

## الحمية التكنولوجية وتأثيرها في تشكيل الإعلام الجديد: دراسة استقرائية Technological Determinism and Its Impact on Shaping New Media: An Inductive Study

الاستاذ الدكتور: طلال ناظم الزهيري

قسم المعلومات وتقنيات المعرفة/ الجامعة المستنصرية

drazzuhairi@gmail.com

تاريخ القبول 2024/11/19

تاريخ الاستلام 2024/11/10

### الملخص

تتناول الدراسة إشكالية تأثير الحمية التكنولوجية في تشكيل الإعلام الجديد، وتأثيرها على أنماط التواصل الاجتماعي والثقافي في الحاضر والمستقبل. كما تهدف إلى استكشاف التأثيرات الإيجابية والسلبية المحتملة للحمية التكنولوجية على العمل الإعلامي، وذلك من خلال تحليل تطور الوسائط الرقمية وتقييم تأثير التكنولوجيا على التفاعل والاتصال. تسعى الدراسة أيضاً إلى تقديم إضافة نظرية ومعرفية تدعم النقاش الأكاديمي حول دور التكنولوجيا في تطور الإعلام، وتوجيه الباحثين وصناع القرار نحو استراتيجيات فعّالة للتكيف مع هذا التغير السريع. وتبرز أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور التكنولوجيا في إعادة تشكيل الاتصال الجماهيري، خاصة في ظل الحاجة المتزايدة لفهم الحمية التكنولوجية كعنصر أساسي لتحليل الاتجاهات المستقبلية وتحديد التحديات التي تواجه المجتمعات جراء تغلغل التكنولوجيا في الحياة اليومية.

**الكلمات المفتاحية:** الحمية التكنولوجية، الاعلام البديل، الاعلام الجديد، تكنولوجيا المعلومات، المنصات الاعلامية.

### Abstract

*This study addresses the issue of the impact of technological determinism in shaping the nature of new media and its effect on social and cultural communication patterns, both present and future. It also aims to explore the potential positive and negative effects of technological determinism on the media field, by analyzing the development of digital media and assessing the impact of technology on interaction and communication. The study further seeks to provide a theoretical and cognitive contribution to support the academic discussion on the role of technology in the evolution of media, guiding researchers and decision-makers toward effective strategies to cope with this rapid change. The importance of the study lies in highlighting the role of technology in reshaping mass communication, particularly in*

*light of the growing need to understand technological determinism as a key element in analyzing future trends and identifying challenges facing societies due to the pervasive integration of technology into daily life. In addition, providing appropriate recommendations for media institutions to address the challenges posed by technological transformations.*

**Keywords:** *Technological Determinism, Alternative Media, New Media, Information Technology, Media Platforms.*

## المقدمة

تعد نظرية "الحمية التكنولوجية"، التي وضع أسسها الفيلسوف الكندي مارشال ماكلوهان، من النظريات المركزية في تفسير أثر التكنولوجيا على بنية المجتمع، إذ ترى أن التكنولوجيا تتجاوز دورها كأداة اتصال لتشكل بعمق الأفكار والسلوكيات والنظم الاجتماعية. ومع التطورات التقنية المتسارعة، أصبحت التكنولوجيا المحور الأساسي لتطور الإعلام الحديث، مما أسفر عن ظهور مفهوم "الإعلام الجديد" الذي يتضمن الوسائط الرقمية والمنصات التفاعلية، والتي باتت تؤثر بقوة على أساليب التواصل واستهلاك المحتوى.

من هذا المنطلق، تطرح الدراسة إشكالية حول مدى تأثير الحمية التكنولوجية في تشكيل الإعلام الجديد وأثرها على أنماط التواصل الاجتماعي والثقافي. وهل تشكل التكنولوجيا العامل المحوري في تطور الإعلام الجديد وتحديد مساراته؟ أم أن هناك عوامل اجتماعية وسياسية تسهم أيضاً في توجيه هذا التحول؟. في هذا السياق تسعى الدراسة إلى تقديم تحليل معمق لدور الحمية التكنولوجية في الإعلام الجديد عبر استعراض تطور الوسائط الرقمية وتقييم تأثير التكنولوجيا على التفاعل والاتصال.

وتأمل الدراسة في أن تقدم إضافة نظرية ومعرفية تدعم النقاش الأكاديمي حول دور التكنولوجيا في تشكيل الإعلام، وتوجيه الباحثين وصناع القرار نحو استراتيجيات فعّالة لمواكبة هذا التغير السريع. تبرز هذه الدراسة أهميتها من خلال الوقوف على دور التكنولوجيا في إعادة تشكيل الاتصال الجماهيري، خاصة في ظل الحاجة المتزايدة لفهم الحمية التكنولوجية كعنصر أساسي لتحليل الاتجاهات المستقبلية وتحديد التحديات التي تواجه المجتمعات في ظل تغلغل التكنولوجيا في الحياة اليومية.

ولتحقيق أهداف الدراسة، سيتم تبني المنهج الاستقرائي، والذي يتيح تتبع وتحليل المعلومات المتعلقة بتطور الإعلام الجديد ودور الحمية التكنولوجية، مما يعزز من إمكانية الوصول إلى استنتاجات موضوعية وشاملة حول الموضوع وتقديم توصيات ملائمة للمؤسسات الإعلامية لمواجهة التحديات التي تفرضها التحولات التكنولوجية.

## الدراسات السابقة

في الواقع، حظي موضوع الحمية التكنولوجية والإعلام الجديد باهتمام واسع في الأوساط الأكاديمية الغربية، حيث نُشرت حوله العديد من الدراسات والأبحاث. ومع ذلك، سعت هذه الدراسة إلى التركيز على الجهود العربية في هذا المجال، من خلال اختيار مجموعة من الدراسات المنشورة باللغة العربية على مدار فترات زمنية مختلفة، بهدف استعراض تطور المفهوم لدى الباحثين العرب. وبناءً على متغيرات الدراسة، سيتم اختيار أربع دراسات لكل متغير، على النحو التالي:

## أولاً: البحوث والدراسات حول نظرية الحمية التكنولوجية

1. دراسة (شيخاني، 2010) التي ركزت فيها على دور تكنولوجيا الإعلام الجديد في إعادة تشكيل القوى العاملة في المجتمعات، بنقله من عصر الثورة الصناعية إلى عصر جديد يُعرف بعصر المعلومات. الذي أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز بالعديد من السمات التي من أهمها: التفاعلية، تفتيت الاتصال، اللاتزامنية، قابلية التحويل، قابلية التوصيل، قابلية التحرك، الوسائط المتعددة، والشبوع والانتشار. حيث يعتمد هذا النمط الإعلامي الجديد على تقنيات الاتصال عن بُعد ويستخدم نوعاً متقدماً من التكنولوجيا التي تتميز بالتفاعلية والتعددية في الوسائط. لقد أحدثت تكنولوجيا الإعلام الجديد تحولات جذرية في صناعة الصحافة المطبوعة، وكذلك في صناعة السينما والإذاعة والتلفزيون. من أبرز هذه التحولات: استخدام أنظمة النشر المكتبي، النشر الإلكتروني، السينما الرقمية، السينما المنزلية، الراديو الرقمي، راديو الإنترنت، التلفزيون عالي الوضوح، التلفزيون الرقمي، التلفزيون الكابلي، والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية. وكان لهذه التحولات تأثيرات كبيرة على وسائل الاتصال الجماهيري، من أبرزها: اكتساب هذه الوسائل طابعاً دولياً، وانتقالها من المركزية إلى الإقليمية، بالإضافة إلى تحسين جودة المنتجات الإعلامية النهائية، خصوصاً فيما يتعلق بوظائفها الإخبارية.

2. دراسة (نور الدين، 2013) التي ترى فيها ان النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي تناولت دور الإعلام وتأثيره على المجتمعات. حيث يمكن النظر إلى وسائل الإعلام من منظورين: الأول يعتبرها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، بينما الثاني يرى أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي. عند النظر إليها كوسيلة لنشر المعلومات والترفيه، نركز على مضمونها وطريقة استخدامها. أما إذا نظرنا إليها كجزء من التحولات التكنولوجية التي تؤثر في المجتمع، فإننا نولي أهمية لتأثيراتها بعيداً عن مضمونها. وفقاً لماكلوهان، فإن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن فصله عن التكنولوجيا التي تعتمد عليها. فالكيفية التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات تؤثر على الجمهور، لكن تأثير التكنولوجيا نفسها على المجتمعات أكبر من تأثير المضمون. يؤمن ماكلوهان بما يمكن تسميته "الحمية

التكنولوجية"، حيث يرى أن الاختراعات التكنولوجية تؤثر بشكل أساسي على المجتمعات. ووفقاً له، فإن التحولات في الاتصال التكنولوجي تؤدي إلى تغييرات اجتماعية وإنسانية كبيرة، موضحاً أن وسائل الإعلام تحدد شكل النظام الاجتماعي وكيفية معالجته للمشاكل.

3. دراسة (قرناني، 2014) التي تناول فيها نظرية الحمية التكنولوجية واعتبرها أساساً لجميع الباحثين في علوم الإعلام والاتصال في الشرق والغرب، ومن منظوره لا تزال أفكار ماكلوهان تحظى بنقاش واسع في الأوساط الأكاديمية. ومع ذلك، تظل هذه الأفكار محل مراجعة ونقد، نظراً للتطور السريع في علوم الإعلام والاتصال، مما يجعل الحمية التكنولوجية غير متماشية مع تلك التغييرات الحديثة. من جهة أخرى، تمثل نظرية الحمية القيمة التي قدمها "عزي" اجتهاداً فكرياً في مجال الإعلام جديراً بالاهتمام. حيث يصعب استيعاب هذه النظرية عبر قراءة جزئية. ويجد العديد من القراء بعض المفاهيم الواردة فيها معقدة، إلا أن معانيها تتضح بعد تدقيق ودراسة. كما أن النظرية القيمة لم تهدف إلى إقصاء النظريات الأخرى، بل جاءت لتقديم رؤية متبصرة حول المسألة الإعلامية وتفسيرها وفق الانتماء الحضاري للأمم، خاصة في ظل واقع الإعلام العربي الذي يعتمد بشكل كبير على أفكار وأدوات الإعلام الغربي، مما يؤدي إلى إهمال البعد القيمي والاجتماعي الخاص بالبيئة المحلية.

4. دراسة (بو سعيد، 2017) التي تعتبر فيها نظرية الحمية التكنولوجية من النظريات المادية التي تتناول تأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على مشاعر الأفراد وأفكارهم وسلوكياتهم، وكذلك على التطور التاريخي للمجتمعات. حيث ترى ان ماكلوهان ينظر إلى التاريخ من منظور يمكن تسميته بـ"الحمية التكنولوجية"، إذ كان يؤمن أن الاختراعات التكنولوجية الكبرى هي التي تساهم بشكل أساسي في التغييرات الاجتماعية. والتي غالباً ما تحدث بفعل التحولات في وسائل الاتصال التكنولوجية. ففي رأيه، لا يمكن فهم التغييرات الاجتماعية والثقافية دون فهم كيفية عمل هذه التقنيات. تعتبر أفكار ماكلوهان مبتكرة ومختلفة عن النظريات السائدة في دراسات وسائل الإعلام، والتي كانت تركز على تأثير محتوى الرسالة الإعلامية. إذ كان يرى أن "محتوى وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه بمعزل عن تكنولوجيا الوسائل نفسها".

## ثانياً: البحوث والدراسات حول الاعلام الجديد

1. قدم (جاسم، 2017) دراسة تناول فيها تأثير التكنولوجيا الحديثة على الإعلام ودورها في تطوير وسائل الاتصال التقليدية، حيث يوضح أن ظهور التكنولوجيا الرقمية لم يقض على وسائل الاتصال السابقة، لكنه أضاف لها بُعداً جديداً وساهم في تطورها بشكل كبير. ويتناول البحث بشكل خاص "الإعلام الجديد" الذي نشأ مع تطور الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، مسلطاً الضوء على السمات والمميزات التي تميز هذا النوع من الإعلام، مثل الوصول العالمي الفوري،

وتقديم محتوى متنوع يتناسب مع الجمهور المتلقي. كما يتطرق إلى التغيرات التي أحدثتها الإعلام الجديد في المفاهيم التقليدية لوسائل الإعلام، واصفاً التحول الكبير الذي أوجده في البيئة الإعلامية، التي لم تعد مقتصرة على الأدوات التقليدية، بل تطورت لتشمل التكنولوجيا الرقمية التي تساهم في توسيع نطاق حرية التعبير وتبادل المعلومات.

2. دراسة (وليد، 2020) التي عرف فيها الإعلام الجديد على انه مفهوم يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يُنشر أو يُبث عبر وسائل إعلامية يصعب تصنيفها ضمن الوسائل التقليدية مثل الصحافة، الراديو، والتلفزيون. نشأ هذا النمط نتيجة للتطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، ويوفر الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل الاجتماعي كما يظهر في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت مثل فيسبوك وتويتر. ورغم أن الإنترنت ليس المثال الوحيد للإعلام الجديد، إلا أنه يُعتبر العامل الرئيسي الذي دفع لوصف هذا النمط من الإعلام بأنه "جديد". ويعبر الإعلام الجديد عن أساليب الاتصال الحديثة في البيئة الرقمية، مما يتيح للمجتمعات الصغيرة إمكانيات اللقاء والتجمع عبر الإنترنت لتبادل المعلومات والمنافع، مما يسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وآراء مجتمعاتهم للعالم بأسره. كما يتميز الإعلام الجديد بتنوع وسائله وسهولة استخدامه، مما أحدث تغييرات في أنماط السلوك المتعلقة بوسائل الاتصال، ويعتمد على دمج جميع وسائل الاتصال لتعزيز تجربة المستخدم في الوصول إلى المعلومات بشكل تفاعلي وشامل.

3. دراسة (بلقاسم، 2021) التي تطرق فيها إلى تاريخ أنظمة الاتصال الإنساني، وتوصل من خلالها إلى أن وسائل الإعلام الرقمية الحديثة لم تنشأ بشكل مفاجئ ومستقل، بل جاءت كنتيجة طبيعية لعملية تحول تدريجي من وسائل الإعلام التقليدية إلى نماذج جديدة، وهو تطور ساهم في استمراريتها وقدرتها على التكيف مع التغيرات البيئية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية. إذ إن نظام الاتصال الإنساني لا يمكن فصله عن المحيط الذي ينشأ فيه، كما لا يمكن دراسته بمعزل عن العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المختلفة. فكلما ظهر نمط اتصال جديد وتطور، فإنه يؤثر، وبدرجات متفاوتة، على كافة الأنماط القائمة الأخرى، مما يخلق بيئة مشتركة من التعايش والتطور بين وسائل الإعلام المختلفة. لقد أحدثت التكنولوجيا الحديثة تحولاً في حياتنا الواقعية، مما جعل العالم يعيش بين واقع افتراضي فرضته الثورة التكنولوجية الرابعة، وواقع مادي يتطور على مختلف الأصعدة. لذا، أصبح من الضروري التعامل مع الإعلام الجديد بمسؤولية أخلاقية، ووعي كامل بخصوصيات المجتمعات واحتياجاتها واهتماماتها، لضمان تحقيق استفادة مستدامة ومتوازنة من هذه الوسائل المتقدمة

4. دراسة (الزهيري، 2023) التي يعتبر فيها ان مشكلة الاتفاق على مصطلح شامل لمفهوم "الإعلام الجديد" من أبرز التحديات التي تواجه الباحثين في مجال الإعلام. فقد تنوعت آراء

العلماء حول هذا المصطلح، حيث يرى بعضهم أن الإعلام الجديد يمثل واقعاً جديداً، بينما يعتبره آخرون استمراراً لواقع قديم. فهو يرى أنه من غير المنطقي اعتبار الإعلام الجديد تجسيداً لواقع جديد، إذ يبدو أنه مجرد امتداد لما كان موجوداً سابقاً، خاصةً في ظل ملاحظة أن "الجديد" و"القديم" يسيران في مسارات متوازية. إذا كان الإعلام الجديد يُعتبر حقبة معاصرة، فإن هذا يعني أن النموذج القديم قد تراجع أو توقف، وهو ما لم يحدث على أرض الواقع.

## نظرية الحمية التكنولوجية

الحمية التكنولوجية عند مارشال ماكلوهان (McLuhan, 1964) تشير إلى الفكرة القائلة بأن التكنولوجيا، وخاصة وسائل الإعلام، هي التي تحدد الشكل والمحتوى والتوجهات الثقافية والاجتماعية للمجتمعات. وفقاً لماكلوهان، فإن كل تقنية إعلامية جديدة تخلق تحولات جذرية في كيفية إدراك البشر للعالم وتفاعلهم معه. على سبيل المثال، هو يرى أن اختراع الطباعة قد غير الوعي البشري بشكل جذري من خلال تمكين الفرد من الوصول إلى المعرفة بشكل غير محدود، بينما أدى اختراع وسائل الإعلام الإلكترونية مثل الراديو والتلفزيون إلى تحويل التجربة الاجتماعية والذهنية للأفراد. وفي هذا السياق يعتقد أن التكنولوجيا لا تعمل فقط كأداة في خدمة الإنسان، بل تشكل وتحدد سلوكه وثقافته، مما يجعل التقدم التكنولوجي قوة محورية في تشكيل التاريخ الاجتماعي والإنساني.

والحمية من وجهة نظري تعني أن الإنسان يصبح غير مخير في التكيف مع التكنولوجيا واستخدامها، حيث تجبره التغيرات السريعة والمتلاحقة على الانخراط في التقنيات الحديثة لتجنب العزلة الاجتماعية أو المهنية. في هذا السياق، تُعد التكنولوجيا قوة تُفرض على الأفراد والمجتمعات، بحيث يصبح من الصعب أو حتى المستحيل العيش بمعزل عنها دون أن يكون هناك نوع من الانفصال عن الحياة الاجتماعية والاقتصادية الحديثة.

لذا تعد دراسة نظرية الحمية التكنولوجية وعلاقتها بمجالي الاتصال والإعلام من المواضيع المركزية لفهم تأثيرات التكنولوجيا العميقة على المجتمعات والهياكل الاجتماعية والثقافية. هذه النظرية، كما بينها مارشال ماكلوهان عام (1964)، تشير إلى أن التكنولوجيا ليست مجرد أدوات محايدة، بل هي قوة تشكل المجتمع وتحدد طريقة التفاعل الإنساني. حيث تؤثر كل وسيلة تكنولوجية بشكل جوهري على كيفية إدراك الأفراد للعالم وتفاعلهم معه. وقد عبر ماكلوهان عن هذا التصور بمقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة"، التي تعني أن الوسيلة نفسها، مثل التلفاز أو الإنترنت، تلعب دوراً أكبر في تشكيل السلوكيات الاجتماعية من المحتوى الذي تنقله.

وفي سياق متصل يرى كل من (سويقات و عبد الإله، 2016). ان مفهوم "القرية العالمية" الذي طرحه ماكلوهان في عام 1967 مثلاً على استخدام التكنولوجيا لتعزيز التواصل البشري، حيث تمكنت الوسائل الإلكترونية من توحيد المجتمعات بشكل غير مسبوق، مما أتاح التفاعل الفوري

وتجاوز الحواجز الجغرافية والاجتماعية. وقد ساهم هذا المفهوم في تسليط الضوء على إمكانيات التكنولوجيا في تحقيق العولمة الثقافية، بحيث أصبحت الثقافة متاحة للجميع عبر وسائل الإعلام الحديثة، مما أدى إلى تبادل واسع للمعلومات والأفكار بين الشعوب.

من جهة أخرى، قدم ألفين توفلر (Toffler, 1980) في كتابه *(الموجة الثالثة)* رؤية متقدمة حول تأثير التكنولوجيا على حياة البشر، مشيراً إلى أن التكنولوجيا ليست مجرد أداة لدعم الحياة اليومية، بل هي قوة تحويلية تفرض تغييرات شاملة في جميع جوانب الحياة، مثل الانتقال من العصر الصناعي إلى عصر المعلومات. ويرى توفلر أن هذا التحول ينتج ما أسماه "صدمة المستقبل"، حيث يصبح التكيف مع التقدم التكنولوجي ضرورة ملحة للمجتمع. و من ضمن التوقعات التي طرحها توفلر هي الخوف من فقدان الوظائف التقليدية بسبب تقدم الآلات والتقنيات الجديدة. كان توفلر يتنبأ بتغيرات جذرية في سوق العمل، وهو ما تحقق جزئياً مع ظهور الذكاء الاصطناعي والأتمتة في الكثير من المجالات.

وفي المقابل، يوجد نقد لنظرية الحمية التكنولوجية يرى أنها اختزالية. حيث يشير دانييل تشاندلر (Chandler, 1995) إلى أن هذه النظرية تتجاهل دور العوامل الاقتصادية والسياسية والثقافية الأخرى في تشكيل المجتمع. ويعتبر تشاندلر أن النظرية تضع التكنولوجيا فوق إرادة الإنسان، مما يعطي انطباعاً بأن الأفراد غير قادرين على التحكم في مجتمعاتهم أو التأثير في مسارها. ويؤكد أن التغيير المجتمعي هو نتيجة تفاعل متعدد العوامل، حيث تلعب السياسة والاقتصاد والتعليم دوراً لا يقل أهمية عن التكنولوجيا.

وهناك موقف آخر اتخذته الناس ضد الحمية التكنولوجية من منطلق أن التكنولوجيا ليست عاملاً سببياً، بل هي أداة يمكن استخدامها للمساعدة في تطور المجتمع. وفي هذا السياق فسر المؤرخ الأمريكي (White, 1971)، "إن الجهاز الجديد لا يفعل أكثر من فتح الباب؛ مع هذا لا يجبر المرء على الدخول من خلاله". وهذا يعني أن التكنولوجيا تنتج التقدم إذا سمحنا لها بذلك. ويقول أكاديمي أمريكي آخر، إيثيل دي سولا بول، "إن التكنولوجيا تشكل بنية المعركة ولكن ليس كل نتائجها" (Finnegan, 1987). مما يعني أن التكنولوجيا تشكل عاملاً من عوامل التغيير، ولكن هناك عوامل أخرى أيضاً يمكن أن تدفع إلى التقدم.

## الإعلام الجديد من الرسالة الى الوسيلة

يشير الزهيري (2023، ص. 38) إلى أن النظر إلى مفهوم الإعلام الجديد بوصفه حالة من التجديد الفلسفي في الممارسة الإعلامية قد يؤدي إلى إحداث تغيير في رؤية الإعلام ورسالته، وذلك بتأثير التحولات التكنولوجية. ويبدو هذا كإشارة إلى نشوء "مدرسة إعلامية جديدة" تشابه تطور المدارس الفنية في الرسم والنحت، مما يوحي بتراجع النموذج الإعلامي القديم أو توقفه، ليحل محله نموذج جديد. لكن، لم يتحقق هذا التحول بشكل كامل حتى الآن. ومع ذلك، ومن خلال استعراض بعض الآراء حول مفهوم الإعلام الجديد، نجد إجماعاً شبه تام على دور التطورات التكنولوجية في

تحويل الممارسة الإعلامية إلى نمط جديد. إلا أن هناك اختلافات وتباينات في تفسير مسببات هذا التحول:

## 1. الإعلام الجديد كتحول تكنولوجي

يرى بعض الباحثين أن الإعلام الجديد هو نتاج مباشر للتقدم التكنولوجي، مثل الإنترنت والأجهزة الذكية، حيث أسهمت هذه الأدوات في تعزيز الاتصال الرقمي وسرعت من نشر المعلومات. وفقاً لهذا الرأي، يُعد الإعلام الجديد امتداداً للتكنولوجيا التي ساعدت في تطوير طرق التواصل مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

## 2. الإعلام الجديد كتحول ثقافي واجتماعي

تنظر وجهة النظر هذه إلى الإعلام الجديد كجزء من تغييرات اجتماعية وثقافية أوسع، حيث يعزز المشاركة المجتمعية ويشجع المستخدمين على التفاعل وإنشاء المحتوى بأنفسهم، مما يتيح ظهور منصات لتبادل الأفكار والتجارب بشكل أوسع. في هذا السياق، يُفهم الإعلام الجديد على أنه ليس مجرد تقنيات، بل بنية تفاعلية تقوم على قيم مجتمعية جديدة، مثل التعبير الذاتي ومشاركة الأفكار. وقد أشار جنكينز (Jenkins, 2011) إلى أن الإعلام الجديد يجمع بين الممارسات الثقافية القديمة والجديدة، ممهداً لثقافة تفاعلية تتجاوز الاتصال الأحادي المعتاد في الإعلام التقليدي.

## 3. الإعلام الجديد كإعلام متكامل ومتعدد الوسائط

ترى وجهة نظر أخرى أن الإعلام الجديد يمثل تكاملاً بين وسائل الإعلام التقليدية والتقنيات الرقمية، حيث يتعاونان معاً لإنتاج محتوى معقد ومتنوع يجمع بين النصوص، والصور، والفيديو، والموسيقى. هذا التكامل يعزز تجربة المستخدم ويوفر فرصاً أوسع للتفاعل ونقل المعلومات. ويؤكد مانوفيتش (Manovich, 2002) على أن الإعلام الجديد يوظف الرقمنة للتقارب بين وسائل الإعلام المتنوعة، مما يُنتج وسائط متعددة تعتمد على التكنولوجيا لتقديم المحتوى بطرق جديدة ومبتكرة.

## 4. الإعلام الجديد كمساحة مفتوحة ووسيلة ديمقراطية

يرى بعض الباحثين أن الإعلام الجديد يمثل أداة ديمقراطية تعزز حرية التعبير وتتيح للجميع المساهمة والمشاركة في بناء الأخبار والمعلومات. يركز هذا الرأي على تمكين الأفراد من نشر آرائهم بسهولة، بغض النظر عن قيود أو احتكارات الإعلام التقليدي. في هذا السياق، يُعتبر الإعلام الجديد ثورة إعلامية تقدم بدائل حرة ومستقلة عن القيود التقليدية. ويتفق مع هذا الرأي ليستر، دوفاي، وجيدينغز (Lister, Dovey, & Giddings, 2008)، الذين يرون أن الإعلام الجديد يوسع من حدود المشاركة الجماهيرية، مما يجعل الاتصال بين الأفراد أكثر انفتاحاً وتفاعلاً ويعزز مشاركة المجتمع في نشر المعلومات.

## 5. الإعلام الجديد كتوجه اقتصادي جديد في الإعلام

تركز وجهة نظر أخرى على الجانب الاقتصادي للإعلام الجديد، حيث أوجد نماذج اقتصادية جديدة تعتمد على الاقتصاد الرقمي، مثل الإعلانات الرقمية، والاشتراكات، والمحتوى المدفوع، التي تختلف عن أساليب تمويل الإعلام التقليدية. ووفقاً لهذا الرأي، يُعتبر الإعلام الجديد صناعة قائمة بحد ذاتها تعتمد على الاقتصاد الرقمي والمحتوى المبتكر. وقد أشار كاستلز (Castells, 2011) إلى أن الإعلام الجديد جزء من الاقتصاد الشبكي العالمي، إذ يعزز فرص الأعمال الرقمية ويخلق نماذج اقتصادية مختلفة تعتمد على التحليلات الرقمية والتفاعل المباشر مع الجمهور.

بناءً على ما سبق، يمكننا القول إن الإعلام الجديد يمثل نقلة نوعية في الطريقة التي يتم بها إيصال الرسالة الإعلامية للجمهور، حيث اعتمد على توظيف التقنيات الرقمية الحديثة لإحداث تغيير جذري في طريقة نقل المعلومات وتلقيها. ورغم أن الرسالة الأساسية للإعلام - وهي تقديم المعلومات للجمهور - لا تزال قائمة، إلا أن وسائل الإعلام الجديدة طورت من كيفية تقديم هذه الرسالة، مما جعل الوسيلة في بعض الأحيان أكثر تأثيراً على المجتمعات من مضمون الرسالة ذاته. وقد عبّر ماكلوهان وكما قدمنا سابقاً عن ذلك في مفهومه الشهير "الرسالة هي الوسيلة"، حيث أشار إلى أن الوسيلة الإعلامية تؤثر في المجتمع أكثر مما قد تفعله الرسالة الإعلامية ذاتها، لأن الوسيلة تغير من طريقة تفاعل الأفراد وتشكل بنيتهم الفكرية. على سبيل المثال، عندما يتلقى الجمهور الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه لا يتلقى الرسالة فقط، بل يعيش تجربة التفاعل معها عبر التعليقات، والإعجابات، وإعادة النشر. هذه التفاعلية تمنح الجمهور شعوراً بالمشاركة والتأثير، وهو ما يحدث أثراً اجتماعياً وثقافياً كبيراً.

بالمقابل، كانت الرسالة في الإعلام التقليدي تُنقل إلى الجمهور بشكل موحد وأحادي الاتجاه، وكان دور الوسيلة يقتصر على نقل المضمون (مثل التلفاز أو الصحف). أما في الإعلام الجديد، فيتيح هذا الأخير وصولاً أكبر وتفاعلاً مباشراً وفورياً مع المحتوى، مما يعزز شعور الأفراد بالانتماء والمشاركة. يوضح هذا أن الوسيلة نفسها اكتسبت أهمية كبرى، لأن طبيعة وسائل الإعلام الجديدة أوجدت تفاعلاً مغايراً وأساليب جديدة في استهلاك المحتوى، وبالتالي تأثيراً أعمق على الأفراد والمجتمعات.

ويُعتبر أبرز التحولات التي أحدثها الإعلام الجديد أنه جعل الجمهور جزءاً من العملية الإعلامية، بعد أن كان متلقياً سلبياً في الإعلام التقليدي. يشارك الجمهور الآن في صناعة المحتوى من خلال التغريدات، والمنشورات، والتعليقات، وإعادة نشر الأخبار، مما يُثري الحوار العام ويخلق بيئة إعلامية تتميز بتعدد وجهات النظر. وقد أدى ذلك إلى تغيير ديناميكية العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث أصبح الإعلام يعتمد على مشاركات وتفاعل الجمهور كجزء أساسي من العملية الإعلامية، وليس كاستجابة عابرة.

## المناقشة والاستنتاجات

تأثير الحمية التكنولوجية على الإعلام والمجتمع يتجلى من خلال التغيرات العميقة التي أحدثتها التكنولوجيا في أساليب العمل الإعلامي وفي علاقة الإعلام بالمجتمع. نستعرض فيما يلي تأثيرات الحمية التكنولوجية في عدة مجالات رئيسية:

### أولاً: تأثيرها على مبادئ وفلسفة العمل الإعلامي

يشهد العمل الإعلامي تحولاً جذرياً في مبادئه وفلسفته نتيجة للتطور التكنولوجي السريع، حيث لم يعد الإعلام مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات بشكل تقليدي، بل أصبح وسيلة تفاعلية تتيح للجمهور المشاركة الفاعلة. هذا التحول انعكس على عدة مبادئ أساسية:

1. أدت الحمية التكنولوجية إلى تسارع كبير في نقل الأحداث والأخبار، حيث أصبح لزاماً العمل بسرعة فائقة لتلبية تطلعات الجمهور في الحصول على المعلومات فور حدوثها. إلا أن هذا التسارع يشكل خطر على مصداقية المعلومات وصحتها، ما يفرض على المؤسسات الإعلامية تحقيق توازن دقيق بين سرعة النشر ودقة المعلومة.
2. تغيرت فلسفة العمل الإعلامي بشكل جذري مع الانتقال إلى المنصات الرقمية، حيث لم يعد الإعلام مقتصرًا على الصحف أو التلفاز التقليدي، بل أضحت أكثر تكاملاً مع العالم الرقمي. هذا التحول يعكس الاندماج العميق بين الإعلام والتكنولوجيا الرقمية، مما يتيح للجمهور الوصول إلى المحتوى الإعلامي بمرونة أكبر وبتكلفة أقل.
3. في الفلسفة التقليدية، كان الإعلام يُعنى بنقل المعلومات من جهة إلى الجمهور دون تفاعل مباشر. لكن التكنولوجيا غيرت هذا المبدأ، إذ بات الجمهور اليوم جزءاً من عملية الإعلام عبر التعليق والمشاركة في الأحداث بفضل إمكانيات التفاعل الفوري التي توفرها المنصات الحديثة.

### ثانياً: تأثيرها على المؤسسات الإعلامية

أثرت الحمية التكنولوجية بشكل كبير على المؤسسات الإعلامية، مما دفعها لتبني تغييرات عميقة في هيكلها ونماذج أعمالها لضمان البقاء والاستمرار في ظل العصر الرقمي. من أبرز هذه التأثيرات:

1. فرضت التكنولوجيا على المؤسسات الإعلامية تحديث بنيتها التنظيمية لتشمل فرقاً جديدة ومتخصصة، مثل إدارة المحتوى الرقمي وتحليل البيانات، مما يمكنها من الاستجابة السريعة للتطورات التكنولوجية وتلبية احتياجات الجمهور الرقمي.
2. أصبحت المؤسسات تعتمد على نماذج أكثر استدامة، كالاشتراكات الرقمية والإعلانات الإلكترونية، ما ساعدها على تقليل الاعتماد على الإعلانات التقليدية وضمان تدفقات إيرادات أكثر توافقاً مع البيئة الرقمية.

3. أدت التكنولوجيا إلى توسيع طرق توزيع المحتوى عبر منصات متعددة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات، مما ساعد المؤسسات على الوصول إلى جمهور أكبر وأكثر تنوعاً.
4. تواجه المؤسسات الإعلامية التقليدية تحدياً كبيراً من الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي، ما دفع بعضها للانتقال إلى النموذج الرقمي بالكامل، بينما اضطر البعض الآخر لإعادة تقييم استراتيجياته أو حتى إغلاق أبوابه في ظل المنافسة القوية.

### ثالثاً: تأثيرها على المحتوى الإعلامي

- ساهمت التكنولوجيا في إحداث تحولات جذرية في طبيعة المحتوى الإعلامي وطريقة عرضه، مما أثر في كيفية تفاعل الجمهور معه وأسهم في توسيع نطاق انتشاره. من أبرز هذه التأثيرات:
1. أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور أشكال جديدة ومتنوعة من المحتوى مثل المدونات، الفيديوهات القصيرة، البث المباشر، والبودكاست، مما أتاح للإعلام تقديم المعلومات بطرق أكثر تفاعلية وجاذبية، تناسب متطلبات الجمهور الحديث.
  2. وفرت البيانات التي تُجمع من تفاعلات الجمهور فرصاً لتخصيص المحتوى بحيث يتماشى مع اهتمامات فئات محددة. هذا التوجه نحو التخصيص عزز العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وجمهورها، حيث باتت تقدم محتوى يُراعي تفضيلات الأفراد.
  3. ساهمت تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) في جعل المحتوى الإعلامي أكثر قابلية للوصول، حيث أصبح الاهتمام باختيار الكلمات المفتاحية وتنظيم المحتوى بشكل جيد ضرورة لزيادة ظهور المحتوى الرقمي في نتائج البحث، ما يعزز إمكانية الوصول إليه بشكل أسرع وأوسع.
  4. أصبحت المنصات الرقمية أداة فعالة في نشر المعلومات على نطاق عالمي خلال دقائق، مما يعزز الوصول السريع للأخبار والمستجدات. إلا أن هذه السرعة تفرض تحديات أمام المؤسسات الإعلامية للتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها، حفاظاً على مصداقيتها أمام الجمهور.

### رابعاً: تأثيرها على الإعلاميين

- أدت التكنولوجيا إلى تغيير أساسي في دور الإعلاميين ومهاراتهم المطلوبة، حيث أصبح الإعلاميون مطالبين بمهارات أوسع وأدوار جديدة تتماشى مع البيئة الرقمية الحديثة. أبرز هذه التأثيرات:
1. لم يعد كافياً أن يكون الإعلامي قادراً على كتابة التقارير أو تقديم الأخبار، بل أصبح من الضروري امتلاك مهارات في تحرير الفيديو، التصوير، والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ليتمكن من تلبية متطلبات السوق الإعلامي المتسارعة التغير.

2. تواجه الإعلاميين ضغوطاً متزايدة للموازنة بين الاستجابة السريعة للجمهور ومواكبة المستجدات دون الإخلال بمصداقية الأخبار، ما يستدعي منهم الالتزام بمعايير مهنية أكثر صرامة لتجنب الأخطاء في نقل المعلومات.
3. تطور دور الإعلاميين ليتجاوز تقديم الأخبار إلى التفاعل المباشر مع الجمهور وتعزيز الحضور الشخصي على المنصات الرقمية، ما يتطلب منهم الاهتمام ببناء العلامة الشخصية واكتساب مهارات التواصل الاجتماعي.
4. بات الإعلاميون مطالبين بمهارات متعددة تشمل التحليل، الكتابة الإبداعية، وإدارة المحتوى الرقمي، ليصبحوا قادرين على إدارة مختلف جوانب العمل الإعلامي بفعالية، مما يعزز قدرتهم على التفاعل مع الجمهور بطرق مبتكرة.
5. مع التقدم التكنولوجي السريع، يتجه الإعلام نحو التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي والأتمتة، مما يغير توقعات الجمهور من الإعلاميين ويدفعهم إلى تطوير مهارات جديدة مثل تحليل البيانات وإدارة الأدوات الرقمية، ليظلوا قادرين على تلبية احتياجات الصناعة الإعلامية في المستقبل.

#### خامساً: تأثيرها على المجتمع المتلقي

- ساهمت التكنولوجيا في تغيير كيفية تلقي المجتمع للمحتوى الإعلامي، مما أثر على مستوى المشاركة والوعي المجتمعي بطرق مختلفة، وأبرز هذه التأثيرات تشمل:
1. مكنت التكنولوجيا الأفراد من التفاعل المباشر مع الإعلام من خلال منصات التواصل الاجتماعي، مما أتاح لهم التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات العامة ونقل تجاربهم، ليصبح الجمهور شريكاً فاعلاً في صناعة الإعلام بدلاً من كونه متلقياً سلبياً.
  2. منحت التقنيات الحديثة للمجتمع فرصة الوصول إلى محتوى إعلامي من خلفيات ثقافية متنوعة، مما سهل انتشار الثقافات وأدى إلى تعزيز التفاهم والتواصل بين الشعوب، ليصبح الجمهور أكثر انفتاحاً على تجارب وآراء مختلفة.
  3. تتيح التكنولوجيا وصول الأفراد إلى المعلومات والأخبار لحظياً، ما يساعدهم على متابعة القضايا والأحداث العالمية بصورة مستمرة. هذا الوصول السريع يعزز من وعي الجمهور ويسهم في تنمية قدراتهم على التحليل والتفاعل مع القضايا العامة، ليصبحوا أكثر اطلاعاً على القضايا المحيطة بهم.
  4. مكنت التكنولوجيا المجتمع من التعبير عن آرائهم بحرية، مما جعل الرأي العام أكثر تأثيراً على صناعة القرار والسياسات العامة، حيث باتت وسائل الإعلام تتأثر بتوجهات الجمهور وتطلعاته، لتعكس بذلك تفاعلات المجتمع وآراءه بشكل أكبر.

تلك التأثيرات، التي فرضتها الحمية التكنولوجية، أثرت بشكل مباشر على مختلف جوانب الإعلام وعلاقته بالمجتمع، مما أدى إلى تطوير الإعلام ليصبح أكثر تفاعلاً وشمولاً للأفراد والثقافات المختلفة. مع هذا ورغم الفوائد التي تقدمها التكنولوجيا للإعلام، فإن هناك جوانب سلبية عدة تفرضها الحمية التكنولوجية قد تؤثر على هذا القطاع بشكل عام، ومنها:

1. مع تزايد الاعتماد على السرعة في نشر الأخبار، قد تتراجع الدقة والمصداقية؛ حيث تسعى المؤسسات الإعلامية إلىسبق الصحفي مما يؤدي إلى نشر معلومات غير مؤكدة أو خاطئة أحياناً، مما يضر بثقة الجمهور.

2. يتطلب العمل الإعلامي مهارات تقنية متنوعة تشمل التصوير، والتحرير، وإدارة التفاعل الرقمي، مما يضيف عبئاً إضافياً على الإعلاميين الذين قد يجدون صعوبة في التكيف السريع مع هذه المتطلبات.

3. مع التركيز الكبير على تفاعل الجمهور والمحتوى الشائع، قد تتراجع المعايير المهنية لصالح المحتوى التفاعلي، مما يؤثر على جودة الرسائل الإعلامية ويعزز من انتشار الأخبار الزائفة والمحتوى المثير فقط لجذب التفاعل.

4. هيمنة شركات التكنولوجيا على المنصات الإعلامية يضعف من استقلالية المؤسسات الإعلامية، حيث يعتمد الإعلام بشكل كبير على المنصات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وجوجل، مما يعرضه لتغيرات سياسات هذه الشركات ويؤثر على حرية نشر المحتوى.

5. قد تؤدي خوارزميات التوصيات إلى توجيه الجمهور نحو محتوى معين حسب تفضيلاتهم السابقة، مما يحد من تنوع المحتوى الذي يصل إليهم ويعزز ما يعرف بفقاعات المعلومات، حيث يتعرض الأفراد لرؤى وآراء متشابهة دون الاطلاع على وجهات نظر مختلفة.

6. يعتمد الإعلام الرقمي على جمع وتحليل بيانات الجمهور بشكل مستمر، مما يثير مخاوف حول الخصوصية وسلامة المعلومات الشخصية، وهو تحدٍ يتطلب مراقبة دقيقة لحماية بيانات المستخدمين.

7. في ظل التطورات التكنولوجية، أصبح التلاعب بالمعلومات والأخبار الزائفة أمراً شائعاً، حيث يمكن لأطراف مختلفة استغلال التكنولوجيا لنشر معلومات مغلوطة تؤثر على الرأي العام وتهدد استقرار المجتمعات.

هذه التحديات تتطلب من المؤسسات الإعلامية العمل على تحقيق توازن بين الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية والحفاظ على المبادئ المهنية والأخلاقية لضمان تقديم محتوى ذو مصداقية وفعالية في نفس الوقت.

## التوصيات

بناءً على المناقشة والاستنتاجات المتعلقة بتأثير الحمية التكنولوجية على الإعلام والمجتمع، نقدم التوصيات التالية:

1. على المؤسسات الإعلامية وضع معايير صارمة لضمان دقة المعلومات قبل نشرها، حتى في ظل الضغوط المتعلقة بسرعة نقل الأخبار. يمكن تحقيق ذلك من خلال تكثيف عمليات التحقق ومراقبة المصادر والتفاعل مع الجمهور حول مصداقية المحتوى.
  2. نظراً لتزايد الاعتماد على التكنولوجيا، يجب أن تهتم المؤسسات الإعلامية بتدريب إعلامييها على المهارات الرقمية مثل تحرير الفيديو، إدارة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل البيانات، لتأهيلهم للعمل في البيئة الرقمية المتطورة.
  3. لضمان جودة الرسائل الإعلامية، ينبغي للمؤسسات الإعلامية التركيز على إنتاج محتوى هادف يعزز من معايير المهنية بعيداً عن السعي فقط وراء المحتوى المثير للتفاعل، مما يساهم في تقليل انتشار الأخبار الزائفة.
  4. يجب على المؤسسات الإعلامية تقليل اعتمادها على شركات التكنولوجيا ومنصات التواصل الاجتماعي الكبرى، عبر تطوير منصات خاصة بها، مما يمكنها من حماية استقلالية قراراتها وتوجهاتها التحريرية.
  5. لضمان أمان بيانات الجمهور، ينبغي للمؤسسات الإعلامية تبني سياسات واضحة وشفافة لجمع وحماية بيانات المستخدمين، والتوعية بأهمية الخصوصية الرقمية.
  6. لتشجيع جمهورها على متابعة محتوى متنوع ومتوازن، على المؤسسات الإعلامية تقليل الاعتماد على الخوارزميات التي تحدد المحتوى بناءً على التفضيلات السابقة، وتقديم محتوى يعكس مختلف الآراء ووجهات النظر.
  7. على المؤسسات الإعلامية تنظيم حملات توعية للمجتمع حول كيفية التحقق من مصداقية المعلومات والتمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة، وذلك من خلال تقديم أدوات وموارد توعوية تساعد الجمهور على تطوير مهارات النقد الإعلامي.
  8. يشكل تطور التكنولوجيا تحديات مستمرة، مما يستدعي إجراء دراسات وبحوث مستمرة لتقييم تأثير هذه التحديات واستحداث استراتيجيات فعالة للاستفادة منها في تطوير الإعلام.
  9. ينبغي للمؤسسات الأكاديمية دعم الأبحاث والنقاشات حول دور التكنولوجيا في تطوير الإعلام، لتمكين الباحثين وصناع القرار من وضع استراتيجيات تتماشى مع التحولات الرقمية السريعة.
- بتنفيذ هذه التوصيات، يمكن للمؤسسات الإعلامية والمجتمع تحقيق توازن فعال بين الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة والحفاظ على معايير الجودة والمصداقية في الإعلام.

## الهوامش والمراجع

1. الهذبة مناجلية . (2015). الإعلام الجديد: الواقع و الخصائص. *دراسات وأبحاث*، 465-455.
2. Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. N.Y.: John wiley & sons.
3. Chandler, D. (1995). *Technological or media determinism*. Retrieved 11 8, 2024, from <https://shaunlebron.github.io/chandler-1995.pdf>
4. Finnegan, R. (1987). Retrieved 11 8, 2024, from [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39370669/img-X21153318-libre.pdf?1445601560=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGeographical\\_Inequalities\\_The\\_Spatial\\_Bi.pdf&Expires=1731104933&Signature=E6GrrzQuLp0WTDwhzmDXHFt6nOjreholDEPoRKKqcYWFc364](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39370669/img-X21153318-libre.pdf?1445601560=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGeographical_Inequalities_The_Spatial_Bi.pdf&Expires=1731104933&Signature=E6GrrzQuLp0WTDwhzmDXHFt6nOjreholDEPoRKKqcYWFc364)
5. Hauer, T. (2017). *Technological determinism and new media*. *International Journal of English, Literature and Social Science*, 1-4. Retrieved 11 7, 2024, from [https://ijels.com/upload\\_document/issue\\_files/1%20IJELS-MAR-2017-8-Technological%20determinism%20and%20new%20media.pdf](https://ijels.com/upload_document/issue_files/1%20IJELS-MAR-2017-8-Technological%20determinism%20and%20new%20media.pdf)
6. Jenkins, H. (2011). *Convergence culture. Where old and new media collide*. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 129-133.
7. Lister , M., Dovey, J., & Giddings, S. (2008). *New Media A Critical Introduction*. N.Y.: Routledge.
8. Logan, R. (2011). *McLuhan misunderstood: setting the record straight*. *Razón y palabra*.
9. Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Massachusetts: MIT press.
10. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Canada: McGraw-Hill.
11. Negroponte, N. (2015). *Being Digital*. United States: Alfred A. Knopf, Inc.
12. Salsone, B., Stein, P., & Parsons, K. (2020, 2024 11 8). *Technological Determinism*. Retrieved from *Science Technology and Society a Student Led Exploration*: <https://opentextbooks.clemson.edu/sciencetechnologyandsociety/chapter/technological-determinism/>
13. Toffler, A. (1980). *THE THIRD WAVE: The corporate identity crisis*. *Management Review*.
14. White, L. (1971). *Medieval technology and Social Change*. london: Oxford University Press.
15. السهلي بلقاسم. (2021). الإعلام الرقمي الجديد، بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، 33-15.
16. بشرى جميل اسماعيل. (2011). مدخل الاعلام الجديد المفهوم والنماذج. *الباحث الاعلامي*، 9-25.
17. بن عبو وليد. (2020). الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينهما. *مجلة الراصد العلمي*، 24-47.

18. تواتي نور الدين. (2013). ماكلوهان مارشال... قراءة في نظرياته بين الأمس و اليوم. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 177-190.
19. جون هارتلي. (2007). الصناعات الابداعية. الكويت.
20. رندة بو سعيد. (2017). التغيير الاجتماعي والحمية التكنولوجية لوسائل الإعلام (قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان). مجلة سوسيولوجيا، 37-52.
21. سميرة شيخاني. (2010). الاعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق، 435-480.
22. طلال ناظم الزهيري. (2023). قراءة مفاهيمية للإعلام الجديد وفقاً لنموذج شانون ويفر للإتصال. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، 35-44.
23. لبنى سويقات، و عبد القادر عبد الإله. (2016). الحمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني. مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، 875-899.
24. مؤيد نصيف جاسم. (2017). مقارنة تحليلية بين الإعلام الجديد و التقليدي. الباحث الاعلامي، 59-76.
25. ياسين قرناني. (2014). قراءة تحليلية لنظرية الحمية التكنولوجية والحمية القيمة. -بين مارشال ماكلوهان و عبد الرحمن عزي. مجلة العلوم الاجتماعية، 65-73.