



جامعة يحيى فارس المدينة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الملتقي الوطني

التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة: قراءة في المفهوم، الواقع والأبعاد

المداخلة :

البيئة الاتصالية الجديدة : مظاهر التحول

2019 فيفري 11/12

إعداد :

د/سعاد ولد جاب الله

البيئة الاتصالية الجلدية : مظاهر التحول

مقدمة : الويب 2.0 و تحولات البيئة الاتصالية

تلعب التطورات التكنولوجية أدوارا محورية في تغيير البيئة الاتصالية إذ مارست هذه التكنولوجيا ومازالت تفعل ، تأثيرها العميق في العملية الاتصالية و عناصرها ، فظهور الأنترنيت تسعينيات القرن العشرين و تحول وسائل الإعلام إلى بث و نشر محتواها من خلال موقعها الإلكتروني على الشبكة قد ساهم في تخلص المتلقى من سطوة المرسيل و إخراجه من دائرة التلقى السليبي بفعل خصائصها المترفة ؛ كما كان لأنترنيت أثرها البالغ على المحتويات و المضامين الإعلامية ، فخلافا لما سبقها من الوسائل ، و التي أصبحت تصنف على أنها تقليدية، تقوم لأنترنيت بطبيعتها على خاصية الملتيميديا ، فهي الوسيط الاتصالي الذي يمكن مستخدميه من الاستماع و المشاهدة و القراءة في نفس الوقت . كما ظهر تأثير الأنترنيت على القائم بالاتصال في خلقها لأنواع جديدة من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحفي ، فيما أصبح يعرف باللغوية الإخبارية عن طريق الحاسوب Assisted Reporting Computer CAR حيث يعتمد الصحفيون ، في مختلف وسائل الإعلام ، على الأنترنيت كأداة للتغطية الإخبارية لما تتحه من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات و فاعلية في عمليات التحرير و النشر.

و قد نظر الكثير من الباحثين في المجال إلى هذه التغيرات باعتبارها ثورة اتصالية و اعتقادوا بأن الأنترنيت كوسيط اتصالي جديد سيدفع الوسائل الإعلامية السابقة إلى إعادة النظر في هويتها ، وذهب آخرون إلى أبعد من ذلك حين تبنوا بأنها ستضمحل و تتلاشى مفسحة المجال أمام ثقافة اتصالية ذات خصائص و مزايا غير مسبوقة " مع ذلك يمكن القول أنه ، وبعد هذه السنوات من حمى الويب الأولى فإن الأمور لم تغير كثيرا فالأنترنيت غدت بالفعل جزء لا يتجزأ من البنية الاتصالية العالمية و المصدر الأول للأخبار في بعض البيانات ، كما أن هناك الكثير من المنشورات الإلكترونية التي تشرف عليها مؤسسات غير إعلامية و نجاح بعض الواقع الإعلامي الأخرى في استهداف جماهير لم تكن تصل إليها . و رغبة منها في تعزيز ظهورها على الأنترنيت سارعت الكثير من المؤسسات الإعلامية ، و منذ البدايات الأولى إلى وضع استراتيجيات طموحة ، بينما اقتصر البعض الآخر على إعادة إنتاج آليات و قيم النشر الورقي ، ووضع مضامين ورقية تقليدية بصيغ إلكترونية و لم يتعدى الأمر ، فيما يتعلق باستراتيجياتهم في التعامل مع الجمهور ، الأخذ بنموذج حراسة البوابة Gatekeeping الذي طبقوه على المضامين التي ينتجها المستخدمون User Generated Content UGC أي غرباتها وعزلها عن الأخبار التي ينتجها الإعلاميون العاملون بها ، و المحاصل أن الأنترنيت لم يكن لها ذلك الأثر التشوبي في الممارسة الإعلامية و الذي تخوف منه البعض و احتفى به البعض الآخر"

¹ و عليه يمكن القول دون أن نبتعد عن الحقيقة أن المؤسسات الإعلامية التي حاولت مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال من خلال إنشاء موقع إلكترونية لها على الشبكة كانت ، و ما تزال ، تستوحي خواص عملها من وسائل الإعلام التقليدية . غير انه ، وبموازاة مع التطورات التي تعرفها الأنترنت بوصفها أبرز المجالات التي تتبلور في إطارها أدوات و أشكال جديدة من الإعلام ، ويفعل ما اكتسبته من خصائص و مزايا متعددة ضمن سياقات تطور أجيالها الجديدة عادت إلى الظهور إشكاليات إمكانيات التحول في النماذج الإعلامية القائمة ؛ حيث يطرح الباحثون الأكاديميون و الصحفيون المهنيون تساؤلات عدة حول التطبيقات الإعلامية للويب 2.0 بفعل ما يتميز به من خصائص لم يعهدنا المستخدمون في الأجيال الأولى للشبكة من جهة وما يمارسه من تأثيرات في المجال الإعلامي من جهة ثانية . وهو ما يؤكد عمق التحولات في بيئة الأنترنت ذاتها و طبيعة الأنماط التواصلية التي تشكل داخلها ، إذ يميز الباحثون بين ثلاث مراحل أساسية في تاريخ الأنترنت ، مرحلة أولى بدأت نهاية ستينيات القرن الماضي و هي المرحلة التي استأثرت بالشبكة خلالها نخب تكنولوجية و جامعية ، و مرحلة ثانية بداية التسعينيات و التي شهدت الانتشار الواسع للشبكة و تنامي الواقع الالكتروني و تعاظم الويب و مرحلة ثالثة تميزت بالتغييرات الجذرية في الأنظمة التواصلية التي تحكم الأنترنت و التي يصطلح المتخصصون على تسميتها بالويب 2.0 ، إذ يُؤسّس في هذه المرحلة خاصية التفاعل باعتبارها " النشاط الرئيسي للمستخدمين الذين تحولوا من متصفحين للمواقع يتفاعلون مع مضمونها بشكل محدود إلى متوجهين للمضمون (نصوص ، صور و فيديوهات) يتداولونها في موقع مخصوصة "² و يعبرون بواسطتها عن عوالمهم الذاتية الاجتماعية .

البيئة الاتصالية الجديدة :

عرف المشهد الإعلامي مطلع القرن الواحد و العشرين تغيرات عميقة بفعل التطورات المعقّدة لـ تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التي سمحت بجمع المعلومات و انتقالها و معالجتها و نشرها وفق أنسس جديدة ، حيث تؤكد بحوث و دراسات علمية عديدة التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الاتصالية و تميزها عمّا كان سائداً خيارات القرن العشرين و الفترات الزمنية السابقة و تردها إلى التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتطورات التي شهدتها وسائل الإعلام و الاتصال و التي حدّثت ضمن سياق تغيرات اجتماعية سياسية و اقتصادية أوسع " إن هذه البيئة و ملامحها لا تختلف عن البيئة في شقها الفيزيائي الطبيعي ، فإذا كان مستوى و درجة الحرارة في الطبيعة المادية شأنًا محدداً في التوازن البيئي الطبيعي ، فإن مستوى الحرفيات و خاصة تنقل المعلومات و الآراء و تداولها في المجتمع بات أيضًا أمراً محدداً في مدى التوازن الميداني تيكي في العالم من جهة و في كل دولة على حدة من جهة أخرى . كما توجد بيئه خاصة بالطبيعة فإنه توجد بيئه أخرى موازية هي بيئه الأفكار و الأخبار و وسائلها و طرق تداولها . إن تحول وسائل الاتصال من التقاطري إلى الرقمي و من المحرمي إلى الشبكي أحدث بيئه جديدة في تبادل الأخبار و الآراء يمكن أن نصطلح على تسميتها بـ الإيكوميديا أو البيئة الإعلامية الجديدة"³

البيئة الاتصالية : مقارنة اصطلاحية

رغم التداول المكثف لمصطلح البيئة الاتصالية في الأوساط العلمية الأكاديمية و الإعلامية المهنية خلال السنوات القليلة الماضية إلا أنه ما يزال مفهوماً غامضاً و غير محدد " و تعرف البيئة الاتصالية في بحوث الإعلام من خلال عنصرين ، تكنولوجيا الاتصالات الخاصة المستخدمة و البنية الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات "⁴

أبعاد التحول في البيئة الاتصالية الجديدة: تتشكل أبعاد التحول في البيئة الاتصالية الجديدة من خلال مستويات عددها :

تحولات تقنية - اقتصادية : يلخص د. الصادق الحمامي مستويات التحول التقنية و الاقتصادية في النقاط التالية⁵ :

- الحضور المتعاظم للتقنيات التواصلية في الحياة الاجتماعية
- الوفرة المعلوماتية
- ظهور أشكال جديدة من البث و النشر سمح بها الاندماج
- ظهور وسائل إعلامية جديدة
- سلعة المضمون الإعلامية

تحولات تواصلية - ثقافية : تعمل التطورات التكنولوجية الاتصالية على إعادة بناء الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية و الثقافية لوسائل الإعلام و لوسائل التعبير في الفضاء العمومي ، " ذلك أن الأنترنيت لم تيسّر فقط النفاذ إلى المعلومات بل إنما أثاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضمون للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحوار و المدرسة و الصفحات الشخصية و المدونات " ⁶ . إن البيئة الإعلامية الجديدة تتحدى النخب السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الإعلامية من خلال إتاحة قنوات اتصال للمواطنين و الأفراد العاديين تمكنهم من الوصول إلى المعلومات في جميع المجالات دون الحاجة إلى صحفية وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية كما تيسر له سبل تحميل المحتويات و نشرها اعتماداً على تطبيقات بسيطة في الأجهزة الخحوملة " فقد مكن الويب 2.0 المستخدمين من لعب أدوار فعالة كمنتجين ، ناشرين و صحفيين و هو الأمر الذي ساهم في وضع المستخدم في قلب النظام البيئي الإعلامي الجديد"⁷

تحولات مهنية إعلامية : إن عمق التحولات التي تعرفها البيئة الإعلامية لا ترتبط بالتطورات التكنولوجية فقط . وسائل الإعلام التقليدية لم تؤسس شرعيتها التاريخية على المتغير التقني فحسب ، بل على قواعد و مفاهيم و قيم غوّذجية كبرى تقيم عليها رؤيتها لذاها ، "إذ رافق التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام خلال السنوات القليلة الماضية ، انهياراً حاداً لقيم الموضوعية و الاستقلالية و الأخلاقيات المهنية فقد تحرر منتجو المضمون الإعلامية من الانتماء المؤسسي و بالتالي من

الالتزامات الأخلاقية و المهنية ، كما تفصح العديد من العوامل الإيديولوجية و التنظيمية و التقنية و التحريرية المترادفة عن

صعوبة وجود قيمة الموضوعية في البيئة الإعلامية الجديدة "8"

مظاهر البيئة الاتصالية الجديدة :

تجلّى أبرز مظاهر البيئة الاتصالية الجديدة في اتجاهين اثنين ، يتمثل أولهما في التغييرات الجذرية التي تشهدها وسائل الإعلام الكلاسيكية في إطار سعيها إلى التكيف مع هذه التحولات التي تعرفها البيئة الاتصالية و تظهر من جانب آخر في ميلاد جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائل الاتصالية الجديدة و التي اصطلح على تسميتها بالإعلام الجديد .

تحولات وسائل الإعلام الكلاسيكية : في البيئة الاتصالية الجديدة تمارس التطورات التكنولوجية تأثيرها البالغ على وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية المكتوبة و المسموعة و المرئية ، هذه الأخيرة التي تشهد تحولات كبيرة على جميع المستويات التقنية (تطورات تكنولوجيا النشر و البث و التوزيع) و المؤسساتية (بروز نوع جديد من الإعلام خارج إطار المؤسسات الإعلامية التقليدية) و القائم بالاتصال (المهام الصحفية الجديدة على قائمة الممارسة المهنية إضافة إلى ظهور سالة جديدة من الصحفيين) المضمون (أنواع جديدة من المضمون) و الجمهور (تجزؤ الجمهور إلى جماهير)

و تساهم الأنترنت بشكل كبير في حدوث هذه التحولات إذ لم تعد مجرد وسيط تستخدمنه وسائل الإعلام التقليدية لإعادة نشر و بث محتواها استثماراً لها المفتردة بل إنها أصبحت مجالاً يتأسس في إطاره نوع جديد من الإعلام ، فهي إذ تسهم في تغيير البيئة الإعلامية فإنما تفرز من جهة أدوات وتطبيقات إعلامية جديدة ومضامين مستحدثة وتعيد من جهة ثانية تشكيل علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية التي تدعوها إلى إعادة إنتاج محتواها وفق متطلبات الخصائص المستحدثة التي تميز بها أجيالها الجديدة " فالتطور المستمر لشبكة الأنترنت يجعل منها مجالاً خصباً للتتجدد و هو ما يتطلب تكييفاً موازياً من قبل وسائل الإعلام الكلاسيكية "9 التي يمكن أن تصنف في هذا الإطار إلى نوعين اثنين ، نوع استوعب التطورات الحاصلة في المجال و سعى في توظيفها لتجديد الممارسة الإعلامية من خلال إنتاج أنواع جديدة من المضمون تماشياً و خصوصيات الوسيط و بناء علاقات مستحدثة مع مستخدمي الشبكة ، هؤلاء الذين يختلفون عن القراء و المستمعين و المشاهدين العاديين بفعل ممارستهم فعل التلقى ياباكيافية عالية إذ يقومون من جهتهم بالمساهمة و المشاركة في إنتاج المحتويات و المضمونين . أما النوع الثاني فهو النوع الذي يمنعه "الحذر" من استثمار المزايا التكنولوجية لبناء إعلام جديد لا يمكن تجاوز الأخذ بتطبيقاته لأنها جزء من البيئة الإعلامية الجديدة . و يمكن أن نرصد أبرز التحولات في وسائل الإعلام الكلاسيكية على النحو التالي :

تحولات الصحيفة الورقية : عرفت الصحيفة تغييرات كبيرة بفعل استخدامها للحواسيب الآلية و شبكة الأنترنت في مختلف مراحل معالجة و إنتاج المواد الصحفية و لعل من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة توظيف الحواسيب في "

عمليات المعالجة و الإنتاج الطباعي و تحرير النصوص و الصور ... انتهاء بعمليات الإخراج الكامل للصفحات على الشاشات ، و منها إلى المجهز الآلي للصفحات أو الطابعة الفيلمية ، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسوب إلى السطح الطابع مباشرة " ¹⁰ و يستخدم الكمبيوتر صحفيا على مستويات عددة تتعلق بكل مراحل المعالجة و الإنتاج السابقة لظهور الصحافة إضافة إلى مكانته الأساسية في عمليات النشر الإلكتروني سواء باعتباره كأداة للنشر أو أداة للعرض و التخزين ، و يلخص الدكتور عباس مصطفى صادق أهم استخدامات الحواسيب الإلكترونية في المجال الصحفي من خلال النقاط التالية

: ¹¹

- **الحاسب الإلكتروني أداة لإنتاج و المعالجة Processing tool** .
- **الحاسب الإلكتروني أداة للاتصال Communication tool** ، حيث يمثل الكمبيوتر أداة رئيسية في جميع نظم الاتصال منفردا أو مضمونا في أدوات الاتصال المختلفة .
- **الحاسب الإلكتروني أداة للتخزين Storage tool** تعتبر عمليات التخزين وظيفة أساسية للكمبيوتر بأحجامه المختلفة كعملية قائمة بذاتها في سياق تخزين المعلومات بغرض استرجاعها أو بعرض معالجتها
- **الحاسب الإلكتروني أداة للعرض Presentation tool** لا تخزن المادة الإعلامية كذلك دون عرضها مقروءة أو مسموعة أو مرئية على الكمبيوتر ، و هو نفسه بشاشاته ذات الأحجام المختلفة و سماعاته و بميزاته التي تجمع إمكانات لا تقارن بالوسائل التقليدية ، يعتبر أهم أداة للعرض حاليا .

من جهة ثانية ثورت الأنترنت أساليب الممارسة المهنية و الصحفية و صناعة الأخبار ، و يظهر ذلك على مستويين اثنين ، يتمثل أولهما في التغييرات العميقية التي شهدتها الصحف بفعل استخدامها للأنترنت كوسیط جديد للنشر خاصة وأنها ، و بفعل جيلها الجديد ، توفر منافذ مختلفة و تتيح إمكانية التأسيس لصحافة شبكات خاصة ** كما طورت الصحف أساليب الأرشفة الإلكترونية على الخط في مواقعها على الشبكة أو خارج الخط على الأقراص المدمجة المعتمدة في تخزين الأعداد السابقة للصحيفة . في حين يعكس ثاني مستويات التثوير في تسلل الأنترنت إلى طاولات غرف الأخبار ، حيث خلقت نوعا جديدا من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحف في فيما أصبح يعرف بالتعطية الإخبارية عن طريق الحاسوب **CAR Computer Assisted Reporting** ، حيث باتت الأنترنت تستخدم كأداة للتعطية الإخبارية لنسبة كبيرة من الصحفيين بشكل منتظم في عملهم اليومي بفعل ما تتوفره من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات .

بناء على ما تقدم يمكن تلخيص أبرز تحولات الصحافة المطبوعة في النقاط التالية :

. **النشر المكتبي DTP** : و هو المصطلح المستخدم في مجال الصحافة للتعبير على استعمال الحاسوب و برامجه في عمليات تصميم الصحفية و توزيع المواد الصحفية من نصوص و صور و رسومات على صفحاتها و توضيبها و إخراجها تحضيرا لطبعتها أو نشرها إلكترونيا ، لذلك يعتبر النشر المكتبي من جهة "

ببداية الطرق للنشر الإلكتروني " ¹² و يعرف من جهة ثانية باعتباره " استخدام الحواسيب الميكروية في الطباعة و ، و هو نظام طباعي واطي الكلفة ، له القدرة على تركيب و تشكيل و تجميع كل من النص المكتوب و المخطوطات و الأشكال المرسومة و الصور على شاشة عالية الجودة باستخدام برمجيات خاصة بهذا الغرض " ¹³

. النشر الإلكتروني : يتجاوز النشر الإلكتروني حدود استخدام الحاسوب و برمجياته في معالجة النصوص الصحفية و تصميمها و إخراجها ، إلى توفيرها إلكترونيا كمصدر معلومات فوري على الخط **On Line** من خلال شبكة الأنترنت أو خارج الخط **Off line** على أقراص مدمجة ، حيث يتمكن المستخدم من الوصول إلى النصوص اعتمادا على برامج خاصة بالبحث و الاسترجاع ، و هو ما أثر في أساليب التحرير و الإخراج و الإنتاج بشكل عام وغير ملامح الممارسة النهائية و أعاد ترتيب مهام القائم بالاتصال كما فعل دور المتلقى و دفعه إلى المشاركة في إنتاج المضامين الصحفية.

تحولات الراديو : مرت خدمات الراديو التقليدية بمراحل تطور متعددة ، عملت في إطارها القنوات الإذاعية على التوجه نحو تضييق نطاق التغطية إذ حل البث الضيق **Narrowcasting** محل البث الواسع **Broadcasting** لمخاطبة جمهور مستهدف محدود حيث عرف الراديو "مراحل تحول نحو التوسيع في استخدام محطات الراديو منخفضة القوة () التي تناطح عددا محدودا من الأفراد أو الجماعات الصغيرة ، كما اتجهت محطات الراديو نحو استخدام نظام التشكيل بالتردد **FM** للإرسال الإذاعي بدلا من نظام التشكيل بالاتساع **AM** ... حيث تحدث الخبراء عن مفهوم جديد للإذاعة يعتمد على الإذاعات المحدودة أو الضيقة (**Narrow - Cast**) الموجهة إلى جماعات أقل عددا وأكثر تجانسا " ¹⁴ ، غير أن انتقال القنوات الإذاعية إلى بث برمجتها من خلال شبكة الأنترنت يعتبر من أبرز التحولات المستحدثة التي عرفها الراديو على الإطلاق ، حيث تمكن بفعل ما يتميز به الوسيط الجديد من خصائص و مزايا من الوصول إلى ملايين المستمعين الذين لا تجمعهم منطقة تغطية إذاعية واحدة .

و تلعب التطبيقات الصوتية الجديدة في شبكة الأنترنت أدوارا محورية في التأسيس لأنماط إعلامية إذاعية غير مسبوقة أبرزها :

راديو الأنترنت : يسمى أيضا إذاعة الشبكة أو الراديو- نت ، و هي المصطلحات التي تشير إلى استخدام الأنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية و تعرف باعتبارها " برامج صوتية يتم بثها عبر توصيات الأنترنت ، و هو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضا بمجوّات الراديو ، إنه خدمة إذاعية تبث عن طريق الشبكة و تعرض أفقا واسعا من الخدمات الإخبارية و الرياضية و الحوارية و الموسيقى و المواد الصوتية الأرشيفية " ¹⁵ و تعتبر قنوات البث المتندق الإذاعية **Webcasting** أحد أبرز نظم البث الإذاعي عبر الأنترنت و التي تعتمد على تكنولوجيا البث المتندق أو طريقة الانسياب أو ما يعرف أيضا بالتسبييل ترجمة للمصطلح **Streaming** .
البودكاست : يعرف البودكاست تقنيا باعتباره " ملفات صوتية من نوع **MP3** مع إضافات برمجية خاصة للتجميع و قراءة العناوين مثل برنامج **RSS** أو برنامج **Atom** ليتولى قراءة عناوين الملفات عند توفر الجديد منها كما يقوم البرنامج

بالبحث عن ملفات البث الجديدة من هذا النوع و تزييلها تلقائيا و هو ما يطلق عليه اسم تكنولوجيا المدفع¹⁶ و تشكل كلمة بودكاست تركيبا من الكلمتين Pod و هو الجهاز الذي قدمته الشركة الأمريكية Appel و الذي يسمح بالاستماع إلى الموسيقى المسجلة في شكل ملفات من نوع MP3 و Broadcasting و تعني البث ، و يستخدم المصطلح Podcasting للتعبير عن بث ملفات صوتية من نوع MP3 على الشبكة ليتاح للمستخدمين تشغيل هذه الملفات على الخط On Line أو تحميلها و تخزينها للاستماع إليها خارج الخط . إذ يتحقق ال Podcasting مبدأ المحتوى الصوتي عند الطلب ، الذي لا يرتبط بموعد بث البرنامج على الراديو إذ يمكن تحميله عند توفره على الأنترنت أو مباشرة على جهاز الموسيقى المحمول MP3 ، إذ أصبح متاحا للأفراد العاديين إنشاء محتواهم الإذاعية الخاصة ، يكفيهم في ذلك توافقهم على الصوت الإذاعي و المواد الإذاعية و الكمبيوتر الموصول بالشبكة . و " تستثمر وسائل الإعلام تقنيات podcast في اتجاهات متعددة إذ تمكن الواقع الإعلامية غير الإذاعية من توظيف هذه التقنية لإضافة خدمات إذاعية إلى مضامينها الكلاسيكية المكتوبة و المرئية كما تقوم الواقع الإعلامية الإذاعية ، و غير الإذاعية ، بتخزين هذه الملفات في شكل أرشيف إذاعي تتمكن المستخدم من البحث داخله و تزيل ما يشاء من برامج ، كما لا تستثنى تقنية ال Podcast أي مجال إخباري¹⁷ ثم أن استغلال تكنولوجيا ال Podcast في تخزين المحتويات الإذاعية باعتبارها مخزونا ثقافيا شديدا الأهمية يجب المؤسسات الإذاعية صعوبات وتكاليف حفظ هذا المخزون وحمايته من الاندثار .

و تمثل تقنية podcast تحولا ذو دلالة ليس فقط بالنسبة للإذاعة الكلاسيكية و لكن أيضا بالنسبة لاستخدام الإذاعة على الأنترنت ، إذ تأسس البث الإذاعي على الشبكة ، قبل تكنولوجيا ال Podcast على تقنية التسجيل Streaming الذي يوفر للمستخدم إمكانية الاستماع إلى الإذاعة من خلال البث الحي و المباشر أو من خلال الاستماع إلى البرامج من خلال ما تقدم بتوضيح لدينا كيف ان podcast أعاد بناء مفهوم الإذاعة الذي تأسس تاريخيا على مبدأ البث المباشر و الحي و المتواصل ، حيث تخلص تقنياته المستمع من سطوة البث الإذاعي المباشر و تحرر " المضمون الإذاعي من الوسيط الكلاسيكي ، إذ يمكن من خلال تقنية MP3 الاستماع إلى البرنامج الإذاعي على كل الأجهزة التي تقرأ ملفات MP3 وهي متنوعة¹⁸"

تحولات التلفزيون : يمثل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية نقطة تحول كبرى في تاريخ التلفزيون ، إذ تجاوز حدود و إمكانيات البث الأرضي و تخطى تضاريس الجغرافيا . و تكشف التطبيقات التلفزيونية الجديدة عن طيف غير محدود من الأنواع المستحدثة غير المسبوقة من جهة و نماذج مبتكرة عن أشكال تقليدية ، فهي امتداد لها ، من جهة ثانية (و منها التلفزيون الرقمي Digital TV ، التلفزيون التفاعلي Interactive TV التلفزيون فائق الوضوح High- Definition Television) بينما يعرف الإعلام المرئي حاليا تحولات كبيرة بفعل التكنولوجيات الاتصالية و النطور في سرعة الاتصال بالأأنترنت ، حيث انتقلت المؤسسات التلفزيونية من بث محتواها عن طريق الأنظمة الأرضية و الكوابل و الأقمار الصناعية إلى بثها من خلال شبكة الأنترنت ، إذ ظهر نوع جديد من البث الشبكي الذي يعمل على

التأسيس لأنواع تلفزيونية غير مسبوقة ، تقدم المحتويات و المضمائن وفقاً لخصائص و مزايا مستحدثة أثرت على المضمون نفسه و خلقت نطاً جديداً من المشاهدة ، تحول فيها المشاهد إلى مشارك فعال في صناعة المضمائن التلفزيونية ، و لعل أبرز مظاهرها تلفزيون الأنترنت .

الإعلام الجديد:

ينوه الباحثون ، من اهتموا بالضبط الاصطلاحي لمفهوم الإعلام الجديد ، بتنوع المدونة المصطلحية للمفهوم ، و كثرة الصيغ المعربة عنه و لعل ما يبرر ذلك حداثة الظاهرة و عدم تشكل ملامحها التفصيلية النهائية من جهة و اختلاف المقارب النظرية في بحث المفهوم و تحليله و كذا تعدد و اختلاف موقع الباحثين و أهدافهم من دراسة الظاهرة .

لذلك لم يتفق الباحثون في الإجابة على السؤال ما هو الإعلام الجديد ؟ إذ يعتمد بعضهم في ذلك على تصنيف مختلف التقنيات التي يستحضرها المتخصصون في مناقشتهم للمفهوم ك الأنترنت ، الواقع الإلكتروني ، الكمبيوتر و الوسائل المتعددة ... في حين يربط آخرون المفهوم بكل ما استحدثه الجيل الثاني للويب من موقع كالمدونات الإلكترونية و موقع الوiki و الشبكات الاجتماعية ، في حين لا يستثنى البعض منهم وسائل الإعلام التقليدية من الحيز الذي يشكله الإعلام الجديد في إشارة إلى استخدام الكمبيوتر في مختلف مراحل معالجة المحتويات الإعلامية .

وعلى نفس النحو يعتمد الباحثون مقاربات مختلفة في تحديد السياقات التاريخية لمصطلح الإعلام الجديد فهناك من يربطه بظهور الأنترنت و الثورة الرقمية ، و هناك من يتضمن للبحث في فكرة الإعلام الجديد بدراسة التطبيقات الإعلامية التي أتاحتها الجيل الثاني للويب بينما "يعود آخرون بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التأغراف ، و يبنون فكرتهم على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام"¹⁹ و تفسيراً لهذا الاختلاف يطور الباحث الدكتور عبد الله الزين الحيدري فكرته الخاصة لتحديد السياق التاريخي للإعلام الجديد ، منطلاقاً من حقيقة أن التحول و التغيير عبر النطمور التكنولوجي هو جوهر كيان الإعلام و الاتصال ، حيث يعتبر أن الإعلام جديداً في كل طور من أطواره ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة ، و جديداً مع تطور الصحافة المكتوبة و جديداً مع ظهور الفوتوغرافية و جديداً مع ظهور الإذاعة و جديداً مع ظهور التلفزيون "²⁰

و يفسّر معهد الإعلام الجديد The New Media Institute (NMI) (و هو هذا الاختلاف بحداثة المفهوم " فالإعلام الجديد هو مصطلح القرن الواحد و العشرين الذي يستخدم لتعريف كل ما له علاقة

بالأنترنت ومحصلات التفاعل بين التكنولوجيا والصوت والصورة ، و لعل ما يجعل تعريف الإعلام الجديد مختلف يومياً ويواصل فعل ذلك هو أن وسائل الإعلام الجديد وأدواته مستمرة في التطور بطرق سريعة وعميقة " ²¹

الإعلام الجديد : مقاربة اصطلاحية:

يعرف الإعلام الجديد في قاموس Cambridge Advanced Learner's Dictionary باعتباره " المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات أو المضامين الترفيهية باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الأنترنت، وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف " ²²

و تعرف PC Magazine Encyclopedia الإعلام الجديد باعتباره " المفهوم الذي يشير إلى وسائل التواصل الجماهيرية في العالم الرقمي و التي تسمح لجموعات صغيرة من الناس بالتجمع على الأنترنت وتبادل المعلومات. بما يتبع لهم التعبير على أنفسهم في مجتمعاتهم وفي العالم بشكل عام. " ²³

و حسب موسوعة الويب Webopedia فإن مصطلح الإعلام الجديد هو "مصطلح عام يضم العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصالات الإلكترونية التي أصبحت ممكنة بفعل استخدام تكنولوجيا الكمبيوتر. هذا المصطلح يتعلق أيضاً بالنظم والأشكال الإعلامية القديمة مثل الصحف والمجلات المطبوعة، التي تتميز بحتوياتها السائنة و الثابتة من نصوص و صور ورسومات مقارنة بصحافة الإعلام الجديد التي تختلف عنها في ديناميكيتها و في حالة التغيير المستمر التي تتصرف به " ²⁴

أما اصطلاحياً فيذكر كل من Sonia Livingstone و Leah Lievrouw على السياق الاجتماعي في تعريفهما للإعلام الجديد فهما يعتقدان أن " الإعلام الجديد ، على غرار مظاهر التطور التكنولوجي في المجال تارخياً ، لم يظهر ك مجرد نتيجة خالصة للتتطور التقني البحث ، و عليه يجب مقاربة الإعلام الجديد باعتباره ظاهرة سوسيو-تقنية . ذلك أن التقنية التي نشأ بفعلها لم تتوارد في فراغ اجتماعي ، بل من خلال سيرونة يتحدد فيها المكون الاجتماعي موقعاً هاماً " ²⁵ و لهذا يعرفان الإعلام الجديد باعتباره " مجموع التقنيات الإعلامية و الاتصالية ضمن سياقاتها الاجتماعية التي تظم ثلات مكونات رئيسية هي :

- الأجهزة والأدوات التي تمكّن الأفراد وتدعم قدراتهم على التواصل ومشاركة المعاني .
 - مجموع النشاطات و الممارسات الاتصالية التي يطورها الأفراد بفعل استخدامهم لهذه الأجهزة والأدوات .
 - الأنساق الاجتماعية و الأشكال التنظيمية التي أنشأها الأفراد لتأثير استخدامهم لهذه الأجهزة والأدوات
- 26".

و اعتماداً على التحولات التي عرفها مجال الإعلام بفعل ما حمله الجيل الثاني للشبكة من خصائص و ما استحدثه من موقع يعرف الإعلام الجديد باعتباره " إعلاماً متعدد الأشكال و الوسائط (المكتوب ، المسموع و المرئي) و النماذج (

المدونات ، موقع التواصل الاجتماعي ، صفحات الكترونية ...) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنيت بميزاتها المتعددة و على تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية²⁷ و عليه يعرف الإعلام الجديد من خلال الإشارة إلى "جملة الممارسات التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشغّل داخل بيئه تواصلية متغيرة تساهمن في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال"²⁸

خصائص الإعلام الجديد:

إننا ، وإن كنا نشهد تحولاً كبيراً في مجال الإعلام والاتصال، لا ننفرد بمعاصرة "الإعلام الجديد" فقد فعل غيرنا من أجيال مختلفة ذلك في الماضي ، فمجال الإعلام والاتصال قد شهد تغييرات كثيرة و متعددة خلال مراحل تاريخية مختلفة ، صفت بعضها على أنها ثورات بفعل عمق التحولات التي أحدهتها في البنية الإعلامية و الاتصالية القائمة . و لعل أبرزها اكتشاف الكتابة ، التي مكنته الإنسان من استغلال لغة الرموز في تسجيل المعلومات و الخبرات، و التي اعتبرت ثورة الاتصال الأولى . كما يذكر التاريخ اكتشاف مطبعة **Johannes Gutenberg** باعتبارها ثورة الاتصال الثانية ، و التي أتاحت للمجتمع بكل شرائحه من الثقافة و المعرفة ولعبت أدواراً فاعلة في التمهيد لظهور الصحافة و بالتالي إشراك كل أفراد المجتمع في شتى مجالات الحياة بشكل لم يسبق له مثيل . و قد "اعتبر **Marshall Mc Luhan** أن اكتشاف الإذاعة و الفيلم في العشرينات من القرن العشرين و التلفزيون في الخمسينيات من نفس القرن امتداداً للإنسان ، فالإذاعة امتداد لصوت الإنسان و التلفزيون امتداد لبصره ، وأدت هذه الوسائل إلى انتقال المجتمع من الاتصال المكتوب إلى الثقافة السمعية البصرية ... في حين يُعد اكتشاف الحاسوب في السبعينيات ثوران الاتصال الثالثة إذ نقلت المجتمع من مرحلة الاتصال المسموع و المرئي إلى الاتصال الإلكتروني الذي أعاد النص إلى الاتصال مرة أخرى . و قد سمي الباحثون الذين اعقبوا **Mc Luhan** هذه المرحلة بالاتصال التفاعلي إشارة إلى إمكانية التفاعل المباشر مع الآخر"²⁹ و لعله سيكون من المنصف تصنيف التغيرات الحالية التي يعرفها قطاع الإعلام و الاتصال باعتبارها الثورة الرابعة ، و التي ستعتمد مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عنها . فالإعلام الجديد اكتسب تسميته "الإعلام الجديد" قياساً بالإعلام التقليدي ، الذي كان هو الآخر جديداً في مرحلة ما ، و عليه يستمد الإعلام الجديد صفة الجدة بناءً على اعتماده لأدوات واستحداثه لممارسات إعلامية لم تكن موجودة سابقاً ، لذلك فإنه من المطفي أن يتجدد مفهوم الإعلام الجديد تماشياً و التحولات التي تحدثها التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام و الاتصال ، خاصة وأنها تتسم (أي التحولات) بالسرعة و العمق ... إذ لم يسبق أن أتيح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر له إلا بعد ظهور ذلك النوع المخصوص من الواقع الإلكترونية التي استحدثها الويب 2.0 كالمدونات و الشبكات الاجتماعية وموقع الفيديو التشاركي كالـ **Wikis** و موقع الـ **youtube** ، وهي الموقع التي تترجم معنى الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية . و تعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموج الاتصال المؤسسي التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي تأسيس قنوات إعلامية اتصالية و إيصال رسالته وفق نماذج اتصالية غير مسبوقة .

بناء على ما تقدم يمكن مقاربة أبرز خصائص الإعلام الجديد من خلال دراسة ثلاث مظاهر تميزه عن الأنماط الإعلامية التقليدية الإلكترونية السابقة وهي :

- الاندماج Convergence : و الذي يعتبر واحدا من أبرز خصائص و سمات الإعلام الجديد الذي يعني " تدفق المحتويات والمصامين الإعلامية من خلال منصات إعلامية مختلفة و متعددة "³⁰ والتي تعكس في ترحال المتلقي ، بين الخبرات الترفيهية والإخبارية المختلفة اعتمادا على وسيط واحد ، لذلك يمثل الاندماج تحولا ثقافيا بفعل دفع المستخدمين إلى تحصيل المعلومات والأخبار والمصامين الترفيهية وفق آليات مستحدثة من خلال الربط بين محتويات وسائل إعلام مختلفة .

- المشاركة Participation : ثورت خاصية المشاركة أساليب الممارسة المهنية من جهة و تقاليد تلقي المصامين الإعلامية من جهة ثانية " فالحديث عن منتج للمصامين الإعلامية و متلقي لها ، و عما يضطلع به كل منهما من مهام بات من الماضي ، ففي الإعلام الجديد يشارك الجميع (منتجون و متلقوون) ، من خلال عمليات تفاعلية تلقائية أو منظمة في صناعة المحتوى وفق قواعد جديدة "³¹

- الذكاء الجماعي Collective Intelligence : يشمن الكثير من الباحثين* ، في مجالات علمية مختلفة ، مبادئ العمل الجماعي . وقد لقيت هذه الأفكار تجاوبا كبيرا في مجال الإعلام و الانتصال بفعل تحقيقها لمبدأ التحقق من الواقع في ذلك النوع من الواقع المستحدثة على هامش المزايا التي يوفرها الويب 2.0 و التي تعرف بالواقع التعاونية على غرار ال Wikis .

و قد " صرّح المنظر السسييري الفرنسي Pierre Lévy مصطلح الذكاء الجماعي Collective Intelligence ... الذي يمكن النظر إليه كمورثة قوية بدليل لوسائل الإعلام "³² إذ لا يمكن لأي شخص أن يعلم كل شيء عن واقعة معينة ، غير أن كل شخص يعرف تفصيلة محددة ، و عملية الجمع بينها من شأنها أن تغطي الموضوع من كل جوانبه من جهة و توفر آلية تلقائية للتأكد من المعلومات و غربلتها من ناحية ثانية على خلفية تطابق التفاصيل و منطقية العلاقة بينها .

- ما بعد التفاعلية Post Interactivity : مفهوم اصطلاحي يصف محمل تلك المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الأنترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها تقييمات Web 2.0 حيث ولجت الأنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين المادة الإعلامية ومستقبليها في آن وفق نط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many

يرتبط مفهوم الإعلام الجديد، تبعاً لما يتميز به من خصائص و تأسيساً على الخصوصية التكنولوجية للمرحلة الراهنة ، بسلالة جديدة من الواقع الإلكتروني على الأنترنت و هي تلك التي "استخدم *Tim O'Reilly* مصطلح الويب *Web 2.0* لتوصيفها و التي تتميز بـ :

تشجيع المستخدمين للإنتاج و إدارة المحتويات من خلال تفعيل الذكاء الجماعي .

دفعهم إلى الاستمرار في تحديث محتوياتهم و تحفيز واجهات حساباتهم .

التشبيك من خلال استخدام محتويات الآخرين و فتح المحتويات الخاصة لإعادة الاستخدام من قبل الآخرين (المشاركة و التعليق) ³³ و يمكن تصنيف هذا النوع الجديد من الواقع في ما يلي :

موقع الويكي* Wikis : موقع الويكي **Wikis** هي نوع من الواقع الإلكتروني التي تسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود غالباً، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من الواقع. و تعني كلمة ويكي (/wi:ki:/) بلغة هواي "بالغ السرعة"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات الواقع.

Portland Pattern و ظهر أول موقع اطلق عليه اسم "ويكي" في 25 مارس 1995 وهو موقع **Ward Cunningham Repository** اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من الواقع، وفي آخر التسعينيات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج الويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، و يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الإنترت.

تتيح برامج الويكي للزوار تحرير مواضيع الموقع جماعياً و بلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح . و لعل ابرز مميزات موقع الويكي بشكل عام هو: سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحرير مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها .

موقع المفضلات الاجتماعية Social Bookmarks : التي يطلق عليها أيضاً اسم خدمات الفهرسة الاجتماعية و هي عبارة عن نوع من الواقع التي تقدم خدمة تخزين عناوين موقع الأنترنت مع إضافة وسوم Tags لوصف محتوى الموقع المخزن مما يجعلها متاحة لأي فرد من أي مكان وباستخدام أي جهاز. و تتأسس موقع المفضلات الاجتماعية على مشاركة مجتمع المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم . ففي نظام المفضلة الاجتماعي، يمكن للمستخدمين حفظ الروابط لصفحات الأنترنت التي يريدون تذكرها أو مشاركتها أو تذكيرها ومشاركتها في نفس الوقت، وعادة ما تكون هذه العناوين عامة ولكن يمكن حفظها بشكل خاص والسماح بمشاركةها مع أشخاص خاصين معينين أو مجموعات معينة، ومشاركة ذلك فقط داخل شبكات معينة، كما يمكن مشاركة الملفات على الصعيد الشخصي والعام معاً. كما يمكن للأشخاص المصرح لهم بعرض مفضلتهم في أي وقت، من خلال الفئة أو السمات، أو عن طريق أحد محركات البحث.

" و يعد موقع [del.icio.us](#) الذي ظهر في عام 2003م أول مفضلة اجتماعية تقدم تطبيقات وصف المحتوى ، تمتلكها "Yahoo" وهي من أفضل المواقع المتخصصة بهذا المجال وأشهرها ، تتمثل خدمتها الأساسية في تخزين الروابط وترتيبها ³⁴ ومن خلاله يمكن للمشتركين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت ووضع الكلمات المفتاحية التي تصف الموقع، وبحفظ هذا الموقع في **Delicious** يصبح لدى كل عضو في هذه الخدمات قائمة من الروابط ملوقع ومحفوظات مفضلة لديه، محفوظة ومفهرسة عن طريق عملية التوسيم **Tagging** ويمكن للعضو أن يجعل قائمته مُشاعة بين كل الأعضاء المسجلين في نفس الخدمة، ويتحقق له أيضاً قصرها على نفسه فقط، دون أن يطلع عليها أحد

موقع الشبكات الاجتماعية **Social Network Web Sites** : تعرف موقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها "

نوع من الواقع التي تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب ، و تتيح للأفراد بناء ملخص متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد . كما تتيح هذه الواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين ، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل موقع على حده ³⁵ و قد أحدثت الشبكات الاجتماعية تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات من خلال ما تقدمه من خدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات . و يكتسي هذا النوع من الواقع أهمية بالغة في وقتنا الحالي تبعاً لاتساع نطاق استخداماته و شعبيته الكبيرة ، إذ تشير الإحصائيات ، المتغيرة على الدوام و بشكل مستمر توجها نحو الارتفاع حيث "أن استخدام **Facebook** سنة 2014 قد بلغ 1.3 مليار مستخدم ، وأن موقع **youtube** يحضى بـ 900 مليون زياره كل شهر و 4.3 مليار مشاهدة للفيديوهات يوميا ، في حين يضم **Twitter** 645 مشترك مقابل 277 في **LinkedIn** ³⁶ و تصنف الشبكات الاجتماعية من حيث الإناحة الجماهيرية إلى نوعين رئيسين هما أولاً الشبكات التي تضم أفراد أو مجموعات من الأفراد الذين تربطهم أطر مهنية أو اجتماعية معينة ، وهي موقع مغلقة لا يسمح فيها بالدخول إلى كافة الناس . أما النوع الثاني فهي الشبكات الاجتماعية المفتوحة للجميع و التي يمكن لأي فرد الانضمام إليها .

و بدأت الشبكات الاجتماعية* في الظهور أواخر تسعينيات القرن الماضي ، على النحو الذي يظهره التمثيل البياني رقم (09) مثل **Classmates.com** عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة الذين ينتسبون إلى



³⁷ التمثيل البياني رقم (09) يوضح : الجدول الزمني لإطلاق أبرز الشبكات الاجتماعية

200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم وموقع SixDegrees.com عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص . وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لجامعة من الأصدقاء . وبالرغم من توفير تلك الواقع خدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك الواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالكيها وتم إغلاقها . وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001. ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم يليه موقع Facebook والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع MySpace حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي Facebook بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.

موقع التدوين المصغر Micro-blogging Sites : نموذج عن المدونات في شكلها المعروف ، غير أنها تتميز عنها بكوكها أشدّ اختصاراً و تركيزاً^{*} . و هي الخدمة التي تتيح للمستخدمين تبادل عناصر مصغرة من المحتوى مثل الجمل القصيرة والصور الفردية، أو روابط الفيديو، " و التي تسمى أيضاً بالإدراج المصغر "³⁸ ولعل ذلك يمثل أبرز أسباب شيوخ و انتشار Andreas M. الموقع التي توفر هذا النوع من الخدمة و تنامي شعبيتها بين المستخدمين ، و يعتقد كل من Michael Haenlein و Kaplan Andreas M. that the reason for the popularity of micro-blogging is the ease of use and the ability to share short snippets of text and images. They believe that the main advantage of micro-blogging is its simplicity and convenience for users. They also mention that micro-blogging has become a popular way for people to stay connected and share their thoughts and experiences with others. They believe that the future of micro-blogging is bright and it will continue to grow and evolve.

Push—Push—Pull نوع فريد من الاتصال بين المستخدمين (التواصل دفع دفع سحب communication communication) و الذي تأسس له عن طريق ما يعرف بال關注ة following

المدونات الإلكترونية weblog : في تعريفهم للمدونات يعتمد الباحثون على التعريف الذي تقدمه الـ wikipedia لশموله على كل العناصر، إذ تعرف المدونات باعتبارها " تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، يعمل من

خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب على شبكة الأنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محمد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفه المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحاليفها.⁴⁰

- ١ الصادق رابح : المدونات و الوسائط الاعلامية : بحث في حدود الفصل و الوصل ،م،س،ذ، ص:593.
- ٢ الصادق الحمامي : الصحفيون و اخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الاعلام و العصر ، ابو ضبي ، عدد سبتمبر ، 2013 ، ص:14.
- ٣ جمال الزرن : البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 ، ص:20.
- ٤ اندریا بیرس و بروس ویلیامز ،م،س،ذ، ص:20.
- ٥ الصادق الحمامي : الاعلام الجديد مقاربة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006 ، ص:10.
- ٦ الصادق الحمامي : :الاعلام الجديد مقاربة تواصلية ،م،س،ذ، ص: 11
- ⁷ SONNAC ,Nathalie, L'écosystème des médias, Communication [En ligne], Vol. 32/2 | 2013. URL:<http://communication.revues.org/503010.4000/> , mis en ligne le 08 avril 2014, consulté le 12 novembre 2015 15 :22
- ٨ الصادق رابح. فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات. م.س.ذ، ص: 147
- ٩ الصادق الحمامي : :الاعلام الجديد مقاربة تواصلية ،م،س،ذ ، ص: 15
- ١٠ سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 02/01 ، 2010 ، ص:449.
- ١١ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ،م،س،ذ، ص:54.
- ١٢ عامر ابراهيم قندجي و ايمان فاضل السامرائي : تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002،ص:320.
- ١٣ نفس المرجع السابق ، ص: 321
- ١٤ سميرة شيخاني،م.س.ذ،ص: 454.
- ١٥ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص:219
- ١٦ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ،م.س.ذ، ص:227
- ١٧ الصادق الحمامي و اخرون: الإنترنت و الإذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الإذاعي و التلفزيوني م.س.ذ ، ص:34.
- ١٨ الصادق الحمامي و اخرون: نفس المرجع السابق ، ص:34
- ١٩ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م،س،ذ ، ص:29
- ٢٠ عبد الله الزرين الحيدري: الاعلام الجديد النظام و الفوضى ، دار سحر للنشر ، تونس ، 2012 ،ص:18
- * معهد الإعلام الجديد (NMI) ، بـ New York هيئة بحث تتمثل مهمتها في تحسين فهم العامة لقضايا المحيطة بالإنترنت والأشكال الأخرى للاتصالات و وسائل الإعلام الجديد.
- ²¹ BAILEY Socha and EBER-SCHMID Barbara: what is new media? Defining New Media Isn't Easy, www .new media . org <http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html> , consulté le 20/12/2015 11:15
- ²² Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press), <http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media> , consulté le 13/12/2015 11:00
- ²³ PC Magazine Encyclopedia . Definition of: new media; <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media> , consulté le 20/10/2015 01:25
- ²⁴ NEW MEDIA : http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html , consulté le 24/10/2015 13:15
- ²⁵ LIEVROUW, Leah A. and LIVINGSTONE, Sonia: Handbook of New Media , Op.cit,p :247
- ²⁶ LIEVROUW, Leah: Alternative and Activist New Media , Polity Press, Cambridge , 2011,p :09
- ²⁷ علي خليل شقرة : الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ،عمان 2014 ، ص:53.

²⁸الصادق الحمامي : الاعلام الجديد مقاربة تواصلية ، م،س،د، ص: 02
²⁹ عزي عبد الرحمن : اللغة و الاتصال ، مطبوعة غير منشورة ، ص: 02

³⁰ JENKINS, Henry: Convergence Culture:Where Old and New Media Collide , New York University Press, New York , 2006,p:03.

³¹ Loc.cit

*يشير الباحث الاقتصادي Friedrich Hayek في دراسة له حول استخدام المعرفة في المجتمع الى ان معرف الشخص الواحد تظل محدودة وان الحقيقة لا يمكن اظهارها ما لم يتم استثمار الذكاء الجماعي للجماعة . للمزيد من التفاصيل انظر: HAYEK, Friedrich August. The use of knowledge in society, The American Economic Review , volume 35 , Issue 4 (Sep ,1945).

³² JENKINS, Henry: Op.cit,p:04

³³ANDREWS ,Keith: Internet and New Media : lecture notes ,Graz University of Technology Inffeldgasse ,Graz,2011,p:174.

*للمزيد من التفاصيل انظر : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Wiki>
³⁴ عبدالمالك التاري: تعرف على Delicious، في موقع عالم التقنية ،
وُضعت على الخط 13:03 2009/08/24 تم الاطلاع عليها 10 / 24 / 2012

³⁵ELLISON, Nicole B., et al. Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, vol. 13, no 1, p:211.

³⁶ مركز معلومات الحوار الأوروبي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ،دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، الاتحاد الأوروبي 2014،

*أبرز الشبكات الاجتماعية:

- Facebook <http://www.facebook.com/>
- Google + <https://plus.google.com/>
- youtube <https://www.youtube.com/>
- LinkedIn <http://www.linkedin.com/>
- MySpace <http://www.myspace.com/>
- Bebo <http://www.bebo.com/>
- Xing <http://www.xing.com>
- flickr <https://www.flickr.com/>

³⁷ ELLISON, Nicole B., et al: Op.cit , p :212.

³⁸ LOHMANN, Steffen, BURCH, Michael, SCHMAUDER, Hansjörg, et al. Visual analysis of microblog content using time-varying co-occurrence highlighting in tag clouds. In : Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces. ACM, 2012. P : 753.

³⁹ KAPLAN, Andreas M. et HAENLEIN, Michael. The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging. Business Horizons, 2011, vol. 54, no 2, p: 107.

* أبرز الموقع التي توفر هذا النوع من الخدمات:

- Twitter <http://www.twitter.com/>
- Tumblr <http://www.tumblr.com/>
- Jaiku <http://www.jaiku.com/>

⁴⁰ موسوعة ويكيبيديا <http://ar.wikipedia.org/wiki/9> تم الاطلاع عليها 16:07 2014/12/12