال افتراضي، تشاركي، تفاعلي، شعبي، من المستخدم إلى المستخدم، بينما الإعلام التقليدي هو إعلام يتم عن طريق الوسائل التقليدية كالجرائد والإذاعة والتلفزيون، ويلتزم بالقواعد القانونية والأخلاقيات المهنية، في حين أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام يحمل معظم مواصفات الإعلام التقليدي، ولكنه ينفرد بمميزات إلكترونية منها : الفورية والتفاعلية والانتشار الواسع والتكلفة البسيطة عنه، كونه يتخذ من الانترنت، الوسيلة الوحيدة التي يستعملها ويث ويصدر من خلالها، مثله مثل "سوشيال ميديا".

لكن هناك فرق بين "سوشيال ميديا" و الإعلام الإلكتروني، فهما يشتركان في بعض المظاهر العامة ويختلفان في الأهداف والغايات، ونتيجة استخدامهما للانترنت بصفة كلية، فهذا يتيح له التميز بالفورية والتفاعلية والانتشار الواسع، لكن "سوشيال ميديا" يتميز عن الإعلام الإلكتروني بأنه يتمتع بحرية وجرأة أكثر، كما يتميز باستخدام هويات مجهولة في غالب الأحيان في صناعة مضامينه، التي ينجزها هواة من المواطنين المستخدمين للوسيط والموقع الافتراضي، دون الخضوع والمرور الإجباري عبر

الطرق والأساليب التقليدية المستعملة في الإعلام التقليدي ، من مسؤولية حراس البوابة، والالتزام بالقوانين وأخلاقيات البث والكتابة والنشر.

فضناعت محتوي "سوشيال ميديا" مستخدمون من الناس العاديين، ومصادره مفتوحة ، ومضمونه يحمل طابع " الهواة "، وهو ينقل في الغالب، رغبات المواطنين وانشغالاتهم، وطموحاتهم وأحلامهم وحتى إشاعاتهم وتجاوزاتهم وأخطائهم.. وبهذا يختلف عن مجال الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، الذي ينجز مضمونهما صحفيون محترفون، وفقا لتقنيات وقواعد مضبوطة من حيث المصادر وصحة الأخبار والمعلومات، والالتزام بقوانين وأخلاقيات مهنية ، محددة ومتفق عليها.

المراجع :

المؤلفات:

- 1- حسن عباس ناجي: الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 2- صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد .. المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق الأردن ، 2008 .
- 3- محمد شومان : اتجاهات إعلام المواطن، القاهرة، مصر.
- 4- الساري فؤاد أحمد: وسائل الإعلام .. النشأة والتطور، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
- 5- السويدي جمال سند: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفايبر، الإمارات العربية المتحدة، 2013
- المقالات :
- 6- أن ماري لوبومورال : تجربة الشبكة في استخدام مضامين الهواة، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، 2017 .
- 7 - رزاق عبد العالي: دور الإعلام الشعبي الإلكتروني في الثورات العربية.. المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر3، العدد 22 (سلسلة جديدة)، دار هومة، الجزائر، 2014
- 8- قدي عبد الرحمن: المقاربات لنظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الاعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الإفريقية للعلوم السياسية، متاح على موقع : www.maspolitiques.com اطلع عليه بتاريخ 2017.07.09.
- 9- لعياضي نصر الدين : 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، 2014 .
- 10- الحمامي الصادق : الميديا الجديدة والمجال العمومي - الإحياء والانبعث، مجلة الإذاعات العربية، العدد 15 مارس 2011 .
- 11- الحمامي الصادق: الإعلام الجديد والإعلام الإلكتروني بين الاتصال والانفصال، نموذج التلفزيون العمومي، دراسة نشرت في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد 33، 2014.
- 12- الزرن جمال: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 17، 2012
- 13- اللبان شريف درويش: إشكاليات الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية - مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات ص 11، متاح على موقع http://www.acrseg.org/39132 اطلع عليه بتاريخ 2015.18.07.
- وثائق وتقارير :
- 14- تقرير اليونيسكو حول الوسائط المتعددة و 10 دول أفضل تطورا في التعليم الإلكتروني 2015 .

المدخلات :

15- 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 موقع <http://www.nmconf.uob.edu.bh> ، اطلع عليه . 2010 .04 .04

16- الحلوة خالد بن عبدالله : الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيق، 15- 16 أبريل 2012، جامعة الملك سعود- الرياض ، المملكة العربية السعودية .
قواميس :

17 - قاموس المعاني ، عربي انجليزي ، متاح على موقع ،

www.almaany.com/ar/dict/ ، اطلع عليه بتاريخ 21 . 07 . 2021 .

باللغة الانجليزية :

18 - social media", dictionary.cambridge.org, Retrieved 7-12-2020.

19-Maya Dollarhide (6-9-2020), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved 7-12-2020.

20- 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, 2012.