



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
فرقة البحث الجامعي
PRFU



مشروع البحث رقم
102N01UN280120180003

بالتنسيق مع مخبر سسيولوجية جودة الخدمة العمومية

البيئة الإعلامية الجديدة وتحولات صناعة المصاحمين

مؤلف جماعي

إشراف: الدكتورة براردي نعيمة
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
جمع وتنسيق: الدكتور علي مهني سامي

أ.د. جفال سامية	د. براردي نعيمة	د. عبد الرزاق غزال	د. ولد جاب الله سعاد
د. كعواش عزيز	د. بوصابة عبد النور	د. علي مهني سامي	د. بوقرة رضوان
أ. مهداوي نصر الدين	د. أسعيداني سلامي	د. سلامن رضوان	د. منير عيادي
أ. مصعب بلفار	د. فقيري ليلي	د. قنيافي سهام	د. بوخاري هشام
أ. بوترة يسرى	أ. بورحلي وفاء	د. علمي نجاة	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

البيئة الإعلامية الجديدة وتحولات صناعة المصامير

مؤلف جماعي
إشراف: الدكتورة براردي نعيمة
جمع وتنسيق: الدكتور علي مهني مامي

الطبعة الأولى 2020



البيئة الإعلامية الجديدة وتحولات صناعة المصامين

مؤلف جماعي

إشراف: الدكتور براردي نعيمه

جمع وتنسيق: الدكتور علي مهني سامي

تاريخ الإصدار: نوفمبر 2020م

رقم الإيداع: السداسي الثاني 2020م

ر.د.م.ك: 978-9931-748-20-5

حقوق المصم محفوظة



دار الباحث للنشر والإشهار

برج بوعريبيح - الجزائر .

الهاتف/ الفاكس: 035 816 874 (+213)

المهملول: 0673 741 933 (+213)

البريد الإلكتروني: darelbahith@gmail.com

حقوق الطبع محفوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه أو استنساخه أو نقله كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك للاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، دون الحصول على إذن خطي مسبق من الناشر.

Copyright: all rights reserved. No part this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means without prior permission in writing of the publisher

فهرس المحتويات

- تقديم
- د. براردي نعيمة.....01
- البيئة الاتصالية الجديدة مظاهر التحول .
- د. ولد جاب الله سعاد ، د. بوقرة رضوان - جامعة المسيلة03
- الاعلام الجديد . المهنة الصحفية و اشكالية العلاقة .
- د . براردي نعيمة - جامعة المسيلة25
- مصادر الأخبار والمعلومات الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية : دراسة في المحددات النظرية والتحديات الابتستمولوجية.
- أ. نصر الدين مهداوي - جامعة الجزائر 3 ، أ. مصعب بلفار - جامعة المسيلة34
- الضوابط الأخلاقية والقيمية للممارسة الاعلامية في ظل متغيرات البيئة الجديدة .
- د. أسعيداني سلامي ، د. ليلي فقيري - جامعة المسيلة.....55
- أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية : دراسة في الأطر التشريعية والمحددات النظرية.
- د. منير عيادي - جامعة المسيلة.....68
- ممارسات التوسيم الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي: قراءة في المفهوم، الخصائص و سياقات الاستخدام .
- د. غزال عبد الرزاق - جامعة المسيلة ، أ. وفاء بورحلي - جامعة الجزائر 384
- الهوية وتكنولوجيا الاتصال الرقمي بين المثاقفة والهيمنة الثقافية .
- د. عزيز كعواش ، د. سامية جفال - جامعة بسكرة103
- الجريمة الالكترونية في الجزائر في ظل الفضاء السيبراني .
- د. علي مهي سامي - جامعة المسيلة ، د. سلامن رضوان - المدرسة العليا للصحافة.....123
- ثقافة الإشهار الإلكتروني وإشكالية تلقي مضامينه في المجتمع الجزائري : دراسة ميدانية في ولايات الوسط، الشرق والغرب الجزائري .
- د. عبد النور بوصابة - جامعة تيزي وزو.....135

- الثقافة الاستهلاكية وحماية المستهلك في البيئة التقليدية والرقمية: الأطر وآليات الحماية.
أ. بوترة يسرى - المدرسة العليا للصحافة ، د. بوخاري هشام - جامعة برج بوعريج..... 161
- الإعلام الالكتروني الفردي والتنمية المستدامة: نحو ترسيخ مواطنة بيئية جديدة.
د. سهام قنيبي - جامعة الجلفة ، د. نجاة علي - جامعة بسكرة..... 177

البيئة الاتصالية الجديدة : مظاهر التحول

د. ولد جاب الله سعاد - جامعة المسيلة

د. بوقرة رضوان - جامعة المسيلة

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 وعناصرها ، 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 وإخراجه من دائرة التلقي السلبي بفعل خصائصها المتفردة : كما كان للأنترنت أثرها البالغ على المحتويات و المضمين الإعلامية ، فخلافا لما سبقها من الوسائل ، والتي أصبحت تصنف على أنها تقليدية، تقوم الأنترنت بطبيعتها على خاصية الملتيميديا ، فهي الوسيط الاتصالي الذي مكّن مستخدميه من الاستماع والمشاركة 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 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.

وقد 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 تنبؤوا 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 ونجاح بعض المواقع الإعلامية الأخرى في استهداف جماهير لم تكن تصل إليها ، و رغبة منها في تفعيل

سأورد هنا على الأنترنت سارعت الكثير من المؤسسات الاعلامية ، ومنذ البدايات الأولى إلى وضع استراتيجيات طموحة ، بينما اقتصر البعض الآخر على إعادة إنتاج آليات و قيم النشر الورقي ، ووضع مضامين ورقية تقليدية بصيغ إلكترونية ولم 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 غريبتها وعزلها عن الأخبار التي يراها الإعلاميون العاملون بها ، والحاصل أن الأنترنت لم يكن لها ذلك الأثر الثوري في الممارسة الإعلامية والذي تخوف منه البعض واحتفى به البعض الآخر الصادق رابع ، 593 ، وعليه يمكن القول دون أن نبعد عن الحقيقة أن المؤسسات الإعلامية التي حاولت مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال من خلال إنشاء مواقع إلكترونية لها على الشبكة كانت ، وما تزال ، استوحي نماذج عملها من وسائط الإعلام التقليدية .

فإنه وبالموازاة مع التطورات التي تعرفها الأنترنت بوصفها أبرز المجالات التي تتبلور في إطارها أدوات وأشكال جديدة من الإعلام ، وبفعل ما اكتسبته من خصائص و مزايا متجددة ضمن مساهمات 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 يعدها المستخدمون في الأجيال الأولى الشبكة من جهة وما يمارسه من تأثيرات في المجال الإعلامي من جهة ثانية، وهو ما يؤكد عمق التحولات في بيئة الأنترنت ذاتها وطبيعة الأنماط التواصلية التي تتشكل داخلها .

إذاً يميز الباحثون بين ثلاث مراحل أساسية في تاريخ الأنترنت المرحلة الأولى بدأت نهاية ستينيات القرن الماضي وهي المرحلة التي استأثرت بالشبكة خلالها نخب تكنولوجية و جامعية ، و مرحلة ثانية بداية التسعينيات والتي شهدت الانتشار الواسع للشبكة و تنامي المواقع الإلكترونية و تعاظم الويب و مرحلة ثالثة تميزت بالتغيرات الجذرية في الأنظمة التواصلية التي تحكم الأنترنت والتي يصطلح المتخصصون على تسميتها بالويب 2.0، إذ يُؤسس في هذه المرحلة لخاصية التفاعل باعتبارها "النشاط الرئيسي للمستخدمين الذين تحولوا من متصفحين للمواقع يتفاعلون مع مضامينها بشكل محدود إلى منتجين للمضامين (نصوص ، صور و فيديو) يتبادلونها في مواقع مخصصة. (الصادق الحمامي ، 2013، ص 14) ويعبرون بواسطتها عن عوالمهم الذاتية الاجتماعية.

البيئة الاتصالية الجديدة :

عرف المشهد الإعلامي مطلع القرن الواحد والعشرين تغييرات عميقة بفعل التطورات المعقدة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي سمحت بجمع المعلومات وانتقالها ومعالجتها ونشرها وفق أسس جديدة ، حيث تؤكد بحوث ودراسات علمية عديدة التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الاتصالية و تمايزها عما كان سائدا نهايات القرن العشرين و الفترات الزمنية السابقة وتردها إلى التغييرات التكنولوجية المصاحبة للتطورات التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال والتي حدثت ضمن سياق تغيرات اجتماعية سياسية واقتصادية أوسع " إن هذه البيئة و ملامحها لا تختلف عن البيئة في شقها الفيزيائي الطبيعي ، فإذا كان مستوى و درجة الحرارة في الطبيعة المادية شأنا محددا في التوازن البيئي الطبيعي ، فإن مستوى الحريات خاصة تنقل المعلومات و الآراء وتداولها في المجتمع بات أيضا أمرا محددا في مدى التوازن الميدياتيكي في العالم من جهة وفي كل دولة على حدة من جهة أخرى ، كما توجد بيئة خاصة بالطبيعة فإنه توجد بيئة أخرى موازية هي بيئة الأفكار والأخبار ووسائلها وطرق تداولها، إن تحول ووسائل الاتصال من التناظري إلى الرقمي و من الهرمي إلى الشبكي أحدث بيئة جديدة في تبادل الأخبار والآراء يمكن أن نستخدم على تسميتها بـ الإيكوميديا أو البيئة الإعلامية الجديدة .(جمال الزرن ، 2012، ص 20)

البيئة الاتصالية : مقارنة اصطلاحية .

رغم التداول المكثف لمصطلح البيئة الاتصالية في الأوساط العلمية الأكاديمية والإعلامية المهنية خلال السنوات القليلة الماضية إلا أنه ما يزال مفهوما غامضا وغير محدد " وتعرف 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 . (اندريا يروس و بروس ويليامز، ص 20)

أبعاد التحول في البيئة الاتصالية الجديدة:

تشكل 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 التالية (الصادق الحمامي ، 2006، ص 10) :

- 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 " (الصادق الحمامي ، ص 11).

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.

(<http://communication.revues.org/503010.4000>)

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 ، انهيارا 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. (الصادق رابع ، ص 147)

مظاهر البيئة الاتصالية الجديدة :

تتجلى 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 وتظهر 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 الإعلامية 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 " (الصادق الحمامي ، ص 15). التي يمكن أن تصنف في هذا الإطار إلى نوعين اثنين ، نوع استوعب التطورات الحاصلة في المجال وسعى 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 ، ويمكن أن نرصد أبرز التحولات في وسائل الإعلام الكلاسيكية على النحو التالي:

- تحولات الصحيفة الورقية :

عرفت الصحيفة تغييرات كبيرة بفعل استخدامها للحاسبات الآلية وشبكة الأنترنت في مختلف مراحل معالجة وإنتاج المواد الصحفية ولعل من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة توظيف الحواسيب في " عمليات المعالجة والإنتاج الطباعي وتحرير النصوص والصور ... انتهاء بعمليات الإخراج الكامل للصفحات على الشاشات ، ومنها إلى المجهز الآلي للصفحات أو الطابعة الفيلمية ، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسوب إلى السطح الطابع مباشرة . (سميرة شيخاني ، 2010، ص 449) . 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 والتخزين ، و يلخص الدكتور عباس مصطفى صادق أهم استخدامات الحواسيب الإلكترونية في المجال الصحفي من خلال النقاط التالية (عباس مصطفى صادق، ص 54):

- الحاسب الإلكتروني أداة للإنتاج والمعالجة Processingtool .
- 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 وظيفية أساسية للكمبيوتر بأحجامه المختلفة كعملية قائمة بذاتها في سياق تخزين المعلومات بغرض استرجاعها أو بغرض معالجتها .
- الحاسب الإلكتروني أداة للعرض Presentationtool لا تخزن المادة الإعلامية كذلك دون عرضها مقروءة أو مسموعة أو مرئية على الكمبيوتر ، وهو نفسه بشاشاته ذات الأحجام المختلفة وسماعاته وبميزاته 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 تسلسل 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 Desk Top Publishing DTP: وهو المصطلح المستخدم في مجال الصحافة للتعبير على استعمال الحاسوب وبرامجه في عمليات تصميم الصحيفة وتوزيع المواد الصحفية من نصوص وصور ورسومات على صفحاتها وتوضيها وإخراجها تحضيراً لطباعتها أو نشرها إلكترونيا ، لذلك يعتبر النشر المكتبي من جهة " بداية الطرق للنشر الإلكتروني " (عامر ابراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، 2002، ص 320) ، ويعرف من جهة ثانية باعتباره " استخدام الحواسيب الميكروية في الطباعة ، وهو نظام طباعي واطئ الكلفة ، له القدرة على تركيب وتشكيل وتجميع كل من النص المكتوب والمخططات والأشكال المرسومة والصور على شاشة عالية الجودة باستخدام برمجيات خاصة بهذا الغرض. (عامر ابراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، 2002، ص 321) .

- النشر الإلكتروني: يتجاوز النشر الإلكتروني حدود استخدام الحاسوب وبرمجياته في معالجة النصوص الصحفية وتصميمها وإخراجها ، 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 والاسترجاع ، وهو ما أثر في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام وغير ملامح الممارسة النهائية وأعاد ترتيب مهام القائم بالاتصال كما فعل دور المتلقي ودفعه 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 وأكثر تجانسا . (سميرة شبيخاني ، 2010، ص454) ، 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 ومزايا من الوصول إلى ملايين المستمعين اللذين لا تجمعهم منطقة تغطية إذاعية واحدة .

- وتلعب التطبيقات الصوتية الجديدة في شبكة الأنترنت أدوارا محورية في التأسيس لأنماط إعلامية إذاعية غير مسبقة أبرزها :

راديو الأنترنت : يسمى أيضا إذاعة الشبكة أو الراديو- نت ، وهي المصطلحات التي تشير إلى استخدام الأنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية وتعرف باعتبارها "برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الأنترنت ، وهو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضا بموجات الراديو ، إنه خدمة إذاعية تبث عن طريق الشبكة وتعرض أفقا واسعا من الخدمات الإخبارية والرياضية والحوارية والموسيقى والمواد الصوتية الأرضية . (عباس مصطفى الصادق ، 2008، ص 219) ، وتعد قنوات البث المتدفق الإذاعية Webcasting أحد أبرز نظم البث الإذاعي عبر الأنترنت والتي تعتمد على تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب أو ما يعرف أيضا بالتسييل ترجمة للمصطلح Streaming .

اليودكاست : يعرف اليودكاست تقنيا باعتباره "ملفات صوتية من نوع MP3 مع إضافات برمجية خاصة للتجميع وقراءة 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 وتزيلها تلقائيا وهو ما يطلق عليه اسم تكنولوجيا الدفع . (عباس مصطفى الصادق ، 2008، ص 227) ، وتشكل كلمة بودكاست تركيبا من الكلمتين Pod وهو الجهاز الذي قدمته الشركة الأمريكية Appel والذي يسمح بالاستماع إلى الموسيقى المسجلة في شكل ملفات من نوع MP3 و Broadcasting وتعني البث ، ويستخدم المصطلح Podcasting للتعبير عن بث ملفات صوتية من نوع MP3 على الشبكة ليتاح للمستخدمين تشغيل هذه الملفات على الخط On Line أو تحميلها وتخزينها للاستماع إليها خارج الخط ، إذ يحقق 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 ، يكفهم في ذلك توافرهم على الصوت الإذاعي و المواد الإذاعية و الكمبيوتر الموصول بالشبكة. و "تستثمر وسائل الإعلام تقنيات الـ Podcast في اتجاهات متعددة إذ تمكن المواقع الإعلامية غير الإذاعية من توظيف هذه التقنية لإضافة خدمات إذاعية إلى مضمانيها 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 الـ Podcast أي مجال إخباري . (الصادق الحمامي وآخرون ، ص34) ثم أن استغلال تكنولوجيا الـ Podcast في تخزين المحتويات الإذاعية باعتبارها مخزونا ثقافيا شديد الأهمية يجنب المؤسسات الإذاعية صعوبات وتكاليف حفظ هذا المخزون وحمايته من الاندثار. و تمثل تقنية الـ Podcast تحولا ذو دلالة ليس فقط بالنسبة للإذاعة الكلاسيكية ولكن أيضا بالنسبة لاستخدام الإذاعة على الأنترنت ، إذ تأسس البث الإذاعي على الشبكة ، قبل تكنولوجيا الـ 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 الـ Podcast أعاد بناء مفهوم الإذاعة الذي تأسس تاريخيا على مبدأ البث المباشر و الحي و المتواصل ، حيث تُخلص 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 متنوعة. (الصادق الحمامي وآخرون ، ص34).

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 (Definition Television High) 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 أثرت 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 ، وكثرة 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 كالأنترنت ، 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 .

و على نفس النحو يعتمد الباحثون مقاربات مختلفة في تحديد السياقات التاريخية لمصطلح الإعلام الجديد فهناك من يربطه بظهور الأنترنت و الثورة الرقمية ، وهناك من يتصدى للبحث في فكرة الإعلام الجديد بدراسة التطبيقات الإعلامية التي أتاحها الجيل الثاني للويب بينما " يعود آخرون بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلفزيون ، و يبنون فكرتهم على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام . (عباس مصطفى الصادق ، 2008، ص 29) ، 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 "ألم 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. (عبد الله الزين الحيدري ، 2012، ص 18).

ويفسّر معهد الإعلام الجديد (NMI) The New Media Institute وهو هذا الاختلاف بحدثة المفهوم " فالإعلام الجديد هو مصطلح القرن الواحد والعشرين الذي يستخدم لتعريف كل ما له علاقة بالإنترنت و محصلات التفاعل بين التكنولوجيا والصوت والصورة ، ولعل ما يجعل تعريف الإعلام الجديد يختلف يوميا ويواصل فعل ذلك هو أن وسائل الإعلام الجديد و أدواته مستمرة في التطور بطرق سريعة و عميقة .

(<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>)

الإعلام الجديد : مقارنة اصطلاحية:

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

(<http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media>)

وتعرف 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.

(<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media>)

وحسب 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 والثابتة من نصوص وصور ورسومات مقارنة بصحافة الإعلام الجديد التي تختلف عنها في ديناميكيته وفي حالة التغير المستمر التي تتصف به .

(http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html)

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 سيرورة يتخذ فيها المكون الاجتماعي موقعا هاما .

(LIEVROUW , Leah A. and LIVINGSTONE, Sonia,p247).

- ولهذا يعرفان الإعلام الجديد باعتباره "مجموع التقنيات الإعلامية والاتصالية ضمن سياقاتها الاجتماعية التي تظم ثلاث مكونات رئيسية هي :
- الأجهزة والأدوات التي تمكن الأفراد وتدعم قدراتهم على التواصل ومشاركة المعاني .
 - مجموع النشاطات والممارسات الاتصالية التي يطورها الأفراد بفعل استخدامهم لهذه الأجهزة والأدوات .
 - الأنساق الاجتماعية والأشكال التنظيمية التي أنشأها الأفراد لتأطير استخدامهم لهذه الأجهزة والأدوات . (LIEVROUW, Leah A,2011,p09)

و اعتمادا على التحولات التي عرفها مجال الإعلام بفعل ما حمله الجيل الثاني للشبكة من خصائص وما استحدثه من مواقع يعرف الإعلام الجديد باعتباره "إعلاما متعدد الأشكال والوسائط (المکتوب ، المسموع والمرئي) والنماذج (المدونات ، مواقع التواصل الاجتماعي ، صفحات الكترونية ...) يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت بميزاتها المتعددة وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل إلكترونية . (علي خليل شقرة، 2014، ص53) . وعليه 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 والاتصال " (الصادق الحمامي . 2006، ص 02)

خصائص الإعلام الجديد:

إننا، وإن كنا نشهد تحولا كبيرا في مجال الإعلام والاتصال، لا ننفردها بمعاصرة "الإعلام الجديد" فقد فعل غيرنا من أجيال مختلفة ذلك في الماضي ، فمجال الإعلام والاتصال قد شهد تغييرات كثيرة ومتعددة خلال مراحل تاريخية مختلفة ، صنفنا بعضها على أنها ثورات بفعل عمق التحولات التي أحدثتها في البنى الإعلامية والاتصالية القائمة، ولعل أبرزها اكتشاف الكتابة التي مكنت الإنسان من استغلال لغة الرموز في تسجيل المعلومات والخبرات، والتي اعتبرت ثورة الاتصال الأولى كما يذكر التاريخ اكتشاف مطبعة Johannes Gutenberg باعتبارها ثورة الاتصال الثانية ، والتي أتاحت للمجتمع بكل شرائحه من الثقافة والمعرفة ولعبت أدوار فاعلة في التمهيد لظهور الصحافة وبالتالي إشراك كل أفراد المجتمع في شتى مجالات الحياة بشكل لم يسبق له مثيل .

وقد اعتبر Marshal Mc Luhan أن اكتشاف الإذاعة والفيلم في العشرينيات من القرن العشرين والتلفزيون في الخمسينيات من نفس القرن امتدادا 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 الحاسب في الستينيات ثورة الاتصال الثالثة إذ نقلت المجتمع من مرحلة الاتصال المسموع والمرئي إلى الاتصال الإلكتروني الذي أعاد النص إلى الاتصال مرة أخرى . وقد سعى الباحثون الذين أعقبوا Mc Luhan هذه المرحلة بالاتصال التفاعلي إشارة إلى إمكانية التفاعل المباشر مع الآخر.(عزي عبد الرحمان ن ص 02) ، ولعله سيكون من المنصف تصنيف التغيرات الحالية التي يعرفها قطاع الإعلام والاتصال باعتبارها الثورة الرابعة ، والتي 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 واستحدثاته 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 والاتصال، خاصة و أنها تنسم (أي التحولات) بالسرعة والعمق ... 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 والشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية كالـ youtube ومواقع الـ Wikis ، وهي المواقع التي تترجم معنى الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال المؤسساتي التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي تأسيس قنوات إعلامية اتصالية وإيصال 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 وهي :

الاندماج Convergence:و الذي يعتبر واحدا من أبرز خصائص وسمات الإعلام الجديد الذي يعني "تدفق المحتويات والمضامين الإعلامية من خلال منصات إعلامية مختلفة ومتعددة. Jenkins (henry,2006,p03)

و التي تنعكس في ترحال المتلقي ،بين الخبرات الترفيهية والإخبارية المختلفة اعتمادا على وسيط واحد ، لذلك يمثل الاندماج تحولا ثقافيا بفعل دفع المستخدمين إلى تحصيل المعلومات والأخبار و المضامين الترفيهية وفق آليات مستحدثة من خلال الربط بين محتويات وسائل إعلام مختلفة .

المشاركة Participation: ثوّرت خاصية المشاركة أساليب الممارسة المهنية من جهة و تقاليد تلقي المضامين الإعلامية من جهة ثانية "فالحديث عن منتج للمضامين الإعلامية و متلق لها ، و عمّا بضطلع به كل منهما من مهام بات من الماضي ، ففي الإعلام الجديد يشارك الجميع (منتجون و منلقون)، من خلال عمليات تفاعلية تلقائية أو منظمة في صناعة المحتوى وفق قواعد جديدة .
(Jenkins henry,2006,p03)

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 والاتصال بفعل تحقيقها لمبدأ التحقق من الوقائع في ذلك النوع من المواقع المستحدثة على هامش المزايا التي يوفرها الويب 2.0 و التي تعرف بالمواقع التعاونية على غرار الـWikis.

و قد " صكّ المنظر السبراني الفرنسي Pierre Lévy مصطلح الذكاء الجماعي Collective Intelligence ... الذي يمكن النظر إليه كمركز قوة بديل لوسائل الإعلام .
(Jenkins henry,2006,p04)

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 المقارنة 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 مرسلي 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 وتأسيساً على الخصوصية التكنولوجية للمرحلة الراهنة ، بسلالة جديدة من المواقع الإلكترونية على الأنترنت وهي تلك التي " استخدم Tim O'Reilly مصطلح الويب Web 2.0 لتوصيفها والتي تتميز بـ:

- تشجيع المستخدمين للإنتاج وإدارة المحتويات من خلال تفعيل الذكاء الجمعي .
- دفعهم إلى الاستمرار في تحديث محتوياتهم وتحسين واجهات حساباتهم.
- التشبيك من خلال استخدام محتويات الآخرين وفتح المحتويات الخاصة لإعادة الاستخدام من قبل الآخرين (المشاركة والتعليق) . (ANDREWS ,Keith,2011,p174)

ويمكن 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. وتعني 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.

وظهر أول موقع أطلق 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، ويعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الإنترنت.

تتيح برامج الويكي للزوار تحرير مواضيع الموقع جماعياً وبلغة 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 أيضاً اسم خدمات الفهرسة الاجتماعية وهي 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 المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم ، ففي نظام المفضلة الإجتماعي 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 وهي من أفضل المواقع المتخصصة بهذا المجال وأشهرها ، تتمثل خدمتها الأساسية في تخزين الروابط وترتيبها .

(<http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/24/delicious>)

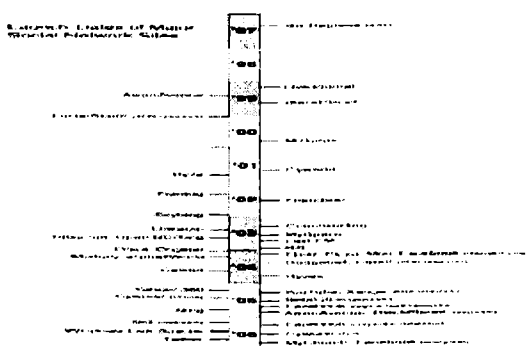
ومن خلاله يمكن للمستخدمين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت ووضع الكلمات المفتاحية التي تصف الموقع، ويحفظ هذا الموقع في Delicious يصبح لدى كل عضو في هذه الخدمات قائمة من الروابط لمواقع ومحتويات مفضلة لديه، محفوظة ومفهرسة عن طريق عملية التوسيم Tagging ويمكن للعضو أن يجعل قائمته مُشاعة بين كل 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 ملمح متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد ، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين ، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل موقع على حده. (ELLISON, Nicole B ,2007,p211) ، وقد 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 و مشاركة الملفات وغيرها من الخدمات .

ويكتسي هذا النوع من المواقع أهمية بالغة في وقتنا الحالي تبعاً لاتساع نطاق استخداماته و شعبيته الكبيرة ، إذ تشير الإحصائيات ، المتغيرة على الدوام وبشكل مستمر توجهها نحو الارتفاع حيث " أن استخدام Facebook سنة 2014 قد بلغ 1.3مليار مستخدم ، وأن موقع youtube

يحتضن 900 مليون زيارة كل شهر و 4.3 مليار مشاهدة للفيديوهات يوميا ، في حين يضم Twitter 645 مشترك مقابل 277 في LinkedIn (مركز معلومات الجوار الاوربي ، 2014) وتصنف 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 ، وهي مواقع مغلقة لا يسمح فيها بالدخول إلى كافة الناس . أما النوع الثاني فهي الشبكات الاجتماعية المفتوحة للجميع والتي يمكن لأي فرد الانضمام إليها .

وبدأت 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 ينتمون إلى



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

(ELLISON, Nicole B ,2007,p212)

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 تدرجها لما لكها 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 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

،إداحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي Facebook بشكل كبير ،واعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.

• واقع التدوين المصغر SitesMicro-blogging: نموذج عن المدونات في شكلها المعروف ، غير أنها ،تميز عنها بكونها أشد اختصاراً وتركيزاً*. وهي الخدمة التي تتيح للمستخدمين تبادل عناصر مصغرة من المحتوى مثل الجمل القصيرة والصور الفردية، أو روابط الفيديو، "و التي تسمى أيضاً بالإدراج المصغر. (LOHMANN, Steffen,2012,753)

ولعل ذلك يمثل أبرز أسباب شيوع وانتشار المواقع التي توفر هذا النوع من الخدمة وتنامي شعبيتها بين المستخدمين ، ويعتقد كل من Michael Haenlein و Andreas M. Kaplan 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 .

(KAPLAN, Andreas M. et HAENLEIN, Michael,2011,p107)

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 ومرتببة 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 يمكّن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحليلها."(<http://ar.wikipedia.org/wiki/9>)

المراجع :

- الصادق رابح : المدونات و الوسائط الاعلامية : بحث في حدود الفصل و الوصل ، م، س، ذ.
- الصادق الحمامي : الصحفيون و اخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الاعلام والعصر، ابو ضبي ، عدد سبتمبر، 2013 .
- جمال الزرن : البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 .
- اندريا بيرس و بروس ويليامز.

- الصادق الحمامي : الاعلام الجديد مقارنة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006.
- 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
- الصادق رابح. فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم و المقاربات و الرهانات. م.س.ذ. ص.
- سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 02/01 ، 2010.
- عامر ابراهيم قندقجلي و ايمان فاضل السامرائي : تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002.
- عباس مصطفى صادق : الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 .
- الصادق الحمامي و اخرون : الانترنت و الاذاعة و التلفزيون : استخدامات الانترنت في مجال البث الاذاعي و التلفزيوني. م.س.ذ.
- عبد الله الزين الحيدري: الاعلام الجديد النظام و الفوضى ، دار سحر للنشر ، تونس ، 2012.
- * معهد الإعلام الجديد (NMI)، ب New York هيئة بحث تتمثل مهمتها في تحسين فهم العامة للقضايا المحيطة بالإنترنت والأشكال الأخرى للاتصالات ووسائل الإعلام الجديد.
- 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](http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html) ,consulté le 20/12/2015 11:15
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press), [http://dictionary .cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media](http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media) , consulté le 13/12/2015 11:00
- PC Magazine Encyclopedia. Definition of: new media; [http://www . pcmag . com/ encyclopedia /term/ 47936 /new-media](http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media) , consulté le 20/10/2015 01:25
- NEW MEDIA: http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html , consulté le 24/10/2015 13:15
- LIEVROUW, Leah A. and LIVINGSTONE, Sonia: Handbook of New Media .

-LIEVROUW, Leah: Alternative and Activist New Media , Polity Press, Cambridge , 2011.

-علي خليل شقرة : الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان 2014 .

-عزي عبد الرحمن : اللغة و الاتصال ، مطبوعة غير منشورة .

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

*يشير الباحث الاقتصادي Freidrich Hayek في دراسة له حول استخدام المعرفة في المجتمع The use of knowledge in society 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).

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

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

عبد الملك 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 24/

13:03 2012 /10

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

- مركز معلومات الجوار الاوروبي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الاوروبي ، الاتحاد الاوروبي ، 2014 .

*أبرز الشبكات الاجتماعية:

- 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/>

-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..

-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.

*أبرز المواقع التي توفر هذا النوع من الخدمات:

– Twitter <http://www.twitter.com/>

– Tumblr <http://www.tumblr.com/>

– Jaiku <http://www.jaiku.com/>

– <http://ar.wikipedia.org/wiki/9>

موسوعة ويكيبيديا