



جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

الملتقى الوطني

التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة: قراءة في المفهوم، الواقع و الأبعاد

المداخلة :

البيئة الاتصالية الجديدة : مظاهر التحول

12/11 فيفري 2019

إعداد :

د/سعاد ولد جاب الله

البيئة الاتصالية الجديدة : 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 الأنترنت تسعينيات القرن العشرين و تحول وسائل الإعلام إلى بث و نشر محتوياتها من خلال مواقعها الإلكترونية على الشبكة قد ساهم في تخليص المتلقي من سطوة المرسل و إخراجه من دائرة التلقي السلبي بفعل خصائصها المتفردة ؛ كما كان للأنترنت أثرها البالغ على المحتويات و المضامين الإعلامية ، فخلافا لما سبقها من الوسائل ، و التي أصبحت تصنف على أنها تقليدية، تقوم الأنترنت بطبيعتها على خاصية الملتيميديا ، فهي الوسيط الاتصالي الذي مكن مستخدميه من الاستماع و المشاهدة و القراءة في نفس الوقت . كما ظهر تأثير الأنترنت على القائم بالاتصال في خلقها لأنواع جديدة من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحفي ، فيما أصبح يعرف بالتغطية الإخبارية عن طريق الحاسوب **Assisted Reporting Computer CAR** حيث يعتمد الصحفيون ، في مختلف وسائل الإعلام ، على الأنترنت كأداة للتغطية الإخبارية لما تنحه من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات و فاعلية في عمليات التحرير و النشر .

و قد نظر الكثير من الباحثين في المجال إلى هذه التغييرات باعتبارها ثورة اتصالية و اعتقدوا بأن الأنترنت كوسيط اتصالي جديد سيدفع الوسائل الإعلامية السابقة إلى إعادة النظر في هويتها ، وذهب آخرون إلى أبعد من ذلك حين تنبؤا 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 فالأنترنت غدت بالفعل جزء لا يتجزأ من البنية الاتصالية العالمية و المصدر الأول للأخبار في بعض البيئات ، كما أن هناك الكثير من المنشورات الإلكترونية التي تشرف عليها مؤسسات غير إعلامية و نجاح بعض المواقع الإعلامية الأخرى في استهداف جماهير لم تكن تصل إليها . و رغبة منها في تفعيل ظهورها على الأنترنت 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 ، و وضع 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 غربلتها وعزلها عن الأخبار التي ينتجها الإعلاميون العاملون بها ، و الحاصل أن الأنترنت لم يكن لها ذلك الأثر التثويري 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 مواقع إلكترونية لها على الشبكة كانت ، و ما تزال ، تستوحي نماذج عملها من وسائط الإعلام التقليدية . غير انه ، وبالموازاة مع التطورات التي تعرفها الأنترنت بوصفها أبرز المجالات التي تتبلور في إطارها أدوات و أشكال جديدة من الإعلام ، و بفعل ما اكتسبته من خصائص و مزايا متجددة 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 يعهدها 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 تتشكل 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 المواقع الإلكترونية و تعاظم الويب و مرحلة ثالثة تميزت بالتغيرات الجذرية في الأنظمة التواصلية التي تحكم الأنترنت و التي يصطلح المتخصصون على تسميتها بالويب 2.0 ، إذ يؤسس في هذه المرحلة لخاصية التفاعل باعتبارها " النشاط الرئيسي للمستخدمين الذين تحولوا من متصفحين للمواقع يتفاعلون مع مضمانيها بشكل محدود إلى منتجين للمضامين (نصوص ، صور و فيديو هات (يتبادلوها في مواقع مخصصة " ² و يعبرون بواسطتها عن عوالمهم الذاتية الاجتماعية.

البيئة الاتصالية الجديدة :

عرف المشهد الإعلامي مطلع القرن الواحد و العشرين تغييرات عميقة بفعل التطورات المعقدة لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التي سمحت بجمع المعلومات و انتقائها و معالجتها و نشرها وفق أسس جديدة ، حيث تؤكد بحوث و دراسات علمية عديدة التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الاتصالية و تمايزها عما كان سائدا نهايات القرن العشرين و الفترات الزمنية السابقة و تردها إلى التغييرات التكنولوجية المصاحبة للتطورات التي شهدتها وسائل الإعلام و الاتصال و التي حدثت 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 شأنا محددًا في التوازن البيئي الطبيعي ، فإن مستوى الحريات و خاصة تنقل المعلومات و الآراء و تداولها في المجتمع بات أيضا أمرا محددًا في مدى التوازن الميدياتيكي في العالم من جهة و في كل دولة على حدة من جهة أخرى . كما توجد بيئة خاصة بالطبيعة فإنه توجد بيئة أخرى موازية هي بيئة الأفكار و الأخبار و وسائطها و طرق تداولها . إن تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي و من الهرمي إلى الشبكي أحدث بيئة 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 مفهوما غامضا و غير محدد " و تعرف البيئة الاتصالية في بحوث الإعلام من خلال عنصرين ، تكنولوجيا الاتصالات الخاصة المستخدمة و البنى 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 عدة هي :

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 وسائط إعلامية جديدة
- سلعة المضامين الإعلامية

تحولات تواصلية - ثقافية : تعمل التطورات التكنولوجية الاتصالية على إعادة بناء الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية و الثقافية لوسائط الإعلام و لوسائل التعبير في الفضاء العمومي ، " ذلك أن الأنترنت لم تيسر فقط النفاذ إلى المعلومات بل إنها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحوار و الدردشة 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 صحفيي وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية كما تيسر له سبل تحميل المحتويات و نشرها اعتمادا على تطبيقات بسيطة في الأجهزة المحمولة " 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 . فوسائل الإعلام التقليدية لم تؤسس شرعيتها التاريخية على المتغير التقني فحسب ، بل على قواعد ومفاهيم و قيم نموذجية كبرى تقيم عليها رؤيتها لذاتها ، " إذ رافق التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام خلال السنوات القليلة الماضية ، انخيارا حادا لقيم الموضوعية و الاستقلالية و الأخلاقيات المهنية فقد تحرر منتجو المضامين الإعلامية من الانتماء المؤسساتي و بالتالي من

الالتزامات الأخلاقية و المهنية ، كما تفصح العديد من العوامل الإيديولوجية و التنظيمية و التقنية و التحريرية المتفاعلة عن صعوبة وجود قيمة الموضوعية في البيئة الإعلامية الجديدة"⁸

مظاهر البيئة الاتصالية الجديدة :

تتجلى أبرز مظاهر البيئة الاتصالية الجديدة في اتجاهين اثنين ، يتمثل أولهما في التغيرات 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 الوسائط 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 كبرى على جميع المستويات التقنية (تطورات تكنولوجيا النشر و البث و التوزيع) و المؤسساتية (بروز نوع جديد من الإعلام خارج إطار المؤسسات الاعلامية التقليدية) و القائم بالاتصال (المهام الصحفية الجديدة على قائمة الممارسة المهنية إضافة إلى ظهور سلالة جديدة من الصحفيين) المضمون (أنواع جديدة من المضامين) و الجمهور (تجزؤ الجمهور إلى جماهير)

و تساهم الأنترنت بشكل كبير في حدوث هذه التحولات إذ لم تعد مجرد وسيط تستخدمه وسائل الإعلام التقليدية لإعادة نشر و بث محتوياتها استثمارا لمزاياها المتفردة بل إنها أصبحت مجالا يتأسس في إطاره نوع جديد من الإعلام ، فهي إذ تساهم في تغيير البيئة الإعلامية فإنها تفرز من جهة أدوات وتطبيقات إعلامية جديدة ومضامين مستحدثة وتعيد من جهة ثانية تشكيل علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية التي تدعوها إلى إعادة إنتاج محتوياتها وفق متطلبات الخصائص المستحدثة التي تتميز بها أجيالها الجديدة " فالتطور المستمر لشبكة الأنترنت يجعل منها مجالا خصبا للتجدد و هو ما يتطلب تكيفا موازيا 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 المضامين تماشيا و خصوصيات الوسيط و بناء علاقات مستحدثة مع مستخدمي الشبكة ، هؤلاء الذين يختلفون عن القراء و المستمعين و المشاهدين العاديين بفعل ممارستهم فعل التلقي بإيجابية عالية إذ يقومون من جهتهم بالمساهمة و المشاركة في إنتاج المحتويات و المضامين . أما النوع الثاني فهو النوع الذي يمنعه " الحذر " من استثمار المزايا التكنولوجية لبناء إعلام جديد لا يمكن تجاوز الأخذ بتطبيقاته لأنها جزء من البيئة الاعلامية الجديدة . و يمكن أن نرصد أبرز التحولات في وسائل الإعلام الكلاسيكية على النحو التالي:

تحولات الصحافة الورقية : عرفت الصحافة تغييرات كبيرة بفعل استخدامها للحاسبات 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 الجهاز الآلي للصفحات أو الطباعة الفيلمية ، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسوب إلى السطح الطابع مباشرة " ¹⁰ و يستخدم الكمبيوتر صحفيا على مستويات عدة تتعلق بكل مراحل المعالجة و الإنتاج السابقة لظهور الصحيفة 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 للإنتاج و المعالجة **Processing tool** .
- الحاسب الإلكتروني أداة للاتصال **Communication tool** ، حيث يمثل الكمبيوتر أداة رئيسية في جميع نظم الاتصال منفردا أو مضمنا 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 بغرض 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 العميقة التي شهدتها الصحف بفعل استخدامها للأنترنت كوسيط جديد للنشر خاصة و أنها ، و بفعل جيلها الجديد ، توفر منافذ مختلفة و تتيح إمكانية التأسيس لصحافة شبكات خالصة ** كما طورت الصحف أساليب الأرشفة إلكترونيا على الخط في مواقعها على الشبكة أو خارج الخط على الأقراص المدمجة المعتمدة في تخزين الأعداد السابقة للصحيفة . في حين ينعكس ثاني مستويات التثوير في تسلل الأنترنت إلى طاولات غرف الأخبار ، حيث خلقت نوعا جديدا من المهام على قائمة الممارسة المهنية للصحفي فيما أصبح يعرف بالتغطية الإخبارية عن طريق الحاسوب **CAR Computer Assisted Reporting** ، حيث باتت الأنترنت تستخدم كأداة للتغطية الإخبارية لنسبة كبيرة من الصحفيين بشكل منتظم في عملهم اليومي بفعل ما توفره من مرونة في الوصول إلى مصادر المعلومات .

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

. النشر المكتبي **DTP Desk Top Publishing** : و هو المصطلح المستخدم في مجال الصحافة للتعبير على استعمال الحاسوب و برامجه في عمليات تصميم الصحيفة و توزيع المواد الصحفية من نصوص و صور و رسومات على صفحاتها و توضيها و إخراجها تحضيراً لطباعتها أو نشرها إلكترونيا ، لذلك يعتبر النشر المكتبي من جهة "

بداية الطرق للنشر الإلكتروني " ¹² و يعرف من جهة ثانية باعتباره " استخدام الحواسيب الميكروية في الطباعة و ، و هو نظام طباعي واطئ الكلفة ، له القدرة على تركيب و تشكيل و تجميع كل من النص المكتوب و المخططات 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 و غير ملامح الممارسة النهائية و أعاد ترتيب مهام القائم بالاتصال كما فعل دور المتلقي 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 تضيق نطاق التغطية إذ حلّ البث الضيق **Narrowcasting** محل البث الواسع **Broadcasting** لمخاطبة جمهور مستهدف محدود حيث عرف الراديو "مراحل تحول نحو التوسع في استخدام محطات الراديو منخفضة القوة (*Low Power Stations*) التي تخاطب 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 و أكثر تجانسا " ¹⁴ ، غير أن انتقال القنوات الإذاعية إلى بث برامجها 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 اللذين لا تجمعهم منطقة تغطية إذاعية واحدة .

و تلعب التطبيقات الصوتية الجديدة في شبكة الأنترنت أدوارا محورية في التأسيس لأنماط إعلامية إذاعية غير مسبوقه 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 توصيلات الأنترنت ، و هو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضا بموجات 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 المتدفق الإذاعية **Webcasting** أحد أبرز نظم البث الإذاعي عبر الأنترنت و التي تعتمد على تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب أو ما يعرف أيضا بالتنزيل 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 تنزيلها تلقائيا و هو ما يطلق عليه اسم تكنولوجيا الدفع¹⁶ 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 يحقق ال Podcasting مبدأ المحتوى الصوتي عند الطلب ، الذي لا يرتبط بموعد بث البرامج على الراديو إذ يمكن تحميله عند توفره على الأنترنت أو مباشرة على جهاز الموسيقى المحمول MP3 ، إذ أصبح متاحا للأفراد العاديين إنشاء محطاتهم الإذاعية الخاصة ، يكفيهم في ذلك توافرهم على الصوت الإذاعي و المواد الإذاعية و الكمبيوتر الموصول بالشبكة.

و " تستثمر وسائط الإعلام تقنيات ال Podcast في اتجاهات متعددة إذ تمكن المواقع الإعلامية غير الإذاعية من توظيف هذه التقنية لإضافة خدمات إذاعية إلى مضامينها الكلاسيكية المكتوبة و المرئية كما تقوم المواقع الإعلامية الإذاعية ، و غير الإذاعية ، بتخزين هذه الملفات في شكل أرشيف إذاعي تمكن المستخدم من البحث داخله و تنزيل ما يشاء من برامج ، كما لا تستثني تقنية ال Podcast أي مجال إخباري¹⁷ ثم أن استغلال تكنولوجيا ال Podcast في تخزين المحتويات الإذاعية باعتبارها مخزونا ثقافيا شديد الأهمية يجنب المؤسسات الإذاعية صعوبات وتكاليف حفظ هذا المخزون وحمايته من الاندثار.

و تمثل تقنية ال 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 التسييل Streaming الذي يوفر للمستخدم إمكانية الاستماع إلى الإذاعة من خلال البث الحي و المباشر أو من خلال الاستماع إلى البرامج من خلال ما تقدم يتوضح لدينا كيف ان ال 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 و هي متنوعة¹⁸

تحولات التلفزيون : يمثل البث التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية 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 كبرى بفعل التكنولوجيات الاتصالية و التطور في سرعة الاتصال بالأنترنت ، حيث انتقلت المؤسسات التلفزيونية من بث محتوياتها 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 مسبقة ، تقدم المحتويات و المضامين وفقا لخصائص و مزايا مستحدثة أثّرت على المضمون نفسه و خلقت نمطا جديدا من المشاهدة ، تحول فيها المشاهد إلى مشارك فعال في صناعة المضامين التلفزيونية ، و لعل أبرز مظاهرها تلفزيون الأنترنت .

الإعلام الجديد:

ينوه الباحثون ، ممن اهتموا بالضبط الاصطلاحي لمفهوم الإعلام الجديد ، بتعدد المدونة المصطلحية للمفهوم ، و كثرة الصيغ المعبرة عنه و لعل ما يبرر ذلك حداثة الظاهرة و عدم تشكل ملامحها التفصيلية النهائية من جهة و اختلاف المقاربات النظرية في بحث المفهوم و تحليله و كذا تعدد و اختلاف مواقع 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 كالأترنت ، المواقع الإلكترونية ، الكمبيوتر و الوسائط المتعددة ... في حين يربط آخرون المفهوم بكل ما استحدثه الجيل الثاني للويب من مواقع كالمدونات الإلكترونية و مواقع الويكي و الشبكات الاجتماعية ، في حين لا يستثني 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 يتصدى للبحث في فكرة الإعلام الجديد بدراسة التطبيقات الإعلامية التي أتاحها الجيل الثاني للويب بينما " يعود آخرون بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف ، و يبنون فكرتهم على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام"¹⁹ و تفسيرا لهذا الاختلاف يطور الباحث الدكتور عبد الله الزين الحيدري فكرته الخاصة لتحديد السياق التاريخي للإعلام الجديد ، منطلقا من حقيقة أن التحول و التغير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر كيان الإعلام و الاتصال، حيث يعتبر أن الإعلام جديدا في كل طور من أطواره "لم يكن الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة ، و جديدا مع تطور الصحافة المكتوبة و جديدا مع ظهور الفوتوغرافيا و جديدا مع ظهور الإذاعة و جديدا 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

بالإنترنت و محصلات التفاعل بين التكنولوجيا و الصوت و الصورة ، و لعل ما يجعل تعريف الإعلام الجديد يختلف يوميا و يواصل فعل ذلك هو أن وسائل الإعلام الجديد و أدواته مستمرة في التطور بطرق سريعة و عميقة " ²¹

الإعلام الجديد : مقارنة اصطلاحية:

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

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

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

أما اصطلاحيا فيركز كل من Leah Lievrouw و Sonia Livingstone على السياق الاجتماعي في تعريفهما للإعلام الجديد فهما يعتقدان أن "الإعلام الجديد ، على غرار مظاهر التطور التكنولوجي في المجال تاريخيا ، لم يظهر كمجرد نتيجة خالصة للتطور التقني البحث ، و عليه يجب مقارنة الإعلام الجديد باعتباره ظاهرة سوسيوثقافية . ذلك أن التقنية التي نشأ بفعلها لم تتولد في فراغ اجتماعي ، بل من خلال سيورة يتخذ فيها المكون الاجتماعي موقعا هاما" ²⁵ و لهذا يعرفان الإعلام الجديد باعتباره "مجموع التقنيات الإعلامية و الاتصالية ضمن سياقاتها الاجتماعية التي تظم ثلاث مكونات رئيسية هي :

- الأجهزة و الأدوات التي تمكن الأفراد و تدعم قدراتهم على التواصل و مشاركة المعاني .
- مجموع النشاطات و الممارسات الاتصالية التي يطورها الأفراد بفعل استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات .
- الأنساق الاجتماعية و الأشكال التنظيمية التي أنشأها الأفراد لتأطير استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات

" ²⁶

و اعتمادا على التحولات التي عرفها مجال الإعلام بفعل ما حملة الجيل الثاني للشبكة من خصائص و ما استحدثته من مواقع يعرف الإعلام الجديد باعتباره "إعلاما متعدد الأشكال و الوسائط (المكتوب ، المسموع و المرئي) و النماذج (

المعلومات ، مواقع التواصل الاجتماعي ، صفحات الكترونية ...) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت بميزاتها المتعددة و على تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية "27 و عليه يعرف الإعلام الجديد من خلال الإشارة إلى "جملة الممارسات التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات و الاتصال"28

خصائص الإعلام الجديد:

إننا ، و إن كنا نشهد تحولا كبيرا في مجال الإعلام و الاتصال ، لا نفرد بمعاصرة " الإعلام الجديد" فقد فعل غيرنا من أجيال مختلفة ذلك في الماضي ، فمجال الإعلام و الاتصال قد شهد تغييرات كثيرة و متعددة خلال مراحل تاريخية مختلفة ، صنف بعضها على أنها ثورات بفعل عمق التحولات التي أحدثتها في البنى الإعلامية و الاتصالية القائمة . و لعل أبرزها اكتشاف الكتابة ، التي مكنت 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 أدوار فاعلة في التمهيد لظهور الصحافة و بالتالي إشراك كل أفراد المجتمع في شتى مجالات الحياة بشكل لم يسبق له مثيل . و قد "اعتبر **Marshall McLuhan** أن اكتشاف الإذاعة و الفيلم في العشرينيات من القرن العشرين و التلفزيون في الخمسينيات من نفس القرن امتدادا للإنسان ، فالإذاعة امتداد لصوت الإنسان و التلفزيون امتداد لبصره ، و أدت هذه الوسائل إلى انتقال المجتمع من الاتصال المكتوب إلى الثقافة السمعية البصرية ... في حين يُعد اكتشاف الحاسب في الستينيات ثوران الاتصال الثالثة إذ نقلت المجتمع من مرحلة الاتصال المسموع و المرئي إلى الاتصال الإلكتروني الذي أعاد النص إلى الاتصال مرة أخرى . و قد سمى الباحثون الذين اعتقبوا **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 سنعتمد مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عنها . فالإعلام الجديد اكتسب تسميته " الإعلام الجديد" قياسا بالإعلام التقليدي ، الذي كان هو الآخر جديدا في مرحلة ما ، و عليه يستمد الإعلام الجديد صفة الجدة بناء على اعتماده لأدوات و استحدثاته لممارسات إعلامية لم تكن موجودة سابقا ، لذلك فإنه من المنطقي أن يتجدد مفهوم الإعلام الجديد تماشيا و التحولات التي تحدثها التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام و الاتصال ، خاصة و أنها 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 المواقع الإلكترونية التي استحدثها الويب 2.0 كالمدونات و الشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية كـ **youtube** و مواقع الـ **Wikis** ، وهي المواقع التي تترجم معنى الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. وتعتبر هذه المرحلة انقلا باً على نموذج الاتصال المؤسسي التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي تأسيس قنوات إعلامية اتصالية و إيصال رسالته وفق نماذج اتصالية غير مسبقة .

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

- الاندماج *Convergence* : و الذي يعتبر واحدا من أبرز خصائص و سمات الإعلام الجديد الذي يعني " تدفق المحتويات و المضامين الإعلامية من خلال منصات إعلامية مختلفة و متعددة " ³⁰ و التي تنعكس في ترحال المتلقي ، بين الخبرات الترفيهية و الإخبارية المختلفة اعتمادا على وسيط واحد ، لذلك يمثل الاندماج تحولا ثقافيا بفعل دفع المستخدمين إلى تحصيل المعلومات و الأخبار و المضامين 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 المضامين الإعلامية من جهة ثانية " فالحديث عن منتج للمضامين الإعلامية و متلق لها ، و عما يضطلع به كل منهما من مهام بات من الماضي ، ففي الإعلام الجديد يشارك الجميع (منتجون و متلقون) ، من خلال عمليات تفاعلية تلقائية أو منظمة في صناعة المحتوى وفق قواعد جديدة " ³¹
- الذكاء الجماعي *Collective Intelligence* : يثمن الكثير من الباحثين* ، في مجالات علمية مختلفة ، مبادئ العمل الجماعي . و قد لقيت هذه الأفكار تجاوبا كبيرا في مجال الإعلام و الاتصال بفعل تحقيقها لمبدأ التحقق من الوقائع في ذلك النوع من المواقع المستحدثة عل هامش المزايا التي يوفرها الويب 2.0 و التي تعرف بالمواقع التعاونية على غرار ال Wikis .
- و قد " صكّ المنظر السبيري الفرنسي *Pierre Lévy* مصطلح الذكاء الجماعي *Collective Intelligence* ... الذي يمكن النظر إليه كمركز قوة بديل لوسائل الإعلام " ³² إذ لا يمكن لأي شخص أن يعلم كل شيء عن واقعة معينة ، غير أن كل شخص يعرف تفصيلا محددا ، و عملية الجمع بينها من شأنها أن تغطي الموضوع من كل جوانبه من جهة و توفر آلية تلقائية للتأكد من المعلومات و غريبتها من ناحية ثانية على خلفية تطابق التفاصيل و منطقية العلاقة بينها .
- ما بعد التفاعلية *Post Interactivity* : مفهوم اصطلاحي يصف مجمل تلك المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الأنترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها تقنيات Web 2.0 حيث ولجت الأنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن وفق نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many.

الإعلام الجديد سلالة جديدة من المواقع الإلكترونية :

يرتبط مفهوم الإعلام الجديد، تبعاً لما يتميز به من خصائص و تأسيساً على الخصوصية التكنولوجية للمرحلة الراهنة ، بسلسلة جديدة من المواقع الإلكترونية 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 الجمعي .

دفعهم إلى الاستمرار في تحديث محتوياتهم و تحيين 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 المواقع في ما يلي:

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

و ظهر أول موقع اطلق عليه اسم "ويكي" في 25 مارس 1995 وهو موقع **Portland Pattern Repository** أي "مستودع بورتلاند للنماذج" الذي أنشأه **Ward Cunningham**، وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع، وفي أواخر 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 الإنترنت.

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

مواقع المفضلات الاجتماعية Social Bookmarks : التي يطلق عليها أيضا اسم خدمات الفهرسة الاجتماعية و هي عبارة عن نوع من المواقع التي تقدم خدمة تخزين عناوين مواقع الأنترنت مع إضافة وسوم **Tags** لوصف محتوى الموقع المخزن مما يجعلها متاحة لأي فرد من أي مكان وباستخدام أي جهاز. و تتأسس مواقع المفضلات الاجتماعية على مشاركة مجتمع المستخدمين في المصادر المفضلة لدى كل منهم . ففي نظام المفضلة الاجتماعي، يمكن للمستخدمين حفظ الروابط لصفحات الأنترنت التي يريدون تذكرها أو مشاركتها أو تذكرها ومشاركتها في نفس الوقت، وعادة ما تكون هذه العناوين عامة ولكن يمكن حفظها بشكل خاص والسماح بمشاركتها 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* و هي من أفضل المواقع المتخصصة بهذا المجال وأشهرها ، تتمثل خدماتها الأساسية في تخزين الروابط وترتيبها " ³⁴ ومن خلاله يمكن للمستخدمين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت ووضع الكلمات المفتاحية التي تصف الموقع، ويحفظ هذا الموقع في *Delicious* يصبح لدى كل عضو في هذه الخدمات قائمة من الروابط لمواقع ومحتويات مفضلة لديه، محفوظة ومفهرسة عن طريق عملية التوسيم *Tagging* ويمكن للعضو أن يجعل قائمته مُشاعة بين كل الأعضاء المسجلين في نفس الخدمة، ويحق له أيضاً قصرها على نفسه فقط، دون أن يطلع عليها أحد

مواقع الشبكات الاجتماعية *Social Network Web Sites* : تعرف مواقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها " نوع من المواقع التي تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب ، و تتيح للأفراد بناء ملامح متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد . كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات و الاطلاع على شبكة علاقات الآخرين ، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل موقع على حده " ³⁵ و قد أحدثت الشبكات الاجتماعية تغيير 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 المواقع أهمية بالغة في وقتنا الحالي تبعاً لاتساع نطاق استخداماته و شعبيته الكبيرة ، إذ تشير الإحصائيات ، المتغيرة على الدوام و بشكل مستمر توجهها نحو الارتفاع حيث " أن استخدام *Facebook* سنة 2014 قد بلغ 1.3 مليار مستخدم ، و أن موقع *youtube* يحظى بـ 900 مليون زيارة 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 الإتاحة الجماهيرية إلى نوعين رئيسيين هما أولا الشبكات التي تضم أفراد أو مجموعات من الأفراد الذين تربطهم أطر مهنية أو اجتماعية معينة ، و هي مواقع 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



التمثيل البياني رقم (09) يوضح : الجدول الزمني لإطلاق أبرز الشبكات الاجتماعية³⁷

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 لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لما لكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001. و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأمريكي 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 يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.

مواقع التدوين المصغر Micro-blogging Sites: نموذج عن المدونات في شكلها المعروف ، غير أنها تتميز عنها بكونها أشد اختصاراً وتركيزاً*. 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 شيوع وانتشار المواقع التي توفر هذا النوع من الخدمة و تنامي شعبيتها بين المستخدمين ، و يعتقد كل من Andreas M. Kaplan و Michael Haenlein أن "السبب الثاني وراء شعبية الـ Micro-blogging هو إتاحتها نوع فريد من الاتصال بين المستخدمين (التواصل دفع دفع سحب Push—Push—Pull communication و الذي تؤسس له عن طريق ما يعرف بالمتابعة following"³⁹

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

خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب على شبكة الأنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يتضمن ثبات الروابط وبحول دون تحللها.⁴⁰

- 1 الصادق رابح: المدونات و الوسائط الاعلامية : بحث في حدود الفصل و الوصل ،م،س،ذ، ص:593
- 2 الصادق الحمامي: الصحفيون و اخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الاعلام و العصر ، ابو ضبي ، عدد سبتمبر ، 2013 ، ص:14
- 3 جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 ، ص:20.
- 4 اندريا بيرس و بروس ويليامز ، م،س،ذ، ص:20
- 5 الصادق الحمامي: الاعلام الجديد مقارنة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006، ص:10 .
- 6 الصادق الحمامي: الاعلام الجديد مقارنة 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
- 8 الصادق رابح: فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم و المقاربات و الرهانات ، م.س.ذ. ، ص: 147
- 9 الصادق الحمامي: الاعلام الجديد مقارنة تواصلية ، م.س.ذ. ، ص: 15
- 10 سميرة شيخاني: الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 02/01 ، 2010، ص:449
- 11 عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م،س،ذ، ص:54
- 12 عامر ابراهيم قندجلي و ايمان فاضل السامرائي: تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002، ص:320.
- 13 نفس المرجع السابق، ص: 321
- 14 سميرة شيخاني، م.س.ذ، ص:454
- 15 عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص:219
- 16 عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م.س.ذ. ، ص:227
- 17 الصادق الحمامي و اخرون: الانترنت و الاداعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الاداعي و التلفزيوني ، م.س.ذ. ، ص:34
- 18 الصادق الحمامي و اخرون: نفس المرجع السابق ، ص:34
- 19 عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م،س،ذ، ص:29
- 20 عبد الله الزين الحيدري: الاعلام الجديد النظام و الفوضى ، دار سحر للنشر ، تونس ، 2012، ص:18
- * معهد الإعلام الجديد (NMI)، ب New York هيئة بحث تمثل مهمتها في تحسين فهم العامة للقضايا 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 الحمادي : الإعلام الجديد مقارنة تواصلية ، م،س،د، ص: 02.

29 عزى 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 Freidrich 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 Infeldgasse ,Graz,2011,p:174.

*المزيد من التفاصيل انظر : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Wiki>

34 عبدالمالك الثاري: **تعرف على Delicious** ، في موقع عالم التقنية ، <http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/24/delicious> ، وضعت على الخط 2009/08/24 تم الاطلاع عليها 13:03 2012 /10 /24

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 الجوار الاوروبي: **استخدام وسائل التواصل الاجتماعي** ، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الاوروبي، الاتحاد الاوروبي 2014،

*أبرز الشبكات الإجتماعية:

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