

المحاضرة الاولى

وظائف الاعلام الجديد

ويمكن استنباط العديد من الوظائف للإعلام الجديد وهي على النحو التالي :

1. سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها مع وضوح ذكر مصدرها.
2. وضوح المعلومة أو الخبر المنوي نقله دون لبس، ولكن بنفس الوقت دون إطالة مملة فنحن الآن نحيا في عصر السرعة .
3. احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجوداً فيه في كل مكان، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز يشكل أعمى ممجداً الأشخاص والهيئات بطريقة منفرة جداً.
4. إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي فيما يعرف بالبحث المتبادل .

المدونات في الاعلام الجديد

هي يوميات شخصية على الشبكة يتم ادراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وارساله اور الاتصال بالشبكة الظهر على صفحة الموقع المعني - وهي تمزج . بين المعلومات والآراء كما تترافق مع ربط بمصدر أسيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها، وأول مدونة من هذا الصلف ترجع إلى 7 تشرين الأول / أكتوبر تحت اسم منيلا. وهي منسوبة إلى دايف وينر، مبرمج لحد البرامج الالكترونية الأكثر شيوعاً ومطورة تحت اسم منيلا .

والمدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صورته عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام الية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ اللحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى المدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.

ان مدونات الإنترنت تعتبر واحداً من أهم تطبيقاتك الإعلام الجديد هو البلوغ Blog أو ويب اوج Weblog ما اطاق عليه عربياً المدونة و هي عبارة عن موقع على الإنترنت يستخدم كصحيفة يوميات إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على

موضوع معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية، ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص. والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات المدونات أخرى مواقع إنترنت أو وسائط أخرى. متعلقة بالمقالة.

انتشرت المدونات الإلكترونية بشكل ملحوظ وملفت للنظر على شبكة الإنترنت، واتخذ التدوين الإلكتروني خطاً مميزاً له بين المواقع الإلكترونية، ويقول الدكتور هشام عطية عبد المقصود: "وفي هذا السياق يرى الباحثون أن المدونات أعادت تنشيط المجال السياسي ودعم مشاركة المواطنين، نتيجة كونها تنمو بمعدلات مؤثرة وتتيح قدرات تفاعلية عبر الروابط والنصوص الفائقة والإحالات لمختلف المصادر .

كما وجد الباحثون أن المدونات السياسية ترتبط ببعضها بصورة مكثفة، تعيد دمج مجموعات منفصلة متنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالاً عاماً، ولذلك فهي من خلال مواصفات هيكلية في بنيتها تكون مجالاً عاماً مثالياً من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها، ومن محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص وكل ذلك يتم في دقائق معدودة كما أنها تملح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع .

ويرى الدكتور مصطفى عباس صادق إن صحافة المدونات الإلكترونية هي صحافة الإنترنت وبالحديث عن التدوين العربي يرى أن المدونات العربية هي صحافة المواطن العادي ويقول: تمر صحافة الإنترنت مع التطور التكنولوجي الذي بات يعرفه عالم الإنترنت، بالإضافة إلى التطور الملحوظ أيضاً في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالمرحلة أو الموجة الثالثة التي نعيشها الآن، تلك التي تتميز أساساً باستعمالها الوسائط المتعددة الاتصال (Multi Media) كما تتميز صحافة الإنترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات، أنها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثم من طرف صحافيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلق للتعبير عن آرائهم التي تواجه في الغالب بمقص الرقيب في الدول العربية، الأمر الذي أدى بالعديد من الصحافية في الإنترنت لأن تصبح صحافة المواطن. هذه الصحافة التي اعتبرها البعض بأنها (نشاط) للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وبأن هذه المشاركة تتم بنية من الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها التجارب ومستقلة تستجيب لمطالبات الديمقراطية".

في ضوء ما تقدم يتضح أن صحافة الإنترنت أو صحافة المواطن المتمثلة بالمدونات هي الصحافة التي ستخلف الصحافة الورقية صاحبة الجلالة، وهي الصحافة الجديدة الوافدة، كما يراها ياسر بكر في كتابه الإعلام البديل، بالقول: "تشير الدلائل كلها وأغلب الدراسات المتخصصة، إلى أن الصحافة الورقية في طريقها لتحتل مكانها في متحف التاريخ، شأن كل الأشياء الجميلة التي أسعدت البشرية، وبانتهاء دورها انسحبت في جلال لتمنح الفرصة، الوافد جديد قادر على العطاء وإسعاد الإنسان" .. وتورد موسوعة ويكيبيديا رأياً حول المدونات الإلكترونية (Weblog) أو (Blog) بأنها: منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس. وتختلف هذه المدونات من حيث الإمكانيات والإطارات الفنية وهي :

أ. انواع المدونات الإلكترونية

1. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية: (Link Blogs)، هذا النوع من المدونات الإلكترونية التي تم نشرها لأول مرة على شبكة الإنترنت والتي تسمى (Webblog) تحتوي على العديد من الروابط التي يوصي بزيارتها صاحب المدونة.
2. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية: (Online Diary Blogs) تعتبر هذه المدونات كدفتر ملاحظات يسجل فيها مالكها ما يدور حوله وبخلده في ذلك اليوم وهي عادة لا تحتوي على روابط لمواقع أخرى .
3. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات (Article Blogs)، وهي بمجموعها عبارة عن تعليقات واستعراض للأخبار والحوادث والتقارير، وتبتعد لحد الآن عن كتابة الملاحظات الخاصة، والأحداث التي تقتصر على مالك هذه المدونة.
4. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور (Photo Blogs)، تتخصص هذه المدونات بنوع محدد، وهو عرض الصور، التي يرى أصحابها بأنها ذات فائدة، ومهمة لزوار الموقع مثل صورة اليوم.
5. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي: (Podcast Blogs)، هذه المدونات هي بمثابة موقع بث إذاعي، يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة، يرى صاحب المدونة بأنها مفيدة للمستمع، أو يرغب بأن يستمع إليها عدد كبير من الزوار، فيقوم بتسجيلها ووضعها على المدونة، وهي عبارة عن ملفات صوتية بصيغة (mp3).

6. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي: (Videocast Blogs)، تعتبر هذه المدونات من أحدث ما توصلت إليه التدوينات الإلكترونية، فهي مماثلة إلى حد ما البث الإذاعي (Podcasts)، لكن الاختلاف فيها أنها تكون على شكل فيديو فيلم.
7. المدونات الإلكترونية المنوعة : تضم هذه المدونات كافة أنواع التدوين السالفة الذكر، ويأتي تنوعها من إسمها .
8. المدونات الإلكترونية الجماعية كل المدونات السابقة يقوم شخص واحد بكتابة إحداها وتنسب إليه، ما عدا هذه المدونات التي يتولى إعدادها والكتابة فيها مجموعة من الأشخاص وإذا كانت المدونات الشخصية للمتعة فقط، فإن المدونات التحريرية يقوم بكتابتها وتحريرها محررون أكفاء، ومن الجدير بالذكر هنا أن العديد من الشركات والمنظمات والمدارس مدوناتها الخاصة بها تكون على تواصل مستمر مع زوارها وإطلاعهم على الجديد لديها من الأخبار والأحداث والأمور المتعلقة بها.

ويتساءل "Robert Scoble & Shel Israel" في كتابهما "Conversations دور المدونة في عالم الأعمال؟ وكيف يمكن الاستفادة منها؟ ، ويضيفان أنه من خلال محادثة واحدة مفتوحة وبدون ضوابط، يمكن أن تتغير طريقة التعامل مع "الزبائن" العملاء).

ب. كتابة المدونة الإلكترونية

أصبح التدوين الإلكتروني بفضل التقنية الحديثة من الأمور السهلة المتاحة، وقد انتشر مصطلح استخدام التدوين الإلكتروني بين عموم الناس، ويتمثل التدوين الإلكتروني بطرق عديدة لإيصال الفكرة الخاصة لصاحب المدونة.

1. خدمات التدوين الإلكتروني: حتى يتمكن المرء من إنشاء مدونة إلكترونية خاصة، عليه أن ينشأ حساب على أحد المواقع، ثم يمكنه التدوين مباشرة، وتعتبر خدمة (Blogger) من أهم خدمات التدوين، ويعرفها معهد ستايل بالقول: "تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت

بنسخها بشكل منفصل عليه حيث يعني ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي".

2. برامج التدوين الإلكتروني : تنقسم هذه البرامج إلى ثلاثة أنواع

النوع الأول: يمكن تشغيله " من سطح المكتب، وذلك بإنشاء مدونة كاملة ومن ثم نسخها ووضعها على خدمة الويب الخاصة بك، ويتميز هذا النوع بسهولة التحكم بالمدونة وإرسالها لمن تريد

النوع الثاني: يكون مثبت على جهازك الخاص، ويتطلب منك فقط الدخول إلى خدمة التدوين الإلكتروني، وتمنح هذه الخاصية خيارات عديدة للتحكم في المدونة، عند التعامل مع خدمة التدوين.

النوع الثالث: هو كتابة ونشر المدونة على نفس الموقع، الذي أنشأت عليه موقعك.

ج. إقبال القراء على المدونة

من الضروري تسجيل المدونة على محرك البحث، حتى يتمكن الزائرون من الوصول إليها، كذلك باستطاعة المرء وضع مدونته في دليل المدونات الإلكترونية مثل موقع (Catalg Blog)

د. التفكير قبل التدوين

قبل أن يبدأ المرء بنشر مدونته، عليه أن يضع في حسابه أمرين مهمين أولهما: إذا كانت المدونة عامة ومتاح للجميع قراءتها، وقد يكون منهم أفراد عائلته وأقاربه وجيرانه، فعليه أن يتخذ الحيطة والحذر بما يكتب وينشر ثانيهما: إنه أن يتمكن من إزالة المادة الأصلية من شبكة الإنترنت حتى لو قام بإزالتها من موقعه الإلكتروني، ومن الضروري. التفكير بامعان وبجدية ودقة، في كل مادة يكتبها في المدونة، وكل تعليق على شبكة الإنترنت .

ونخلص إلى القول: إن ظاهرة المدونات أصبحت من المسلمات البيديهية في عالم الإنترنت ووسائل الإعلام الإلكترونية والاجتماعية الجديدة، وهي تجميداً المصطلح (صحافة المواطن) التي هي إحدى ثمرات الإعلام الجديد، وإن هذه المدونات عادة ما يصدرها أشخاص بمفردهم. أو مجموعة من الناس متعاونين فيما بينهم، ويهدفون من

خلالها نشر أفكار أو آراء سياسة وثقافية واجتماعية وغيرها، أو حتى جعلها فسحة للترفيه وقهر الزمن، يقصدون من ورائها خلق اعوان ومؤيدين لهم واصدقاء في عالم افتراضي. وأصبحت هذه المدونات تنتشر على مواقع الويب بشكل كبير لسهولة تصميمها وقلة تكلفتها، حيث تقدم مواقع مثل: (مدونات غوغل Google Blogs) خدمة مجانية التدوين، إضافة إلى برامج مهمة ومجالية تساعد في إنشاء هذه المدونات التي لا تحتاج إلى مهارات كثيرة في التصميم والبرمجة وهي بالتالي مبسطة ومن السهولة الوصول إليها.

الإعلام الجديد وعناصر العملية الاتصالية

العناصر الأساسية لعملية الاتصال

❖ العنصر الأول المرسل (المصدر Sender)

هو المسؤول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات والتجارب والاتجاهات وقد يكون شخص يتكلم أو يؤشر أو يرسم أو، أفراداً في مؤسسة إعلامية وتوجيهية كالمدرس وكاتب المقال الصحفي، والخطيب والممثل، ..الخ. هؤلاء يعملون على أو إعداد معلومات بعضها رسمي (official) كما في الحديث الـ TV، ودوائر الإرشاد، والمحاضرة المدرسية والجامعية، والآخر تلقائي (spontaneous) مثلما نتحدث أو نتصرف مع الآخرين، أو مع ذواتنا، وهناك متغيرات تؤثر تأثيراً حاسماً في عملية الإعداد والتوجيه من قبل المرسل أو منشئ الرسالة الاتصالية، كالمستوى الثقافي والعمر، والديانة، والبيئة ومدى الالتزام بالقيم والتقاليد والسياق الجمعي الذي يعيش في ظله الفرد وهكذا، ويؤثر

المرسل في العملية الاتصالية تأثيراً كبيراً من خلال الآتي :

- مصداقية المرسل / (truth sender) أو قابليته للتصديق، وهذا بالطبع يرتبط إلى حد كبير بمركزه الاجتماعي والوظيفي، ذلك إننا نصدق الرسائل أو المعلومات التي ترد من ذوي المراكز الاجتماعية المرموقة أو المتخصصين في سياق الحديث أو المنجز الاتصالي قيد التأثير.
- نية المرسل / (resolution sender) أي نية ومقاصد وأهداف المرسل تجاه الرسالة أولاً (مدى إيمانه) بما يقول أو يكتب أو ينشئ، وثانياً يتعلق بهدف الاتصال عرضه رسمياً تلقائياً وكما كانت نوايا ومقاصد المرسل معروفة للمتلقي على إنها متعمدة ومجبرة وقرية ومخططة كانت درجة التأثير قليلة.

❖ العنصر الثاني الرسالة (الفكرة Message)

هي الأفكار والمفاهيم والاحساسات التي يحرص المرسل على نقلها أو إشراك الآخرين روهي فيها، مثل محاضرة المدرس، عمود صحفي، مسرحية تاريخية، لوحة تعبيرية. والرسالة شكل له معنى يحتوي على مضمون قابل للنقل بالرموز عبر الوسائل المتاحة) فالمرسل عبر الإذاعة يصوغ الرسالة بحيث يمكن نقلها بالراديو، والمقال السياسي عبر الصحيفة أو المجلة،

والموضوع الذي يحمل أهمية شخصية بالمواجهة المباشرة... وهكذا، ذلك ان لكل وسيلة سملت خاصة بها تحكمها، قدراتها الترميزية والانتشارية ومديات استخداماتها .

❖ العنصر الثالث الوسيلة (القناة Media)

وهي الشكل أو الرمز أو اللغة أو القناة التي يستخدمها المرسل ليعبر عن رسالته أو ما يرغب في التوجه به من أفكار أو معلومات وقد تكون وسائل لفظية (منطوقة) كالحديث بين شخصين ، والمحاضرات والندوات والخطب أو مكتوبة مثل الكتب والمقالات والصحف، وقد تكون غير لفظية كالصور والرسومات والنماذج والخرائط واللوحات وتعبيرات الجسم والتماثيل... الخ. وهنا لابد من الإشارة الى ان ما يميز كل وسيلة من هذه الوسائل الإلكترونية منها ام البدائية هي القدرة على نقل الرموز الى مجموعات متباينة من الأفراد من حيث الرقعة الجغرافية وعدد ونوع الذين يتلقون الرسالة (جمهورها). ولكل وسيلة ميزاتها التي تجعلها متفوقة ومقبولة عن الأخرى ، وبشكل عام فان (انتقاء) selection الوسيلة المثلى من بين العديد من الوسائل المتاحة غالباً ما يتسق مع المضمون (content) أو المعنى قيد النقل، فضلاً على ما تمليه مرجعيات المتلقي الثقافية والدينية والعمرية. والبيئية، بمثلما تخضع للمرسل عند تشكيله الرسالة، ويعد الهدف القصدي عاملاً أساسياً في استخدام الوسائل في ظل التطور الهائل والمتسارع لقنوات الاتصال .

❖ العنصر الرابع المستقبل (المتلقي Receiver)

وهو الفرد أو الجماعة أو الجمهور التي يوجه اليها المرسل رسالته رغبة في إشراكهم في المعلومات والأفكار والمهارات ، والمستقبل (المتلقي) قد يكون فرد كالصديق الذي يتحدث إلى زميله ، والطلبة في حجرة الدراسة، والجماهير المستمعة للراديو أو ال TV أو قراء الصحف اليومية، أو متلقي مسرحية أو معرض تشكيلي، والجالسين يستمعون الى محاضرة. ولما كانت عملية الاتصال الفعال (Effective Communication) تأخذ في اعتبارها طبيعة الجمهور الموجه إليه الرسالة كمحدد أساسي لنجاح العملية الاتصالية ، لذا فان خطوة تحديد معالم فئات الجمهور تعتبر خطوة أساسية ولازمة لهذا النجاح فهناك الجمهور النوعي، وهو الذي يتسم بتقارب ثقافي أو مهني لموضوع

الرسالة كما في جمهور الفن المسرحي والفن التشكيلي والنحت، والشعر، وجمهور رياضة معينة . أما النوع الآخر فهو الجمهور العام، وهو الذي يشير الى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية يختلفون في مراكزهم الاجتماعية وثقافتهم ، غير متجانسين فكرياً وعمرياً كل فرد للآخر مجهول الهوية، وغالباً ما يجمعهم حدث

عام ، كما في الظروف الاجتماعية والسياسية، التي تتحدث عنها وسائل الإعلام، أو عن مرض خطير أو حدث سياسي هام تتحدث عنه محطات الـ TV والراديو.

❖ العنصر الخامس التغذية المسترجعة (Feed Back)

وهي الإجابة أو الرسالة المضادة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل (أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له، ويظهر الرجوع رد الفعل من خلال حركة أو لفظة أو إيحاء أو أي تعبير يشكله الجسم أو الوجه، ويظهر هذا النمط جلياً (واضحاً) في مستوى الاتصال الشخصي عنه في المستوى الجماهيري حيث إقبال جهاز الراديو أو تغيير المحطة الـ TV بعد رجعاً على الرسالة التي يبثها، وإعادة قراءة موضوع في صحيفة أو مجلة والتحدث به إلى الآخرين بعد رجعاً وبعدها ارتفاع نفاذ الصحيفة من السوق وجعاً من قرائها، وهذا العنصر له أهمية قصوى في عملية الاتصال ، اذ يعد المقياس أو المعيار الذي يمد المرسل بمدى نجاح مهمته ومناطق القصور والقوة فيها، فنحن غالباً ما نتحدث ونتوسع في موضوع ما تبعاً لهذه الاستجابات التي يطلقها السامع أو القارئ أو المتفرج تجاه أعمالنا أو أقوالنا .. وهكذا وتبعاً لما ورد من ذكر مقتضب لعناصر عملية الاتصال نورد المخطط الآتي يوضحها تفصيلاً :

1. المرسل

أ. المصدر (خلفيته الاجتماعية والثقافية

ب. اتجاهاته المختلفة

ج. تصوره حول المتلقي ك مدى استيعابه لمحتوى الرسالة ونيته بنقلها

د. وضع الرسالة في رموز مفهومة (مبسطة) بحيث تتناسب مع مرجعيات وحاجات الجمهور الأساسية ، الثقافية منها و النفسية والاجتماعية .

2. الرسالة

أ. الفكرة المرزمة (ان تكون الفكرة واضحة ومهمة) .

ب. ان تعبر بشكل صادق عن نية المرسل ومدى إيمانه بنقلها
ج. تعبر عن المضمون بشكل جميل واضح مؤثر (فن الترامز) أي فن شكل وكيفية طرح
الفكرة.

٣. الوسيلة

أ. القناة أن تكون متاحة متوفرة Available

ب. ان تتناسب مع مضمون الرسالة وطبيعة الجمهور المتلقي لها
ج. ان يحسب حسابات تأثيرها ومدى فاعليتها لدى المتلقي (الجمهور)

4. المتلقي

أ. المستقبل (تصوره تجاه المصدر)

ب. تصوره وموقفه نحو الموضوع

ج. الحاجة النفسية والوجدانية والعقلية لتقبل الرسالة

د. وجود إطار دلالي مشترك (فهم أو تطابق مشترك)

5. التغذية المسترجعة

أ. رجع الصدى (الاقتناع الكلي)

ب. الاقتناع الجزئي

ج. رفض الفكرة

د. إصدار ردود أفعال متنوعة نحو مضمون الرسالة

تقسيمات الاعلام الجديد وتصنيفات

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية :

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها.
2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.

3. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، بعد إضافة مميزات جديدة لها.

4. الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسب الآلي Offline ، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية، وغيرها.

سمات الاعلام الجديد

مع ان الاعلام الجديد يتشابه مع الاعلام القديم في بعض جوانبه ، الا انه يتميز عنه بالعديد من اليمات التي يمكن ايجازها بما يأتي :

1. التحول من النظام التماثلي الى النظام الرقمي .
2. التفاعلية وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم ،تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.
3. تقنيت الإتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
4. اللاتزامنية وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
5. الحركية تنجبه وسائل الإتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الإتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.
6. قابلية التحويل وهي قدرة وسائل الإتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس .
7. قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع . ومثال على ذلك توصيل DVD جهاز التلفاز بجهاز الفيديو
8. الشبوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.
9. الكونية : البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الإتصال في بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة .

مميزات الاعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها . وتتمثل مميزاته في دمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت إلى يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية .

المحاضرة الرابعة

الفيس بوك في الاعلام الجديد:

الى هنام من هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في : شباط عام (٢٠٠٤)، في جامعة هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكربيرج، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة. حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز (٢٠١٠) النصف مليار شخص يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدرشات.

يتحدث "Kirkpatrick .David" في كتابه "The Facebook Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعاً)..

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل المشتركين فيها أكثر من (٨٠٠) مليون شخص، وأصبح مؤسس ومايكروسوفت)، وبلغ عدد الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من خمسة عشر مليار دولار، وهناك تقدير تشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات الربيع العربي الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي.

ونرى أن الفيس بوك هو موقع تواصل إجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من عمره ، أكثر من (٨٠٠) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الإجتماعية، أن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع اصدقائه في شتى أنحاء العالم.

من يرتاد الفيس بوك:

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة إجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع : أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، والفيس بوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك، ويتعرف على الجديد فيها، والوصول إلى أكبر عدد من .

والفيس بوك وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم، ويعتبر الفيس بوك موقعاً ساحراً فهو من ناحية يمكن أن أعلق الفيس بوك ببساطة، ومن ناحية أخرى من خلاله الوصول إلى ألف إنسان في جزء من الثانية

إن الفيس بوك: هذا الوليد الجديد، الذي ما زال يافعاً، قد استحوذ على اهتمام الكثير من الأدباء والفنانين وعموم المثقفين والباحثين والمفكرين، إلى جانب المجاميع العديدة من الشباب بمختلف فئاتهم العمرية، ويجعل الفيس بوك النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً، كما يتيح مساحات رحبة للعثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر".

ويعد الفيس بوك مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية، لذا يجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يخلق في فضاء التواصل محاطاً بالمحبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة.. واللغة المتداولة تتأرجح بين الشخصي والأدبي والنقدي، لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة، فالكل يمد.

أذرعته للكل، ما عدا بعض الأمور السلبية البسيطة التي يمكن التعامل معها حزم وفق قوانين وضوابط الفيس بوك. فالبعض يعتبر دخيلاً لا يفقه أدب الحوار أو الأخوة والبعض يمزج الشخصي بالمهني، وهكذا يتم التعامل مع هؤلاء بصرامة وحزم حتى لا يتشوه أو يتأثر الجو العام ولا تقل نسبة الاحترام والإيجابية وهذا أمر مهم". إلا أن هناك إشكالية تلفت نظر رواد الفيس بوك وتقلقهم أحياناً ولا يمكن إغفالها، وهي أن الأصدقاء الذين يزورون صفحة المشترك، والتعليقات التي يدونوها في هذه الصفحة، والكثير من المواضيع التي يرفقونها أ. باناً، تصبح محط نفور وانزعاج البعض من رواد الفيس بوك. خصوصاً وأنها تجري دون مواقة صاحب الصفحة وفي أغلب الأحيان دون علمه. ونرى هنا أن فكرة الفيس بوا، تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخ . الأبناء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو غيرها، وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة". المستخدم وهي ومن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك هي إمكانية تكوين ألبومات صور خاصة بالمشارك وعائلته وأصدقائه، ويكون متاح للأصدقاء الآخرين الإطلاع عليها. ومن يرغب في التسلية فتوجد في شبكة الفيس بوك الآلاف من الألعاب المسلية، وبالإمكان اللعب فيها منفرداً أو ضمن مجاميع من الأصدقاء. ولم تغفل صفحة الفيس بوك قضايا الإعلانات، لأنها مهمة للكثير من الناس، فكيف إذا كانت تعرض بشكل شيق ومتطور، وهذا ما يتيح الفيس بوك لمستخدميه. وقدمت الفيس بوك دليلاً خاصاً بها، يتضمن الملايين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة. ويقدم الفيس بوك خدمات أخرى أيضاً وهي إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل مواقع الفيديو المفضلة، ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتسترعي انتباهه. ونخلص إلى القول: إن خدمات الفيس بوك كثيرة جداً، ولا يمكن التوقف عندها جميعاً، ولكن يمكن في نهاية الحديث التوقف عند خدمة الملاحظات، فهي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع، ويكاد ينفرد بها الفيس

بوك، حيث تكون هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته. والفيس بوك الذي كان يعني في بداية ظهوره (الدقتر الورقي)، أصبح اليوم من أضخم المؤسسات التجارية، وأكبر مواقع التواصل الإجتماعية، ولا يمكن في الوقت الحاضر الاستغناء عنه، خاصة وأنه أصبح سلاحاً فعالاً للتواصل والتجمع والتحرير، وبث الأفكار الثورية .

من هم مستخدمي الفيس بوك:

يقود هذا السؤال المهتمين أولاً لمعرفة ماهية هذه الشبكة الفيس بوك) قبل البحث عن مرتاديه، وهل هي مفيدة أم مضرّة؟ صديقة أم عدوة؟ ضرورة لنا أم مجرد وسيلة نقتل فيها الوقت ونتسلى بها؟ فقد اقتحم حياتنا الفيس بوك، وبدون أية مقدمات أصبح شيء أساسي في النظام اليومي لعدد كبير منا، عرفنا بعض رجوع صداقات قديمة وزملاء دراسة تخيلنا أننا لن نراهم أبداً، تسلىنا به كثيراً وتسلى بنا أكثر ، لم ندرك مدى خطورته أو الغرض من إنشائه ولكن سمعنا الكلام ونفذنا جميع التعليمات دون مناقشة، أنشأنا العديد من الكروبات وانضمنا لكروبات أكثر. تبادلنا ملفات وصداقات ومعارف، أفاد العديد منا في أعمالهم وتجارتهم ومصالحهم .. البعض منا أستغل تولدت أفراح وأحزان من الفيس بوك، وحتى الآن لم تبدو للكثير منا حقيقة الفيس بوك؟ هل هو عدو لنا جميعاً أم صديق؟ هل أصبحنا أداة لتنفيذ رغبات الغير دون أن نشعر.

اليوتيوب في الاعلام الجديد:

هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية. إذن فما هو موقع اليوتيوب؟. يرى الباحث أن اليوتيوب :هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية

والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الإجتماعية الهامة.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال PayPal عام (٢٠٠٥) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية أدوب (فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام (٢٠٠٦) بشراء الموقع مقابل (٦٥،١) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (٢٠٠) وأصبح اليوتيوب عام (٢٠٠٦) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم الأمريكية). وحول تاريخ الموقع تقول موسوعة ويكيبيديا العالمية أنه: "تأسس" موقع يوتيوب عن طريق تشاد هرلي، وستيف تشن و جاود (كريم و هم موظفون سابقون في شركة (PayPal). قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديانا بولاية بنسلفينيا)، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي). أصبح النطاق (YouTube.com) نشطاً في (١٥) فبراير (٢٠٠٥)، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لوضع أشهر. افتتح الموقع كتجربة في مايو (٢٠٠٥)، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر

" . وتذكر موسوعة ويكيبيديا) أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من جاود كريم يحمل عنوان: (أنا في حديقة الحيوان Me at the oo) في (٢٣) ابريل (٢٠٠٥)، وتستند موسوعة ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول اليوتيوب بأنه أصبح: "حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وغوغل. في يوليو (٢٠٠٦) صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (١٠٠) مليون يومياً. في شهر يناير (٢٠٠٨) فقط (٧٩) مليون مستخدم شاهد أكثر من (٣) مليارات فيلم. في أغسطس ٢٠٠٦ ذكرت الـوول ستريت (جورنال بأن الموقع يستضيف (٦،١) مليون فيلم بسعة (٦٠٠) تيرابايت. في (٢٠٠٧) استهلك الموقع قادراً من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام (٢٠٠٠). يتم رفع (١٣) ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة. في مارس (٢٠٠٨) قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً". هناك قواعد ملزمة للنشر تعتمد على اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الاباحية، أو تلك التي تسيء إلى الديانات

والمذاهب والشخصيات. ويستخدم اليوتيوب (٥١) لغة من لغات العالم وأهمها هي: الإنجليزية العربية الروسية الفرنسية البولونية الإيطالية، البرتغالية الأسبانية الألمانية الهولندية الكورية الصينية، واليابانية). واليوتيوب مسموح به في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حصر استخدامه وهي: (المغرب) تونس اليمن السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران باكستان تايلاند، والبرازيل

يشهد موقع اليوتيوب إقبالاً كبيراً من الشباب والمراهقين خصوصاً ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعاً غير ربحياً لخلوه تقريباً من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسباً كبيراً لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه، وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر - مستحيف الأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد.

أسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت.

إن نجاح (يوتيوب) له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوافر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام". ونرى بأن "موقع اليوتيوب واسع الانتشار، لم يعد حكرًا على مؤسسات إعلامية أو قنوات تليفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به ابتداءً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة. لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة".

المحاضرة الخامسة

التويتر في الاعلام الجديد :

هو إحدى شبكات التواصل الإجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي) وهي: فيس بوك - تويتر - يوتيوب). واخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (٢٠٠٦)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة : مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها - بفصل هذه الخدمة المصغرة عن شركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (٢٠٠٧).

ونرى أن تويتر هو موقع تواد مل إجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، ويقدم خدمة مصغرة لا تخديه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد على (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية".

كيف يعمل موقع تويتر

بوررد موقع أكبر مجمع للأخبار (تقنية في مقال له عن كيفية عمل (موقع تويتر) بالقول إنه: "يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال ماذا تفعل الآن؟ (What are you doing)، والتي لا تتجاوز الـ (١٤٠) حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء".

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنكليزية، التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت، حيث أنه في عام (٢٠٠٨) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق تويتر الياباني على تويتر الإنكليزي واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنكليزية، ومن ثم تعددت لغات تويتر حتى وصلت في نهاية عام (٢٠١٠) إلى لغات هي الإنكليزية الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الأسبانية، والكورية.

حتى نهاية عام (٢٠١٠) وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من (٢٠٠) مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة، بترتيب زمني تتمحور حول سؤال محدد . (ماذا تفعل الآن)، ضمن (١٤٠) حرفاً، وكلما حدث المستخدم صفحته كلما تلقى تحديثات جديدة من سيع الأصدقاء بالرغم من أن الإنترنت والإعلام الحديث والتطورات التكنولوجية تطرح دائماً العديد من المواقع المنافسة إلى تويتر، إلا أن مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطاً وثيقاً، بحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في تويتر.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل

الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهتم إن كان هؤلاء الأصدقاء قرييون أم بعيدون هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رقد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والأنية. ويعتبر المطورون أن تويتر يمتلك إمكانيات لا حدود لها، ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات، خصوصاً وإن تويتر يقدم خدماته التدوينية المصغرة مجاناً لكافة المستخدمين شأنه شأن شبكات التواصل الإجتماعي الأخرى. ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر داب دائماً على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه ومنها مثلاً: هناك الكثير من يتابعونك على صفحاتك الشخصية (Followers)، ولكن ليس بالضرورة أن تقوم بمتابعتهم والعكس صحيح، فهناك من تتابعهم (Following)، ولا يعني ذلك أنهم سوف يتابعونك.

لقد أصبحت كلمة تويتر واحدة من الكلمات المميزة التي نسمعها كثيراً، كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم، فكان تويتر هو الوسيلة التي اخترقت الحجب في إيران وتونس ومصر وغيرها، لتروي للعالم ما يحدث هناك بعيداً عن مقص الرقيب، وكان تويتر هو الوسيلة التي طافت العالم بسرعة خاطفة، لتروي ما يحدث في كارثة هايتي) وتشيلي وسيول جدة وغيرها من الكوارث لحظة وقوعها".

لا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابعوك أو عدد الرسائل التي ترسلها، لكن القيد الوحيد الحروف التي تكتبها في الرسالة الواحدة، حيث يسمح لك تويتر في كل رسالة بـ (١٤٠) حرف فقط. قد تضنونها عيب كبير في تويتر لكن عندما تتفاعلون معه ستكتشفون أنها ميزة رائعة، لأنها تجبر المتحدث على أن يكون كلامه، مركز، مباشر وذو معنى وكما يقول المثل: (خير الكلام ما قل ودل).

فوائد تويتر:

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث جداً. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً

معرفة ما يفعله أصدقائه ومعارفه الذين يههم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الإتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"

مما لاشك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (٢٠٠٩)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر الهدسون يوم ١٨ يناير/ كانون الثاني"

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعنوانات الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يههمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن من إمكانيات تويتر العديدة.

كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: "يشكل" تويتر" وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أخبار جارية ونامية، ويمكن للمراسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى".

ولكن مع هذه الخدمة المميزة التي يقدمها، تويتر، فإن هناك من يسيئ استخدامها، حيث يرسل معلومات قد تكون خاطئة أو غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الإعلامية التراجع عنها أو تصحيحها.

في ضوء ما تقدم نخلص إلى أن الشبكة (تويتر) ميزات وعيوب واضحة، فمن ميزاته يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضاً إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائك. ومع كل ذلك فإن تويتر لا يخلو من النواقص

والعيوب العديدة، يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات والإدعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العالم، كما وان البعض يلجا في استخدام تويتر في أمر ضارة وغير مفيدة .

المحاضرة السادسة

السمات التي يتصف بها الاعلام الجديد:

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد، التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الانساني، ومن أبرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الإعلام الجديد الراهنة ما يلي:

1 - التفاعلية: INREACTIVITY

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي و مواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

2- اللاجماهيرية DEMASSIFICATION

وتعني أن الرسالة الاتصالي من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3- التنوع Variety

وتعني التنوع في عناصر الـ عملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجا 4 ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية وا وكيل الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثا عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة. كافة بمسح

4- التكامل Integration

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة. ه

5- قابلية التحريك أو الحركية MOBILITY

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة

6- تجاوز الحدود الثقافية

يطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء Globalization الاتصال بالعالمية أو الكونية على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.

7- تجاوز وحدتي المكان والزمان

طبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وان كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

المحاضرة السابعة

خصائص الاعلام الجديد

وترتبط خصائص الاعلام الجديد بعناصر العملية الإعلامية الأساسية : المصدر- الرسالة - الوسيلة - الملتقي - الاستجابة ، في محاولة لفهم العملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك :

1- مركزية الإعداد (المصدر)

مثلك وسائل الإعلام التقليدية مدور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكانتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور.

إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة. نظرية حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية كيرت ليوين" وهي تري أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم يضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً.

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية هي: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال والمعايير المهنية للقائم بالاتصال، ومعايير الجمهور.

وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

٢ - المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضاً ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على اعداد المحتوى الإعلامي.

2- التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة الصحف الورقية، فأننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم. بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصاً كبيرة بهذا الصدد نظراً لمعدلات اختراقه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي ١٨٤، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الإنترنت عريضة النطاق.

3- التلقي

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.

4- الاستجابة

حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة

الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح ذلك المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية.

أثر الإعلام الجديد في وسائل الإعلام التقليدي :

تعد التغييرات الكبيرة التي تمر بها وسائل الاتصال حالياً هي الرابعة من نوعها في العصر الحديث، وذلك عقب اختراع المطبعة على يد جو تنبيرغ Gutenberg في منتصف القرن الخامس عشر والتي جعلت من توزيع الصحف والمجلات والكتب للعامّة حقيقة واقعة. والإذاعة عام (١٩٢٠م) تلاها اختراع التلفزيون عام (١٩٣٩م)

. أما التغيير الذي نشهده اليوم والذي نتج عن التزاوج

لقد انعكست تلك التغييرات على مجالات المختلفة لاسيما على وسائل الاتصال نفسها، فمع كل اختراع جديد يسود اعتقاد بقرب ختفاء (المخترع السابق). فعندما ظهرت الإذاعة اعتقد البعض بقرب اختفاء الصحافة وعلت الأسوات التي تقول باندثار الإذاعة مع ظهور التلفزيون وانتشاره غير ان التاريخ اثبت خطأ تلك الاعتقادات، فقد أفادت كل وسيلة من الوسيلة التي تلتها، فعلى سبيل المثال كانت تذاع في الإذاعات العناوين المهمة في الصحف، وذلك ساعد الصحف على تحقيق انتشار أكثر ، كذلك ساعدت القنوات التلفزيونية الإذاعات على تحقيق شعبية أكبر عن طريق التنويه الى ترددات تلك الاذاعات والاعلان عن برامجها وأوقات بنها.

ومع ظهور وسائل الإعلام الجديد هناك من يردد اعتقاده بقرب انتهاء عصر وسائل الاعلام التقليدية صحافة ورقية، إذاعة تلفزيون غير ان الواقع اثبت العكس فقد أفادت الوسائل التقليدية من شبكة الانترنت، وأصبحت بعض الصحف الورقية التي تصدر (على سبيل المثال) في لندن توزع في اللحظة نفسه في بغداد من خلال إرسال نسخ عبر شبكة الانترنت تطبع في أماكن أخرى من العالم، فضلا عن

إمكانية استرجاع مضامين الصحف عن طريق الارشفة الالكترونية الصحيفة على شبكة الانترنت وغيرها من الخدمات التي اتاحتها شبكة الانترنت للصحف والاذاعات والقنوات التلفزيونية. فقد اكدت دراسة أجرتها مجموعة المرشدين العرب (Arab Advisors Group)، في حزيران ٢٠١٣م)، أن القنوات الفضائية العربية قد أفادت من الزيادة في أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي لتفعيل وجودها على هذه المواقع.

اما القنوات الفضائية في العالم العربي فقد اتجهت الى مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الوصول بشكل أكبر الى متابعيها حيث تعطي هذه المواقع القنوات الفضائية فرصة للإعلان عن برامجها وتقديم الاخبار العاجلة والتفاعل مع مشاهديها

المحاضرة الثامنة

مستقبل الاعلام الجديد :

من وجدنا أنه من الأفضل لنا ان نتوسع في وضع الاحتمالات المستقبلية، وفي وضع السيناريوهات الممكنة لما يمكن ان يحدث في ظل ذلك التطور الهائل في تقنيات واساليب الإعلام الحديث في القرن الحادي والعشرين، وليس ذلك ممكنا بشكل أفضل من طريقة تقنية اختراع المستقبل نفسه وبداية فان البشرية لم تكن تحلم يوما بهذه النقلة النوعية الإعلامية، والتي نقلت الإنسان الى حدود المستحيل، فبعدها كانت وسائل نقل الخبر والمعلومة تقتصر على الأثرياء وأصحاب رؤوس الأموال في العالم، أصبح اغلبنا اليوم يملك تلك الوسيلة، بل وأصبح الكثير منا جزء لا يتجزأ منها، وبعد أن كان البعض منا مجرد مستمع او قارئ لا أكثر أمسينا مشاركين في نقل الخبر وإعداده، فلم يعد بالضرورة ان يملك الواحد منا مبالغ طائلة ليصبح صاحب صحيفة او مشارك فيها، بل ان كل ما تحتاج إليه هو حاسب ألي، واشترك في الانترنت، وبعض المعرفة في تصميم المواقع او الاتصال بشركة متخصصة في ذلك لتتكفل بذلك العمل، ولتحصل بعدها على فرصة كبيرة لتكون جزء من العالم، فتنقل إليه همومك وأحلامك وأفكارك وثقافتك، بل ويمكنك ان تشارك الآخرين في الإعداد ونشر الخبر نفسه في كل أنحاء الأرض فالثورة. الحاصلة في وسائل الإعلام اليوم، والتي أدخلتنا بطريقة أو بأخرى، شئنا أم أبينا الى عالم الانترنت استطاعت ان تقلص الفجوة ما بين الداخل والخارج، فلم تعد الدول والحكومات كما كانت، بل لم يعد هناك أي إمكانية رسمية لاحتواء ذلك الطوفان المعلوماتي الهائل الذي بدأ يخترق كل مساهمة من مساهمات الحياة، فأصبحنا نعيش الأحداث أولا باول، فما يحدث اليوم في الغرب يصلنا خلال جزء من الثانية في الشرق والعكس صحيح، فمشاركة عامة الناس في الشؤون العامة قد أصبحت شيئا روتينيا لا يقتصر على الأغنياء في كثير من دول العالم، بل أصبح الجميع اليوم قادرا على المشاركة في صناعة القرار وتحريكه، بل وفي كثير من الدول، أصبح المواطن الفقير قادرا بكل سهولة على المشاركة في صناعة حياته ومستقبله، وذلك من خلال المساهمة المباشرة والمشاركة في تطويع وتشكيل الحياة العامة وخلق فرص جديدة له تكنولوجيا الإعلام الجديد والتحول الكبرى عن طريق :

1- تحولات الصحافة المطبوعة من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة
إمكان الاستفادة من الطريق السريع للمعلومات" حيث تعرض بواسطته اليوم
لقرائها "نشرات إلكترونية" على الشبكة (الإنترنت). هذا التحول يشكل تطوراً
تقنياً كبيراً لأن تقنيات "الوسائط المتعددة تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات
والصور والبيانات المكملة للنص. كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال
متميزة لصحيفته بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة بواسطة "الكلمات
المفتاحية"، ويمكن للقارئ أيضاً أن يصل بحسب اهتماماته إلى مصادر
معلومات تكمل قراءاته، أو يستطيع أن يتصل مباشرة لكاتب المقال فيطلعه
على ردود فعله وتعليقاته أو بتواصل مع قارئ آخر لتبادل الآراء النشر
المكتبي والإلكتروني للصحف: على عكس ما هو سائد في معظم الاستخدامات
الأكاديمية والمهنية هناك فرق بين تقنية النشر المكتبي وتقنية النشر
الإلكتروني، ما يجمع بينها هو الاعتماد على الحاسوب في النشر والتخزين
والاسترجاع، أما ما يفرقهما فيمكن في طبيعة الوظائف المناطة بكل منهما .
فإن تقنية النشر المكتبي تختزل العمل التقليدي من الاعتماد على المهارات
اليديوية في إنتاج الصحيفة إلى الاعتماد الكلي على الحاسوب وبرامج الطباعة
والنشر في استقبال الأخبار والصور وفي التصميم والإخراج، أما النشر
الإلكتروني فيستدعي التوفير الإلكتروني لنصوص الصحيفة وصورها كمصدر
معلومات فوري من خلال الشبكة (الإنترنت) أو على أقراص مدمجة أو من
خلال الشبكة الداخلية للصحيفة، ويستطيع المستفيد الوصول إلى النصوص من
خلال برامج خاصة بالبحث والاسترجاع.

2- الراديو الرقمي : تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي مثالها مثل تكنولوجيا البث
التلفازي ب. الرقمي فهي تتيح إرسال عدة قنوات صوتية في حزمة صغيرة من
الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير. ميزات البث الإذاعي
الرقمي :

أ- يوفر البث الإذاعي الرقمي إرسالاً صوتياً فائق النقاوة يماثل نقاوة الصوت
في الأقراص المدمجة مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن
تؤثر في البث التقليدي.

ب- عدداً أكبر من المحطات مع : توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات
المتخصصة.

ت- إمكانية استقبال البيانات على شاشات الراديو الرقمي وبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور وإمكانات التسوق على الخطوط الإلكترونية، حيث سيتم تزويد بعض أجهزة الاستقبال بازرار خاصة لإتمام عملية الشراء عند الرغبة في اقتناء أي سلعة تعلن عنها المحطة ، ويرتبط جهاز الراديو بهاتف ينفذ عملية الاتصال لشراء السلع

3- السينما الرقمية : من التحولات التي شهدتها قطاع السينما ظهور (السينما) المنزلية التياسرت المشاهدين بنقاوة الصوت وجمال الصورة ومكنتهم من الاستمتاع بأفضل الأفلام السينمائية في منازلهم بدلاً من الذهاب إلى السينما. حيث وفرت شركة وجهاز استقبال (DVD فيليبس) أحدث نظام للسينما المنزلية يتألف من مشغل و مجموعة مكبرات صوت التي يتراوح عددها بين أربعة وستة مكبرات.

4- التلفاز الرقمي : وتنتشر شبكات التلفاز الرقمي حالياً سواء بالبث عبر الأقمار الصناعية أو الكابلات أو البث من المحطات الأرضية، وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط إرسال عدد أكبر من البرامج على الموجة الهوائية نفسها التي تستخدمها التكنولوجيا التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفاز التقليدي الحالي، فضلا عن ميزة الجودة العالية للصورة والصوت في التلفاز الرقمي. ميزات التلفاز الرقمي : .

أ- صورة وصوت عالية الجودة تفوق تلك التي يوفرها النظام التماثلي تجعل من عملية مشاهدة الأفلام على التلفاز عملية مشابهة لمشاهدتها داخل قاعات السينما من حيث نقاوة الصورة ووضوح الصوت الذي يماثل نقاوة صوت الأقراص المدمجة.

ب- عدد خيارات أكبر من القنوات والبرامج حيث يوفر التلفاز الرقمي عدة قنوات عريض النطاق المستخدم لبث برنامج واحد بالنظام التماثلي الحالي.

ت- التلفاز الرقمي قادر على تقديم خدمات وسائط متعددة تشمل على الصوت والصورة والبيانات والنصوص.

ث- إمكانية الدخول إلى البريد الإلكتروني والشبكة (الإنترنت).

ج- - خدمات متفاعلة من المشاهد والبرامج المعروضة فالصفحات التلفازية التي تعرض نصوص الأخبار وبمختلف أنواعها حالياً يمكن أن تعرض

الصور أيضاً مع إمكانية إضافة وصلات إلكترونية مباشرة مع الشركات المعلنه.

ح- إمكانية الحصول على صورة عالية الوضوح للتلفاز المتنقل، فالتلفاز التناظري لا يمكنه توفير صورة جيدة في حال الاستقبال المتحرك مثل أجهزة التلفاز المثبتة في السيارات والقطارات، بل حتى في حال أجهزة التلفاز الصغيرة المحمولة باليد.

تكنولوجيا الإعلام الجديد في وسائل الاتصال وفي الجمهور تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورته بل غيرتها بشكل ضخم، فقد تغيرت الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديدة في مجال صف الحروف وتوضيبيها، وفي نظم الطباعة ونظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام.

أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.

أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام الجديد طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال، بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو عبر الوطنية" جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناع القرار من ضغوط.

إن الأخبار كابرز محتويات وسائل الاتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد، مما أدى إلى زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي، وتتمثل أبرز مجالات الإفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإعلام الجديد في الجوانب الآتية:

1 - السرعة في تغطية الأحداث.

2- توسيع نطاق التغطية الإخبارية - جغرافياً.

3- توسيع عدد قنوات الأخبار وزيادة سعة كل قناة حتى في البلدان التي تعاني من ضعف في الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية.

4-تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره من خلال إمكانية الاتصال بينوك المعلومات وشبكاتهما للتزود بالمعلومات الخلفية للأخبار

5- استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماماً ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية وتفترض الاتجاهات الحالية والمستقبلية لتطور وسائل الاتصال نمو أحد تصورات ثلاثة لوضع الاتصال خلال القرن الحادي والعشرين.

الدرشة في الاعلام الجديد

مواقع المحادثة (الدرشة)

تزداد يوماً بعد آخر مواقع المحادثة (الدرشة) على شبكة الإنترنت، وتزداد كذلك أعداد المهتمين بهذا النوع من التواصل مع الآخرين، وقد انتشرت على الشبكة منتديات التعارف بشكل كبير، وهي بحد ذاتها مواقع تسلية وبناء صداقات لا تخلو من الخلافات الحادة أحياناً، عندما تختلف الآراء حول موضوع ما أو قضية بعينها، ونادراً ما تكون هذه المواقع ملتزمة بأداب المحادثة والحوار. لكن لا يعني ذلك أن ليس هناك مواقع رصينة وجادة في طرحها. الأمور تهم زوار الموقع، وتتناول الكثير من القضايا العقيدية التي تهم بعض المجتمعات والمناطق الجغرافية، مثل موضوعات العنف ضد المرأة، وعمالة الأطفال، وإشاعة الديمقراطية وغيرها من المواضيع الساخنة. وتثير مواقع المحادثة (الدرشة دائماً الكثير من الشكوك حولها وتطرح العديد من التساؤلات، إلا أن مجمل ما قيل عنها يتلخص في رأيين فقط

الرأي الأول: يعتبر مواقع المحادثة (الدرشة) بأنها نتاج للتطور التكنولوجي، الذي قرب المسافات بين البشر، وخلق من خلال هذه المواقع أنواعاً من التعارف وبناء الصداقات، وأدى إلى تطوير المعارف والمفاهيم الإجتماعية والإنسانية، وتنمية الثقافة العامة والارتقاء بالذائقة الأدبية والفنية، إضافة إلى التسلية والاستمتاع بوقت الفراغ. ويقول عنها الدكتور السيد بخيت هي: "التعريف

بالوسائل الاتصالية الجديدة عبر الإنترنت من جلسات الدردشة والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وطرق نقل الملفات والمواد..الخ".

الرأي الثاني: يرى أنها مضيعة للوقت ونافذة للفساد، وطريق وعرة تحفها المخاطر وتكثر فيها المشاكل الإجتماعية والأخلاقية، يرتادها بعض ضعاف النفوس لاصطياد ضحاياهم من الشابات والشباب من المراهقين، وحرفهم عن جادة الصواب ليسلكوا طرقاً تؤدي بهم إلى الهاوية، تتمثل بالفساد الفكري والاجتماعي والأخلاقي، وفرط القيم والأواصر الأسرية والأعراف الإجتماعية

كالرأي القائل: وقد تؤدي خطوط الدردشة (Internet Relay Chat I Lines) عبر الإنترنت (بصفة خاصة إلى الإدمان، فبعض الدارسين الأمريكيين (معظمهم من الذكور) لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيداً عن أجهزة الكمبيوتر حتى بعد مضي (١٢) ساعة متواصلة والقليل منهم واصل الجلوس على الخط دون طعام أو حتى الذهاب إلى الحمام حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والمناقشات الساخنة".

ما أصدقائه مع هي مواقع المحادثة (الدردشة)؟

سؤال يطرح نفسه باستمرار، ويرى أن الكثير ممن يحاولون الإجابة على هذا السؤال: (ما هي مواقع المحادثة "الدردشة"؟)، ينظرون دائماً إلى النصف الفارغ من الكأس، قبل أن يتبين لهم أولاً ماهية هذه المواقع، وقبل الخوض في تفاصيل هذا المضمرة لمعرفة ما يترتب من نتائج إيجابية أو سلبية على الدخول في هذه المواقع والمشاركة فيها. ويتطلب بداية التعرف على أهمها وهي: موقع ياهو (Yahoo) موقع أم أس أن (MSN)، موقع ويندوز لايف (Windows Live) موقع سكايب (Skype)، موقع بالتاك (Pal Talk)، وغيرها، كلها نوافذ يستطيع المشترك فيها الحديث بالكتابة والصوت والصورة، وتبادل الملفات والصور أحياناً ، المسجلين على قائمته في هذه المواقع، ولا يقتصر في كل هذه المواقع الحديث من شخص لشخص فقط، وإنما بالإمكان أيضاً لمجموعة من الأصدقاء أن يشاركون ويتحدثوا مع بعضهم البعض في آن واحد، من خلال فتح نافذة كونفرنس)، ويستخدمها دائماً المشاركون على شكل مجاميع صغيرة".

كما نرى أن: "موقع المحادثة (البالتك) يمتلك مزايا إضافية عما تمتلكه مواقع الدردشة الأخرى يتمثل في دخول أعداد كبيرة من المشاركين إلى غرف الموقع، ويتبادلون الحديث والاستماع والكتابة والتعليق، وتستخدم الجامعات والمعاهد هذا النوع من مواقع المحادثة (البالتك)، حيث يقدم المحاضرون لطلابهم الدروس ويستمعون إلى مداخلاتهم ويجيبون على استفساراتهم، أي أن غرف المحادثة (الدردشة) هذه بمثابة قاعة دراسية إلكترونية، وتستخدمه الجامعات كذلك لتقديم البحوث ومناقشة الرسائل والأطروحات الأكاديمية، ناهيك عن الاجتماعات الدورية للهيئات التدريسية وغير ذلك، وتستخدم بعض منظمات المجتمع المدني والمنتديات الإعلامية والثقافية غرف المحادثة (الدردشة) في موقع (البالتك) أيضاً في نشاطاتها المتعددة، حيث تعقد الاجتماعات العامة وتقدم المحاضرات وتحيي الأماسي الشعرية والندوات الفنية والحوارات الثقافية الأخرى".

ونرى أن حجرات الدردشة (Chatting Rooms) هي طريقة للحوار مع الآخرين بشكل إلكتروني فوري، وان كانت توجد بعض الحجرات غير مناسبة للاستخدام داخل الفصول الدراسية".

وفي ضوء ما تقدم يمكن القول: إن معرفة الإيجابيات والسلبيات الناتجة من هذه المواقع، تعتمد بالأساس على المشاركين فيها والقائمين عليها، فإذا كانت مجموعة من المشتركين تختار موضوعاً معيناً للحديث والنقاش، مهما كانت أبعاد هذا الموضوع سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ورياضية، وما يطرح فيها من آراء تتعلق أساساً بأفكار وتوجهات ورؤى أصحابها، ليس التكنولوجيا في هذا المجال من ذنب، فيما إذا تحولت تلك النقاشات إلى قضايا أخرى، تضر بمصلحة المجتمعات وتؤثر بالدرجة الأساس على الشباب والمراهقين".

وقد لا نأتي بجديد إذا قال: "إن التكنولوجيا هي سلاح ذو حدين، يتحدد فعله بنوايا حامله والغرض من امتلاكه وطريقة استخدامه ويختلف الباحث هنا مع من يحملون التكنولوجيا وزر ما ينتج عن هذه المحادثات أو الدردشات من أمور مضرة فعلاً بالمجتمع، وقد تكون تأثيراتها بليغة جداً ويصعب على الأسرة والمؤسسات التربوية والمعنيين بحماية المجتمع الحد من تأثيرها، هذا صحيح جداً، ولكن ما ذنب التكنولوجيا الحديثة في ذلك؟ ولماذا نحملها بوء استخدام مرتادي هذه

المواقع، وما يقترفونه من جرائم بحق الأفراد والمجتمع "؟. وخير مثال مبسط يذكر في هذا الصدد هو الأداة الحادة أو القاطعة أو السكين، حيث لا يمكن أن يخلو أي مطبخ في أي بيت من هذه الأدوات، واستخداماتها محصورة عادة في الطهي وتحضير الطعام، ومن الممكن أيضاً أن تستخدم هذه الآلات القاطعة في إشاعة العنف المنزلي وارتكاب الجرائم أحياناً داخل أو خارج المنزل، والسؤال البنيهي هنا: من يتحمل وزر هذه الأفعال؟ والجواب معروف وبديهي جداً في هذه المسألة، وكذا هو الحال فيما يتعلق بالتكنولوجيا، فلا ذنب لها عما ينتج عن سوء استخدامها من جرائم.

هذه أهم مواقع المحادثة أو الدردشة التي يمكن أن يصل إليها المشترك من خلال أحد المواقع الرئيسية من البوابات الإلكترونية، إلا أنه توجد هناك مواقع أخرى ظهرت منذ سنوات قليلة وهي مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، مثل الفيس بوك وغيرها من شبكات التواصل الأخرى، والتي سيتناولها الباحث بالتفصيل في المبحث الثاني من هذا الفصل، إلا أنه من الضروري هنا التطرق إلى بعض الجوانب المتداخلة منها، مع مواقع المحادثة (الدردشة) في البوابات الإلكترونية.

وفي استعراض لآراء بعض المهتمين والمتخصصين في علم الاجتماع وعلم النفس وأساتذة الجامعات في العراق، في بحث مركز حول أهمية مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت والعلاقات التي تنشأ من خلالها وما إذا كانت هذه المواقع مضيعة للوقت أو ذات فائدة بعنوان (مواقع الدردشة والفيس بوك تأكل وقتهم.. علاقات الشباب الإنترنتية.. ثمة من هو واهم، ومن هذه الآراء

تعرف الدكتورة (سوسن حامد أستاذ علم النفس بهذا الصدد: "إن هذا الشكل للاتصال يعد من معطيات العصر وتبادل العلاقات بين الشباب والتعارف في عالم افتراضي، هو شكل حديث من أشكال التطور الذي يفرض نفسه، وقد يعود إدمان الشباب من كلا الجنسين على غرف الشات والمنتديات بسبب الفراغ - الاجتماعي الذي يصيبهم، بسبب الظروف السياسية وما مر به البلد من إرباكات أمنية والتي دفعت الشباب الجلوس على الإنترنت وتفرغ طاقتهم المكبوتة وملا الفراغ الذي أصابهم سواء الفراغ الاجتماعي أو العاطفي.. وفي المنتديات بشكل خاص تبدأ

العلاقة بتجاذب الأفكار والارتياح العقلي والانسجام الفكري مع الآخر، وقد تتحول بعض هذه العلاقات من عالم افتراضي إلى عالم واقعي عن طريق إعطاء مساحة أكبر من التعارف على أرض الواقع".

ويعرف الدكتور محمد منذر العاني استاذ علم الاجتماع جامعة بغداد، مواقع المحادثة أو الدردشة وما ينتج عنها من علاقات قائلاً: "إن هذه الشبكة من مواقع الدردشة وغرف الشات والفيس بوك وغيرها باتت بمثابة الأقمعة التي تشجع الصغار والكبار على خوض مثل تلك التجارب العاطفية، كما فتحت آفاقاً جديدة أمامهم للانخراط في العلاقات الإجتماعية، والبحث عن الحب كامتداد طبيعي للحياة البشرية بدلاً من الانعزال".

وتعرف الدكتورة مروج العاملي أستاذة أصول التربية بكلية التربية البنات جامعة بغداد، هذا العالم بالقول "عالم المنتديات له الكثير من النواحي الإيجابية التي يمكن الإستفادة منها، خاصة في مجال التخصص العلمي وتنمية المهارات الثقافية المتنوعة وكل ما له علاقة بالعلم والعمل والتقدم، فهي قد تكون وسيلة للتعلم الذاتي، وتهتم بعرض الموضوعات والقضايا الجادة والهادفة للمناقشة والحوار حولها. لكن البعض قد ينتقل من العرض العقلي والمناقشة الجادة والتعارف العام بين الأعضاء، إلى مرحلة الانتقاء بين البعض نتيجة الإحساس بالألفة والانجذاب العقلي، ومن بعده الانجذاب العاطفي، وقد تسير العلاقة هنا في اتجاهين إما تكتمل في إطار شرعي، وهو الزواج، أو تستمر علاقة عاطفية وهمية وتندرج لما هو أسوأ".

وتختتم الباحثة (هاجر) أسود موضوع بحثها بالقول: قد تكون مواقع الدردشة وغرف الشات ساحة للتعارف بين مختلف اجناس البشر، وتوفر كامل الحرية للتعبير عن الآراء وطرح وجهات النظر والأفكار المختلفة ومناقشة القضايا والموضوعات الهادفة.

ونرى أن العلاقات التي تنشأ على مواقع المحادثة او الدردشة وما ينتج عنها، هي ظاهرة عامة ليست مقتصرة على البلدان العربية والإسلامية، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية تن جميع شعوب الأرض، لكن الفرق هو أن المجتمعات المتقدمة متاح فيها للجنسين حرية كاملة في الاختيار الشخصي، من خلال الاختلاط بين الجنسين

في الدراسة والعمل، واللقاءات في المؤسسات الثقافية والاجتماعية وفي المنتديات والمقاهي والمطاعم والنوادي وغيرها، ويكون التواصل على مواقع المحادثة (الدردشة) مكماً لها.

ولذلك لا نرى ضجة كبيرة بالحجم الذي تثار به في البلدان العربية والإسلامية، والسبب واضح جداً وهو الحد من حرية الشباب والشابات في الاختلاط والتواصل في هذه البلدان، ويرى هؤلاء الشباب والشابات أن تواجدهم في مواقع المحادثة أو الدردشة، هو تعويض للحرمان الذي لحق بهم من مجتمعاتهم في الواقع الحقيقي، وهو الوسيلة الأفضل لهم للتعارف والتقارب مع الجنس الآخر، كون هذه المواقع تمثل واقعاً افتراضياً وعالمماً مفتوحاً على علاقات بلا حدود، ولذلك نرى نسبة الأخطاء والإخفاقات بين هؤلاء الشباب كثيرة جداً".

أهمية وتأثير مواقع المحادثة (الدردشة):

أثارت مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت آراء متباينة ومتناقضة حولها، منها من يهول من مخاطر هذه المواقع ويعتبرها وبالاً على الشباب والمراهقين، ومنها من يرى أن هذه المواقع هي وسيلة مفيدة وجيدة للتواصل بين الناس وخاصة بين الشباب والشباب، وأن ما يقال غير ذلك ما هو إلا خوفاً غير مبرر في الأصل. ومن المؤكد أنه لا يمكن إغفال ظاهرة هذه المواقع في الحياة العامة للشعوب، نتيجة لإقبال الأعداد الهائلة من الشباب عليها، وقد وصلت أرقام مستخدمي هذه المواقع إلى مئات الملايين وربما أكثر من ذلك. ونرى في ضوء ما تقدم أنه يتوجب على الجميع التوقف عند إيجابيات وسلبيات هذه المواقع. فهناك رأي سائد يقول بأن مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتاً كثيراً في عالم غير واقعي، ويتحدثون ساعات طويلة مع أصدقاء وهميين دون فائدة ترجى من هذه الأحاديث، وما يزيد في ذلك تعقيداً أن البعض لا يرى أية إيجابيات في المحادثات التي تجري على الإنترنت، بل يرى العكس بأنها تعزل الأفراد عن أسرهم وتنمي عندهم حالة الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة، وتجعلهم يعيشون ويندمجون في عالم لا يمت بأية صلة في الواقع، وقد يتعلم المراهقون من الجنسين أساليب العنف والجريمة، وينزويون في زاوية يكتنفها الغموض والتساؤل، ويطلق البعض تسمية مدمني الإنترنت على مستخدمي مثل هذه المواقع".

ونخلص إلى القول في هذا الصدد: "إن شبكات المحادثة يمكن وصفها بأنها تساعد على إنشاء صداقات وعلاقات بين الناس لهم هوايات متقاربة، وتشكل منهم تجمعات صغيرة تؤدي بدورها نشاطات مهمة لهم ولمن حولهم فمثلاً منتدى قسم الإعلام يجمع في صفوفه مستويات متقاربة من الإعلاميين، يبحثون ويناقشون في مواضيع ذات اهتمام مشترك، وتنمي بالتالي قدراتهم. المهنية والمعرفية وكذلك شبكات النساء الإلكترونية، التي غالباً ما تناقش هموم الأمومة والطفولة وشؤون المرأة، والعنف المنزلي ضدها في مختلف المجتمعات، وكذلك المنتديات الرياضية التي تعمل على تنمية طاقات الشباب وتسخيرها في رياضات متعددة، وتزيد من ثقافتهم الرياضية. ولا يمكن إغفال حقيقة أن شبكات التواصل قربت المسافات بين الشعوب، وأصبح العالم بفضلها أقل من قرية صغيرة، فتدفقت المعلومات والأخبار من شتى أنحاء المعمورة، وازدهرت الثقافات والمعارف والعلوم، وساهمت في إنشاء علاقات حقيقية بين الناس .

دوافع الجمهور لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة إجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع : أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، ويرى بهذا الصدد الأديب النمساوي روبرت مينا سه (Menasse) بأن الفيس بوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك، ويتعرف على الجديد فيها، والوصول إلى أكبر عدد من القراء بقوله: يريد" الفنان أن يكون وحيداً، غير أن الفنان لا يطيق الوحدة".

ويرى (مينا) (سه أن الفيس بوك وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم، ويعتبر الفيس بوك موقعاً ساحراً بقوله: "من ناحية أستطيع أن أغلق الفيس بوك ببساطة، ومن ناحية أخرى أستطيع من خلاله الوصول إلى ألف إنسان في جزء من الثانية. هذا شيء ساحر !" (١٣٣)، إلا أن ما يلفت الانتباه قول (مينا) (سه لست" مشهوراً كشاعر، غير أنني قلّمي في الشعر، ونشرت بعض القصائد على الفيس بوك، وسألت الأصدقاء أن يبدوا رأيهم فيما أكتب. وفي الحقيقة لقد تعلمت من ردود الفعل كثيراً جداً، كما اكتسبت الشجاعة على مواصلة الكتابة في هذا الجنس الأدبي".

الوظيفة المعرفية لوسائل الاعلام الجديد :

وتتمثل في حاجة الفرد الى المعرفة التي تساعد على بناء ادراكه إن "صحافة المواطن" التي أفرزها هذا الوافد الجديد قد استطاعت أن تخلخل حقا القواعد التقليدية في نقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات، على الرغم من أن هذه الخلخلة لم تأت

من واقع تنافس وسيلة إعلامية في مقابل وسيلة إعلامية أخرى، وإنما تأتي من واقع التكامل بين النوعين. لقد مكنت الجمهور العام من أن يصبح مصدرًا مفتوحًا لإنتاج المعلومة والمعرفة، ولربما إنتاج المعنى والحقيقة، متحدياً بذلك أطروحة "صناعة القبول" التي بناها تشومسكي من خلال ملاحظاته لسلوك شبكات الإعلام التقليدي. ومعنى ذلك، أن هذا الإعلام الجديد سيسهم لا محالة في بناء وإعادة بناء توازن المعرفة بين من يعرف عماذا، وعمن وما الذي يعرف عنه. وهكذا. وقد أصبح بإمكان الصين الإلكترونية الجديدة في جمع الأخبار وتوزيعها ونشرها أن توفر الفرصة لأي شخص أن يكتب وينشر على شبكة الإنترنت صورته وأراءه وأخباره التي جمعها من مصادره الخاصة، وإظهار أن أشكالاً مستحدثة من تبادل المعلومة والخبر والمعرفة باتت في طريقها إلى الترسخ في مختلف وسائل الإعلام. فالإعلام الجديد هو إعلام المواطن إذن، كونه إعلامًا تشاركيًا وتفاعليًا، لا يعير كبير اهتمام لمسألة احتكار المعلومة أو الخبر، لأنه بات بإمكان كل شخص أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات، ولا يراهن على مركزية المعرفة الخدمة هذا الغرض أو ذاك.

الوظيفة الترفيهية لوسائل الاعلام الجديد :

وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات والخلود إلى الراحة وملاء الفراغ ووظيفة الترفيه، حيث أصبحت هذه الوظيفة تسيطر على الحياة العربية، وذلك بسبب الاتجاه التجاري لمعظم الفضائيات التي تغطي عليها مفهوم ثقافة الترفيه في معظم برامجها، وكلها تتسابق على ارضاء الجمهور العربي وبالذات الشباب، لأسباب مادية وتجارية مع بروز ظاهرة دخول المال العربي بشكل سلبي إلى الإنتاج الإعلامي

والفني، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي بحيث أصبح الاستثمار الإعلامي يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الأثارة .

البرامج الترفيهية الساعية لتفكيك البنى الذهنية العصية على النفاذ من خلال العمل الناعم على تفجير السلوكيات وانماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات تعريف الانتاج عن طريق ربط المتعة بالحدثة والحدثة بالاستهلاك. وقد تظهرت بعض البرامج على شاشات الفضائيات العربية بطريقة تلقها المفارقات وتصبح فيها المتناقضات بضغط من الثقافة والبيئة والظروف والامكانات مثل تلفزيون الواقع ورسائل أ لـ (اس ام اس التي تظهر في اسفل الشاشات على المحطات الترفيهية، واغاني الفيديو كليب الاباحية وانواع من المسلسلات والافلام المذبجة. ويبدو أن المادة الترفيهية تأخذ حيزاً كبيراً في هذا الإغراق الإعلامي حيث تتسابق الفضائيات على نشرها وتعميقها على حساب المادة الثقافية والتعليمية والتنموية . وطوفان هذه المادة في المفردات اليومية لبرامج الفضائيات ينطلق من الاعتبار النفسي والاجتماعي أن المتلقي، وخاصة فئة الشباب أكثر ميلاً إلى الترفيه .

وهكذا توجه الثقافة الغنائية والموسيقية المستعارة، مثلما توجه ثقافة العنف المستعارة الى فئة مستهدفه خاصة من الجمهور فئة المراهقين والشباب فئة تتسم بالقابلية بالايحاء والاستغراق في احلام اليقظة وانفتاح نحو عوالم الطموح والرغبة في تحقيق الذات والبحث عن مثل عليا يجري التوحد معها فلا تجد امامها سوى نموذج العنف الذي تبثه الافلام او نموذج الجنس الذي تطلقه الاغاني . وباختصار هناك صناعة ثقافية إعلامية لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها

على الجذب والإثارة لتسطيح الفكر و الحياة، وخلق الوعي المشوه والمبسط، وهدر الوقت وإضاعته ، وإضعاف مشاركة الشباب المثمرة في النشاطات المختلفة .

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس أي أن ثقافة الصورة تغطي عليها أكثر من ظاهرة : الاغتراب القلق، إثارة الغريزة الفردية العدوانية، دافعية الانجراف سلطة المال والنساء، حب الاستهلاك الأنانية عدم الاكتراث والتمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه ، حيث تتحول أحياناً صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي.

لهذا نتوقع مستقبلاً أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعاداً واضحة في الحياة العربية، ويتأثر فيها الأطفال والمراهقون والشبان بنتائجها السلبية . فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي، وتعميق الإحساس بالاغتراب و الهروب من التصدي لواقع الحياة، وتوسيع الفجوة بين الأجيال دون محاولة تذويب الاختلاف، والانبهار بالموديل الأجنبي، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، وتوطين العجز في النفوس، وإضعاف الروابط الأسرية وقيمها، وتعميق الانزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءاً من الأسرة وانتهاء بالدولة والأمة، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والترويحية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف

الجماعة على مجموعه من القيم الاتجاهات والمعايير ، والتأثير على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصوره عامه ، وازدياد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية .

نظريات التأثير الاعلامي

نظرية ترتيب الأولويات

ويتلخص مفهوم هذه النظرية في النقاط التالية:

١- أن هناك عوامل تصاحب مضمون الرسالة الإعلامية تتمثل في ترتيب رسالة معينة من بين رسائل ومضامين مختلفة، ومساحتها الزمنية أو المكانية في الوسيلة الإعلامية والشكل الذي تقدم به وغيرها من عوامل الإبراز المختلفة التي تشير إلى اهتمام الوسيلة الإعلامية بقضايا معينة. -

٢- أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع حين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يبدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور.

٣- إن إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وأشخاص محددین لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا أهم... بل إن لذلك كله آثاراً بعيدة على الوعي العام بقضايا الأمة.

٤ - إن تأثير وسائل الإعلام على الناس من خلال قصر الحصيلة المعرفية لدى الجمهور على مسائل محددة لا تتعدى في الغالب البرامج الرياضية والترفيهية والموضوعات العاطفية، وتقديم قذوات مزيفة له من عناصر المجتمع الهامشية وغير المنتجة. إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي قد يؤدي إلى تشكيله وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد، هذا وجه من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

نظرية الاستخدامات والإشباع

لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون ما يلي أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تُلبي توقعاته.

يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتوَع الحاجات باختلاف الأفراد.

التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.

يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم النفسية والإجتماعية)، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

الإعلام الجديد وعناصر العملية الاتصالية

العناصر الأساسية لعملية الاتصال

❖ العنصر الأول المرسل (المصدر Sender)

هو المسؤول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات والتجارب والاتجاهات وقد يكون شخص يتكلم أو يؤشر أو يرسم أو، أفراداً في مؤسسة إعلامية وتوجيهية كالمدرس وكاتب المقال الصحفي، والخطيب والممثل ، ..الخ. هؤلاء يعملون على أو إعداد معلومات بعضها رسمي (official) كما في الحديث الـ TV، ودوائر الإرشاد ، والمحاضرة المدرسية والجامعية، والآخر تلقائي (spontaneous) مثلما نتحدث أو نتصرف مع الآخرين، أو مع ذواتنا ، وهناك متغيرات تؤثر تأثيراً حاسماً في عملية الإعداد والتوجيه من قبل المرسل أو منشئ الرسالة الاتصالية ، كالمستوى الثقافي والعمر ، والديانة ، والبيئة ومدى الالتزام بالقيم والتقاليد والسياق الجمعي الذي يعيش في ظله الفرد وهكذا ، ويؤثر

المرسل في العملية الاتصالية تأثيراً كبيراً من خلال الآتي :

- مصداقية المرسل / (truth sender) أو قابليته للتصديق ، وهذا بالطبع يرتبط إلى حد كبير بمركزه الاجتماعي والوظيفي ، ذلك إننا نصدق الرسائل أو المعلومات التي ترد من ذوي المراكز الاجتماعية المرموقة أو المتخصصين في سياق الحديث أو المنجز الاتصالي قيد التأثير .
- نية المرسل / (resolution sender) أي نية ومقاصد و أهداف المرسل تجاه الرسالة اولا (مدى إيمانه) بما يقول أو يكتب أو ينشئ ، وثانياً يتعلق بهدف الاتصال

عرضه رسمياً تلقائياً وكلما كانت نوايا ومقاصد المرسل معروفة للمتلقي على إنها متعمدة ومجبرة وقرية ومخططة كانت درجة التأثير قليلة .

❖ العنصر الثاني الرسالة (الفكرة Message)

هي الافكار والمفاهيم والاحساسات التي يحرص المرسل على نقلها أو إشراك الآخرين روهي فيها، مثل محاضرة المدرس، عمود صحفي، مسرحية تاريخية، لوحة تعبيرية .
والرسالة شكل له معنى يحتوي على مضمون قابل للنقل بالرموز عبر الوسائل المتاحة)
فالمرسل عبر الإذاعة يصوغ الرسالة بحيث يمكن نقلها بالراديو، والمقال السياسي عبر الصحيفة أو المجلة، والموضوع الذي يحمل أهمية شخصية بالمواجهة المباشرة ...وهكذا،
ذلك ان لكل وسيلة سملت خاصة بها تحكمها، قدراتها الترميزية والانتشارية ومديات استخداماتها .

❖ العنصر الثالث الوسيلة (القناة Media)

وهي الشكل أو الرمز أو اللغة أو القناة التي يستخدمها المرسل ليعبر عن رسالته أو ما يرغب في التوجه به من أفكار أو معلومات وقد تكون وسائل لفظية (منطوقة) كالحديث بين شخصين ، والمحاضرات والندوات والخطب أو ومكتوبة مثل الكتب والمقالات والصحف، وقد تكون غير لفظية كالصور والرسومات والنماذج والخرائط واللوحات وتعبيرات الجسم والتماثيل ...الخ. وهنا لابد من الإشارة الى ان ما يميز كل وسيلة من هذه الوسائل الإلكترونية منها ام البدائية هي القدرة على نقل الرموز الى مجموعات متباينة من الأفراد من حيث الرقعة الجغرافية وعدد ونوع الذين يتلقون الرسالة (جمهورها). ولكل وسيلة ميزات لها التي تجعلها متفوقة ومقبولة عن الأخرى ، وبشكل عام فان (انتقاء) selection الوسيلة المثلى من بين العديد من الوسائل المتاحة غالباً ما يتسق مع المضمون (content) أو المعنى

قيد النقل، فضلاً على ما تمليه مرجعيات المتلقي الثقافية والدينية والعمرية. والبيئية، بمثلما تخضع للمرسل عند تشكيله الرسالة، ويعد الهدف القصديّة عاملاً أساسياً في استخدام الوسائل في ظل التطور الهائل والمتسارع لقنوات الاتصال .

❖ العنصر الرابع المستقبل (المتلقي Receiver)

وهو الفرد أو الجماعة أو الجمهور التي يوجه إليها المرسل رسالته رغبة في إشراكهم في المعلومات والأفكار والمهارات ، والمستقبل (المتلقي) قد يكون فرد كالصديق الذي يتحدث إلى زميله ، والطلبة في حجرة الدراسة، والجمهير المستمعة للراديو أو ال TV أو قراء الصحف اليومية، أو متلقي مسرحية أو معرض تشكيلي، والجالسين يستمعون الى محاضرة. ولما كانت عملية الاتصال الفعال (Effective Communication) تأخذ في اعتبارها طبيعة الجمهور الموجه إليه الرسالة كمحدد أساسي لنجاح العملية الاتصالية ، لذا فان خطوة تحديد معالم فئات الجمهور تعتبر خطوة أساسية و لازمة لهذا النجاح فهناك الجمهور النوعي، وهو الذي يتسم بتقارب ثقافي أو مهني لموضوع

الرسالة كما في جمهور الفن المسرحي والفن التشكيلي والنحت، والشعر، وجمهور رياضة معينة . أما النوع الآخر فهو الجمهور العام، وهو الذي يشير الى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية يختلفون في مراكزهم الاجتماعية وثقافتهم ، غير متجانسين فكرياً وعمرياً كل فرد للأخر مجهول الهوية، وغالباً ما يجمعهم حدث عام ، كما في الظروف الاجتماعية والسياسية، التي تتحدث عنها وسائل الإعلام، أو عن مرض خطير أو حدث سياسي هام تتحدث عنه محطات الـ TV والراديو.

❖ العنصر الخامس التغذية المسترجعة (Feed Back)

وهي الإجابة أو الرسالة المضادة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل (أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له، ويظهر الرجوع رد الفعل من خلال حركة أو لفظة أو إيماءة أو أي تعبير يشكله الجسم أو الوجه، ويظهر هذا النمط جلياً (واضحاً) في مستوى الاتصال الشخصي عنه في المستوى الجماهيري حيث إقبال جهاز الراديو أو تغيير المحطة الـ TV بعد رجعاً على الرسالة التي يبثها، وإعادة قراءة موضوع في صحيفة أو مجلة والتحدث به إلى الآخرين بعد رجعاً ويعد ارتفاع نفاذ الصحيفة من السوق وجعاً من قرائها، وهذا العنصر له أهمية قصوى في عملية الاتصال ، اذ يعد المقياس أو المعيار الذي يمد المرسل بمدى نجاح مهمته ومناطق القصور والقوة فيها، فنحن غالباً ما نتحدث ونتوسع في موضوع ما تبعاً لهذه الاستجابات التي يطلقها السامع أو القارئ أو المتفرج تجاه أعمالنا أو أقوالنا .. وهكذا وتبعاً لما ورد من ذكر مقتضب لعناصر عملية الاتصال نورد المخطط الاتي يوضحها تفصيلاً :

١. المرسل

أ. المصدر (خلفيته الاجتماعية والثقافية

ب. اتجاهاته المختلفة

ج. تصوره حول المتلقي ك مدى استيعابه لمحتوى الرسالة ونيته بنقلها

د. وضع الرسالة في رموز مفهومة (مبسطة) بحيث تتناسب مع مرجعيات وحاجات

الجمهور الأساسية ، الثقافية منها و النفسية والاجتماعية .

٢. الرسالة

- أ. الفكرة المرزمة (ان تكون الفكرة واضحة ومهمة) .
- ب. ان تعبر بشكل صادق عن نية المرسل ومدى إيمانه بنقلها
- ج. تعبر عن المضمون بشكل جميل واضح مؤثر (فن الترامز) أي فن شكل وكيفية طرح الفكرة.

٣. الوسيلة

- أ. القناة أن تكون متاحة متوفرة Available
- ب. ان تتناسب مع مضمون الرسالة وطبيعة الجمهور المتلقي لها
- ج. ان يحسب حسابات تأثيرها ومدى فاعليتها لدى المتلقي (الجمهور)

٤. المتلقي

- أ. المستقبل (تصوره تجاه المصدر)
- ب. تصوره وموقفه نحو الموضوع
- ج. الحاجة النفسية والوجدانية والعقلية لتقبل الرسالة
- د. وجود إطار دلالي مشترك (فهم أو تطابق مشترك)
- هـ. التغذية المسترجعة

أ. رجع الصدى (الاقتناع الكلي)

ب. الاقتناع الجزئي

ج. رفض الفكرة

د. إصدار ردود أفعال متنوعة نحو مضمون الرسالة

تقسيمات الاعلام الجديد وتصنيفات

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية :

١. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها.
٢. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
٣. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، بعد إضافة مميزات جديدة لها.
٤. الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسب الآلي Offline ، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية، وغيرها.

سمات الاعلام الجديد

مع ان الاعلام الجديد يتشابه مع الاعلام القديم في بعض جوانبه ، الا انه يتميز عنه بالعديد من اليمات التي يمكن ايجازها بما يأتي :

١. التحول من النظام التماثلي الى النظام الرقمي .

٢. التفاعلية وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم ،تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.

٣. تفتيت الاتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

٤. اللاتزامنية وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

٥. الحركية تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.

٦. قابلية التحويل وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس .

٧. قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع . ومثال على ذلك توصيل DVD جهاز التلفاز بجهاز الفيديو

٨. الشبوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

٩. الكونية : البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال في بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة .

مميزات الاعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها . وتتمثل مميزاتة في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت إلى يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية .

البوابات والمحركات في وسائل الاعلام الجديد:

نقطة البداية بمفهوم ولغة الإنترنت للوصول إلى المواقع الكترونية الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات وتتعدد على هذا الأساس أنواع البوابات فمنها: الأفقية والعمودية والمؤسسية. ولقد ساعدت البوابات على تسهيل الاتصال بين الباحثين الأكاديميين والمشرفين عليهم، حيث مكنت الطرفين من التواصل المستمر والوثيق كل في مكانه، دون الحاجة إلى التنقل أو اللقاء المباشر. وتقدم البوابات خدمات عديدة وواسعة تعتمد بالأساس على التعليم والتثقيف وتسهيل عمليات البحث وفق أحدث المنجزات العلمية. البوابة.

هي كما يقول الدكتور عبد الرحمن فراج في البوابات الإلكترونية وعن دورها في الإفادة من المعلومات المتاحة على الإنترنت: وقد أصبحت أهمية البوابات أكثر ضرورة أيضاً في مجال التعليم والتعليم العالي حيث التواصل بين المشرفين الأكاديميين والدارسين ليس متاحاً وجهاً لوجه في كل الظروف لذلك فمن الممكن للدارس أن يحصل على المادة العلمية ويطلع على سجلاته الأكاديمية وهو في بيته بالإضافة إلى فوائد أخرى".

ويرى الباحث في هذا الشأن: "أن البوابة هي المدخل الأساسي للتواصل مع المواقع الإلكترونية الأخرى، كما أنها تعني أيضاً الباب الذي بالإمكان الدخول منه إلى عالم الإنترنت وثورة المعلومات والفعاليات الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات وترافق البوابات عملية تنظيم دقيقة لتسهيل الوصول إلى أهم المواضيع التي تهتم متصفح الإنترنت وتعتمد البوابات في

استمرار وجودها على الإعلانات التي تنشرها على صفحاتها، والبوابة كلمة مأخوذة من الإنكليزية (Portal) بمعنى المدخل أو الباب وفي لغة الانترنت فأنها تعني الموقع الإلكتروني المليء بالمعلومات والأخبار المتعلقة بقضية محددة أو تخص شخصاً بحد ذات، وللوصول إلى البوابة من الضروري قيام الشخص بالتسجيل فيها، باعتباره سيكون من ضمن مستخدمي موقعها".

ظهور البوابات:

كان الباحثان (ديفيد فيلو وجير (يانغ أول من أسس دليلاً لمواقع الويب، وحمل هذا الدليل أسميهما (جيري يانغ)، وتم اعتباره دليلاً للشبكة العالمية (WWW)، وبادرت شركات عالمية كثيرة لتبني هذا الدليل الذي كان النواة الأولى لانطلاق موقع ياهو (Yahoo) المعروف، الذي وفر بدوره خدمات عديدة مثل التقويم (Calendar) ودفتر العناوين (Address Book) وخدمة البريد الإلكتروني (E-mail Service).

وتوضح (ماري) بيث فيكو) في كتابها (المصادر الإلكترونية.. سبل الوصول إليها وقضاياها ظهور الشبكة العنكبوتية (الويب) بالقول: ظهرت الشبكة العنكبوتية واختصارها ويب، ويشار إليها أيضاً بـ "www" أو "3w" في نصوص معينة، في عام ١٩٨٩، بواسطة (تيم بيرنبرز لي "Tim Berners" في معمل فيزياء الجزيئات الأوروبي والمعروف بـ (CERN)، وكان في الأصل مصمماً على أنه شبكة تعمل بنظام النص الفائق لنقل الوثائق والاتصال بين أعضاء جمعية فيزياء الطاقة العالية.

وقد صممت الشبكة لتشمل القدرة على نقل الصورة والصوت والقدرة على نقل الصور، وقد تغير شكل الويب من مجرد أداة نقل تستخدم في الأساس لتبادل

المعلومات العلمية إلى مصادر متعددة الأشكال، والتي تستخدم في الترفيه والسفر ومعلومات لأغراض عامة، وبالإضافة إلى ما سبق أصبحت الويب أكثر تجارية، واشتملت على إعلانات ممولي الإنترنت، ومحركات البحث والبرمجيات وممولي خدمات التليفون بعيدة المدى، أو حتى التليفونات المحمولة. ويرى الدكتور عبد الرحمن فراج: إن أدوات البحث عن المعلومات المتاحة على الإنترنت عديدة هي مثل: محركات البحث (Search Engines)، ومحركات البحث المتعددة (Meta Search Engines)، والأدلة الموضوعية (Subject Directories)، والبوابات (Portals) وفهارس الشبكة الخفية (levisible Web Catalogs). وبعد مصطلح نظم اكتشاف المصادر (Resource Discovery Systems) مفهوماً واسعاً ينطوي على جميع الأدوات السابقة".

ويورد (نجاح العلي) في مدونته المتفرعة من مدونة مكتوب قولاً الدكتور عبد الرحمن فراج إن محركات البحث: التي يطلق عليها أحياناً كشافات الويب)، تعد وسيلة سريعة الحصول على المعلومات، إلا أن دورها يكاد ينحصر في كونها نظام لنقل البيانات (Data Transport) من المواقع دائها إلى مرصد بيانات المحركات فيما تقوم محركات البحث المتعددة بتعظيم إمكانات المحركات المفردة، وذلك بإتاحة الفرصة لامست بدين بالبحث في بعض المحركات

المفردة في نفس الوقت، وذلك لأجل الحصول على رؤية أكثر شمولاً عن محتويات الشبكة العنكبوتية في هذا الموضوع".

وحول إمكانية البحث في هذه البوابات يقول (الفرج): "أما فهرس الشبكة الخفية فتنبص مهمتها على البحث عن المواد التي لا تكشف بواسطة المحركات وتعد الأدلة، على عكس ما سبق، أدوات أكثر نسقية، حيث تقوم بتوفير مصادر معلومات مصنفة وفقاً لمجموعة من التقسيمات الموضوعية. بينما تقوم البوابات (Portals) بتجسير الفجوة فيما بين المحركات والأدلة، حيث أنها تقوم بإتاحة المصادر المقترحة المصنفة موضوعياً، إضافة إلى توفرها على إمكانية البحث (Search Facility) التي تسمح للمستفيد بإجراء استفسارات البحث المختلفة والتعديلات اللازمة عليها".

أنواع البوابات:

1 - التعريف: البوابة الإلكترونية هي عبارة عن موقع يتكون من مجموعة من الصفحات ويقدم مجموعة من الخدمات ويساعد على الوصول السريع للمعلومات التي تقدمها الإنترنت من مصادر متنوعة. وتعتمد البوابة الإلكترونية اعتماداً أساسياً في تصميمها على صفحات الويب، وتقدم إلى مستخدمي الإنترنت مجموعة من الخدمات منها: البريد الإلكتروني، الأخبار المدونات والبحث عن المعلومات والبوابات الإلكترونية عموماً هي بوابات عامة وبوابات خاصة، وإن الغرض الأساسي من استخدام البوابات هو توفير مصادر متعددة للمعلومات لكي يستخدمها عدد كبير من المستخدمين لشبكة المعلومات بشكل فعال.

وبتعريف بسيط للبوابات الإلكترونية، فهي مواقع تحتوي على خدمات للزوار وتكون المركز الأول للزائر في تصفحه للإنترنت فهي تحتوي على مذكرة

مواعيد بريد إلكتروني، أخبار على مدى الساعة، قائمة بأفضل المواقع، إمكانية البحث وغيرها من الخدمات"، ومن أهم وأشهر البوابات الإلكترونية هي: (Yahoo و MSN).

ويعرف مجتمع المكتبيين البوابات بأنها: "خدمة تسمح للمستخدمين بالوصول إلى المحتويات الثرية لمكتبات سواء في صورتها المطبوعة أو الإلكترونية وفيما يتصل بالإنترنت"، وقد تبنت الشركات الكبرى التي تمتلك محركات البحث في الإنترنت هذا المفهوم. وتعتبر البوابة قاعدة بيانات أكثر مما مدخلاً للإنترنت، وقد تحتوي على معلومات أخرى ما بعد البيانات (Detailed Metadata Records) تصف المصادر من خلال إمكانية الرابطة الفائقة (Links)، مما يتيح للباحث إمكانية الخيار بين تصفح المصادر بعنوانات الموضوعات والبحث بالكلمات الدالة قاعدة البيانات. وتقدم البوابات خدمات إضافية مثل: (البريد الإلكتروني، المواد الإخبارية، أحوال الطقس ودرجات الحرارة، يضاف إلى ذلك الإعلانات الكبيرة، التي تحتل مساحة واسعة في صدر البوابات الرئيسية

٢ - الأنواع : تنقسم البوابات إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

أ- البوابات الأفقية (Horizontal Portals) تعد هذه البوابات من أكبر وأوسع الأنواع الأخرى، لأنها تقدم خدماتها لكل متصفح شبكة الإنترنت وتتخطى الحدود الجغرافية والموضوعية، وليست محددة لمجموعة من معينة من المستخدمين وتوفر البوابات الأفقية الإمكانيات التالية: البحث في (الويب)

البحث في المواد الإخبارية البحث في الأدوات المرجعية، وإمكانية التسوق الإلكتروني Online Shopping بالإضافة إلى إمكانات الاتصال مثل البريد الإلكتروني والمحادثة أو الدردشة (Chat). ومن هذه البوابات مثل: ياهو (Yahoo)، والتا فيستا (AltaVista)، وأمريكا أون لاين (AOL). وهي البوابات التي تقدم مدى واسعاً من الخدمات والمحتويات لمدى واسع من المستخدمين، وليس لمجموعة معينة أو محددة من المستخدمين سواء على المستوى الجغرافي أو الموضوعي أو حتى على مستوى النشاط (Industry). ولذلك فإنها توصف بأنها أفقية أو عامة في مداها ونطاقها".

ب- البوابات الرأسية (Vertical portals or ortals) هذه البوابات هي بوابات متخصصة تقدم خدماتها في نشاط معين لمجموعة متخصصة ومحددة، وتوفر روابط ذات صلة، ومواقع النشاط ذاته، بغض النظر عما إذا كانت تلك المواقع منافسة لها أم لا، ومن خدماتها: التجارة الإلكترونية للمنتجات والخدمات ذات الصلة، وإمكانات التجمع والتعاون ومن أشهر هذا النوع من البوابات هي: "البوابات" المتخصصة في العلوم الإجتماعية (Social Science Information Gateway "SOSIG والبوابات المتخصصة في الشؤون التربوية (Edu Resources Portal)، والبوابات المتخصصة في مجال الهندسة. (Engineering Resources).

وتتفرع من البوابات الرأسية بوابات أخرى تخدم شرائح محددة من الناس مثل: البوابات العمودية التي توجه خدماتها للمزارعين والمستثمرين وأصحاب المهن الأخرى، ومن هذه البوابات تتفرع أيضاً بوابات مؤسسية تقدم خدماتها ومعلوماتها

للشركات، ومن هذه الخدمات: توقعات البيع والأرباح، ومعلومات عن الزبائن والميزانية والتسعيرة والأخبار من مختلف المصادر الداخلية والخارجية التي تهتم أصحاب الشركات.

ج - البوابات القطاعية (Industry Portal) : يطلق أحياناً عليها اسم (بوابات الأعمال التي تقدم خدماتها في مجال الأعمال (Business-to-business - B2B)، وهي تماثل وتشابه بوابات - معلومات العمل (EIP)، ومحور التناقض والاختلاف بيننا هو أن بوابات الأعمال تقوم بعملية تذليل الكثير من العراقيل التي تدور حول اجتماع الباعة والزبائن لإبرام الاتفاقات عبر الويب في مختلف أرجاء المعمورة.

استخدام البوابات:

يتم استخدام البوابات لكونها أفضل المواقع التي توفر له المعلومات وتوفر لنا كذلك إمكانية تصفح العديد من المواقع المتخصصة الموثوقة والمعتمدة، مما يتيح لنا الوصول إلى أجود المواقع وأفضلها، ويزداد زوار البوابات عادة عندما تقدم المعلومات والخدمات مثل: الإعلان عن الوظائف الشاغرة، والتجمعات المهنية، والوصول إلى قنوات الاتصال المتوفرة.

خصائص البوابات الموضوعية أو المتخصصة:

يمكن تلخيص ميزات البوابات الموضوعية أو الراسية المتخصصة بالآتي: تهتم في موضوع محدد، تغطي بشكل موضوعي المواد التي تنشرها تعتمد في كتابة

موضوعاتها على خبراء أكاديميين وأخصائي معلومات، ومكتبات توجه مواضيعها للباحثين والدارسين، وتستند مواضيعها إلى مصادرها وتحتوي الكثير من البوابات على حقول للاستفسار، إضافة إلى سعيها لتنظيم وترتيب وتبويب مواضيعها بغية أن تستأثر بالمتصفح من خلال ما تقدمه له من خدمات متكاملة.

بوابات المكتبات وعناصرها:

بداية المكتبة: هي مصطلح أخذت أسماها من المكتبيين الذين يقومون بتطوير تقنيات الإنترنت وخدماتها، وهم أول من يستفيد من هذه الخدمات، ويعرف موقع نجاح العلي الإلكتروني البوابة المكتبية بالقول: " هي إحدى البرمجيات التي تسمح بتعديل وتوليف الوصول الإلكتروني للمستفيد بمجموعة محددة من مصادر المعلومات عن طريق إنشاء قائمة بوصلات الإنترنت. وهي بذلك تشبه تماماً الدليل الشخصي الذي يشتمل على عناوين الزملاء والأصدقاء وارقام الهاتف والفاكس الخاص بهم والهدف من ذلك هو التخفيف من أثر تفجر وزخم المعلومات وذلك بالسماح للمستفيد بانتقاء المصادر التي يرغب فقط استعراضها على الواجهة الشخصية له (Personal Interface)".

إن بوابات المكتبات (Library Portals) هي بوابات لخدمة المكتبيين والمتخصصين في المعلومات وفي البحث وغيرها، وتقدم خدماتها في المجالات التالية ضمن إطار تخصصها: المصادر المهنية المؤسسات مواقع المكتبات المطبوعات الإشعارات قنوات الاتصال إعلانات عن الوظائف والسوق التجارية.

أن عالمنا يتغير باستمرار من خلال في منا المعلومات، وكذلك من خلال تأثير وسائل الإعلام الإجتماعية على عالمنا، فإن كل شيء يبدأ من الشركة وينتهي عند العملاء. هذا ما يورده في كتابه "Hugh. Hewitt".

فوائد البوابات:

تقوم البوابات بتجميع المعلومات والمواضيع والأخبار الهامة التي تخص متصفحها من مصادر عديدة في شبكة الإنترنت وتقديمها في موقع واحد اتسيل على المستخدمين عناء البحث و هدر الوقت مما يشجع المتصفحين على الزيارات الدائمة لهذه البوابات ومن ضمن الخدمات التي تقدمها البوابات هي:

توثيق وتوطيد العلاقة بينها وبين زوارها تقديم معلومات منظمة ومرتببة ومبوبة وغنية لمتصفحها، تقدم مجموعة متكاملة لزوارها من الأدوات والمعلومات في وقت قياسي، كما تتميز بسهولة الاستخدام مما لا يتطلب من الزائر الخبرة أو المعرفة التامة ببرامج التصفح وادوات الإنترنت. وتمتاز البوابات بتقديم الكثير من الخدمات إضافة لما تقدم ويمكن تلخيصها كالآتي: البريد الإلكتروني، الحوار المباشر، أبحاث الرسائل التغطية الكاملة للأخبار أحوال الطقس ودراجات الحرارة، أسعار الأسهم والعملات الرياضية والأبراج، خرائط مختلف البلدان التسوق والتسويق الإلكتروني، وصفحات شخصية مجانية.