

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي للوسائط الجديدة

من بين المواضيع الهامة التي تشغل الباحثين في مختلف حقول المعرفة، هي محاولة فهم المفاهيم المتعلقة بالمقاربة، والنظرية، والبراديجم، والأطروحة، والمدخل، والنموذج، ونحاول من خلال ما يلي تقديم هذه المفاهيم بشكل مختصر، وتقديم الفوارق بينها.

أولاً: مدخل مفاهيمي:

- **المقاربة: هي:** أساس نظري يتكون من مجموعة من المبادئ يتأسس عليها البرنامج أو المنهاج، وبناء عليه فالمقاربة هي الطريقة التي يتناول بها الدارس أو الباحث الموضوع، أو هي الطريقة التي يتقرب بها من الشيء المراد دراسته. فإذا أردنا أن نتحدث عن موضوع ما في بلد معين فإننا بحاجة إلى الاقتراب منه، وهذا الاقتراب هو ما يسمى بالمقاربة، فهناك مقاربة تاريخية، ومقاربة سياسية، ومقاربة ثقافية، ومقاربة رياضية.
- **النظرية:** هي مجموعة من الأفكار التي تقدم تفسيراً للظاهرة. وبمجرد أن يكتسب الباحث بيانات كافية، يبني النظرية على أساس المعلومات التي جمعها. إذاً النظرية هي محصلة دراسات وأبحاث، ومشاهدات وملاحظات وصلت إلى مرحلة عالية من التطور والنضج ووضعت في إطار نظرياً وعملي لما تحاول تفسيره، كما أن كل النظريات قامت على كم كبير من التنظير وبعض الافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات وتجارب ميدانية على أفكارها وفروضها على موضوعات بحثية مختلفة.

وعند صياغة النظريات، يستخدم معظم العلماء منهجية علمية سليمة بحيث تكون النظرية صحيحة. أيضاً، النظريات يمكن اختبارها من أجل التحقق من صحة هذا، والنظريات عادة لا تبقى هي نفسها في حقل لفترة طويلة من الزمن. **وهي هنا بمثابة عملية بناء ذهنية** تشرح وتفسر النتائج التي يتوصل إليها الاختبار عبر ترتيب هذه النتائج في إطار تركيبى. والنظرية كذلك هي تعميمات حول الكيفية التي يفكر بها الأفراد ويتصرفون من خلالها، فهي بذلك تقدم لنا فهماً جيداً للعلاقة بين الأشياء والأحداث المختلفة، وتستخدم لشرح الطريقة التي تحدث بها الأشياء، وأيضاً التنبؤ بخصوصها قبل حدوثها.

- **البراديجم:** يمكن ترجمة مصطلح البراديجم حسب ويكيديا (باللاتينية (Paradigma): بأنه (النموذج الفكري) أو (النموذج الإدراكي) أو (الإطار النظري)، وقد ظهرت هذه الكلمة منذ أواخر الستينيات من القرن العشرين في اللغة الإنجليزية بمفهوم جديد ليشير إلى أي نمط تفكير ضمن أي تخصص علمي أو موضوع متصل بنظرية المعرفة «الإبستمولوجيا».
- **الأطروحة:** مصطلح "الأطروحة Thesis" يأتي في اليونانية $\theta\acute{\epsilon}\sigma\iota\varsigma$ بمعنى: "شيء ما تضع عليه"، ومعنى "الدراسة Study"؛ حيث يشير المعنى إلى مقترح فكري Proposition Intellectual؛ **على سبيل المثال:** عندما طرح جاليليو مسألة: "الشمس مركز المجموعة الشمسية" كانت المسألة جديدة على عقل المستقبل لدرجة الصدمة! ومن ثم واجه الكثير من الاعتراضات والهجوم، ومن هذا الموقف وأمثاله تم وضع وصياغة القواعد والأسس المعيارية التي تحكم تقديم الأطروحة أو الاكتشاف العلمي أو براءة الاختراع، بحيث تضمن هذه المعايير حقوق جميع الأطراف، وما زال يتم تناول هذه القواعد بالتعديل حتى الوقت الحاضر.

وهي بصورة أدق ما يُطرحُ للبحث لأول مرة ولم يكن متداولاً من قبل لدى المجتمعات العلمية أو العامة؛ فالأطروحة مسألة جديدة تماماً يتم عرضها للتناول العلمي، كدعوة لتدقيق النَّظَرِ والبحث التجريبي، بمعنى أن الأطروحة إضافة جديدة تماماً تكون نتيجتها الاكتشاف لما لم يكن معروفاً من قبل.

- **المدخل:** يعرف قاموس "أكسفورد" المدخل بأنه التعامل مع موقف ما أو مشكلة ما بطريق ما حول موضوع ما، والمدخل هو فعل ما أو عدة وسائل للاقتراب أو للتعامل مع شخص أو شيء ما، وقد يفشل الباحث في التعامل مع بعض المشاكل، إذا لم يكن مدخله إليها جيداً وفعالاً.
- **النموذج:**

إن النموذج -Le Model- هو التمثل الذهني لشيء ما و لكيفية اشتغاله، وعندما نضع شيء ما في نموذج نستطيع أن نقلد اصطناعياً -Simuler- تصرف هذا الشيء و بالتالي الاستعداد لردوده. وهذا يعني أن النمذجة ليست إلا الفكر المنظم لتحقيق غاية عملية، ذلك أن النموذج هو نظرية موجهة نحو الفعل الذي نريد تحقيقه.

ومن هذا المنطلق يمكننا القول أن كل إنسان "ينمذج" في حياته اليومية و في كل لحظة، فهو يجمع كل الكائنات التي تحيط به بصورة ذهنية، سواء تعلق الأمر بأشياء مادية أو بأشخاص أو حتى بمؤسسات، وهذه الصورة الذهنية تمكنه من تركيب و تقليد سلوك موضوعه اصطناعياً لتقييم نتائج قراراته، ويختار ضمن القرارات الممكنة أفضلها، وإذا بدا له النموذج غير مناسب يغيره بآخر. وكذا فإن صيرورة قرار التبضع أو صيرورة تقبل إعلام إشهاري هي مثلاً سيرورات قابلة لأن تنمذج. يتعلق الأمر إذن بمحاولة حصر النسق المركب المدروس لاستباق ردود أفعاله بطريقة صورية ودون عودة إلى التجربة إلا في المستوى الافتراضي -Virtual- و بالتالي يتعلق الأمر بوصف نسق واقعي بطريقة صورية أي بالطريقة التي تجعلنا قادرين على معالجته بالحاسوب. فالنمذجة هي إذن، مبدأ أو تقنية تمكن الباحث من بناء نموذج لظاهرة أو لسلوك عبر إحصاء المتغيرات أو العوامل المفسرة لكل واحدة من هذه المتغيرات، فهي تمشي علمي يمكن من فهم الأنساق المركبة والمعقدة عبر خلق نموذج يكون بنية صورية تعيد إنتاج الواقع افتراضياً.

ثانياً: مفهوم الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها:

- الوسائط الفائقة hypermedia:

الوسائط الفائقة أو الهيبيرميديا: مصطلح يعبر عن ظاهرة تقنية جديدة تسمح للتعلم بالتحكم بالعديد من الوسائل بواسطة الحاسوب، وتزود المتعلم ببيئة تعليمية مُشبعة بالوسائط التعليمية التي تساعد على توحيد أشكال المعلومات من مصادر متنوعة في نظام واحد، وهو ذلك النظام الذي يمكن التحكم فيه بواسطة الحاسوب ويتضمن هذا النظام العديد من الوسائط مثل الصور المتحركة ومقاطع من أشرطة الفيديو والتسجيلات الصوتية والبيانات الرقمية والأفلام والصور الفوتوغرافية والموسيقى، بالإضافة إلى النص وذلك بغاية مساعدة المتعلم على إنجاز الأهداف المتوقعة منه عندما يتوصل إلى المعلومات التي يحتاج إليها من خلال التدريب الذاتي.

وتعرف الهيبيرميديا بأنها عبارة عن وسيط غير خطي للمعلومات يتضمن الرسومات والصوت والفيديو والنص العادي والروابط التشعبية.

- **الوسائط الرقمية Digital media**: هي شكل من الوسائط الإلكترونية التي يتم تخزينها رقمياً، ويمكن قراءتها بواسطة الآلة. كما يمكن أن تشير إلى الجوانب التقنية في التخزين أو الإرسال (ك الأقراص الصلبة وشبكة الحاسوب) للمعلومات أو "المنتج النهائي"، مثل الفيديو الرقمي، الواقع المعزز، اللوحات الرقمية، والصوت الرقمي أو الفن الرقمي.
- **الوسائط المتعددة : Multi Media** عرّفت الوسائط المتعددة المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية [Multi] وتعني متعدد، و [Media] وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية، عرّفت بأنها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية [Interactive] وفقاً لمسارات المستخدم.

وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج.

يقدم محمد لعقاب الملتيميديا من حيث الترجمة إلى اللغة العربية تعني " الوسائط المتعددة" أو الوسائل المتعددة أما من حيث الدلالة فهي تشير إلى أن وسيلة الاتصال الوحيدة في عصر مجتمع المعلومات، تتضمن عدة وسائل في الوقت ذاته، فهي تتضمن الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والنص المكتوب، وقد دخل مصطلح الملتيميديا إلى القاموس 1993-1994".

الوسائط المتعددة Multimedia وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليمي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد"، ويجب النظر إلى الوسائط المتعدد على أنها وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليست غاية في حد ذاتها. وهي تمثل نوعاً من الاستخدامات الحديثة ففي منتصف تسعينيات القرن العشرين أنتجت شركة أبل Apple أول كمبيوتر متعدد الوسائط "7500 Performa" ولم ينتشر استخدام الوسائط المتعددة إلا بعد أن زادت في حجم السعات التخزينية، وسرعة المعالجات والذاكرة.

المحاضرة الثالثة: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة

من سمات المجتمع المعاصر، وتطور تكنولوجيا الاتصال ظهور الإعلام الجديد وفضاءات اتصال جديدة، يطق عليها مصطلح المجتمعات الافتراضية، التي أصبح لها دور هام وبارز في عملية التواصل الإنساني.

أولاً: الإعلام الجديد والظواهر المصاحبة له:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية الإعلام الجديد بأنه (اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة)، والإعلام الجديد "مصطلح يعبر عن التطبيقات الإعلامية المستفيدة من التطورات التقنية المعاصرة، وبهذا فالإعلام الجديد هو مرحلة تاريخية من تطوّر وسائل الإعلام، وهو ما يخضعه إلى الإطار المعرفي ذاته الذي يحيط بوسائل الإعلام التقليدية، ويجعل منه امتداداً طبيعياً لها؛ أي أن الإعلام الجديد هو المرحلة الأكثر تطوراً -حتى الآن- على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائد إلى استغلال التطور التقني ليس إلا".

كما يشير المفهوم أيضاً إلى "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع".

ونجد لمصطلح الإعلام الجديد العديد من المرادفات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (Online Media)، الإعلام السيبراني (Cyber Media)، والإعلام التشعبي (Hyper Media).

صاحب الإعلام الجديد العديد من الظواهر، أبرزها:

- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى، وظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين.
- ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة.
- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور، ومضامين ثقافية وإعلامية جديدة.

- المشاركة في وضع الأجندة: حيث نجح الإعلام الجديد أحياناً في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجساً للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها.
- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية: وهي مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام وسائل الإعلام الجديد، لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية أو تربوية، وفي هذا المجتمع تتميز العلاقات بأنها لا تكون بالضرورة متزامنة، والأعضاء لا يحضرون في نفس المكان، والتواصل يتم دون الحضور، وقد يكون المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفعالية من المجتمع الحقيقي، وذلك لأنه يتكون بسرعة، وينتشر عبر المكان، ويحقق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.
- تفتت الجماهير: مع التعدد الهائل والتنوع الكبير الذي لم يسبق له مثيل في التاريخ فقد بدأ الجمهور يتفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلاً من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.

ثانياً: فضاءات الوسائط المتعددة والإعلام الجديد :

للإعلام الجديد فضاءات جديدة، تمكن من استخدام خصائصه في التفاعلية، والرقمية، تضمنت المدونات الإلكترونية، ومواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، التي جعلت إمكانية إنشاء وتعديل ومشاركة المحتوى مع الآخرين، باستخدام أدوات بسيطة نسبياً والتي غالباً ما تكون مجانية أو رخيصة، وفيما يلي توضيحٌ لأهم فضاءات الإعلام الجديد.

• المدونات blogs:

وتعرف المدونة بأنها "موقع على الانترنت سهل الإنشاء والتحديث، يسمح لمؤلفه القيام بالنشر في أي موضوع لحظة بلحظة". وهي كذلك "صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات متنوعة أو محددة باختصاص معين وتحتوي على مقالات أو أبحاث أو خواطر نسميها مداخلات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس أي المداخلة الحديثة تأتي في رأس صفحة المدونة تليها باقي المدونات حسب الأقدمية التاريخية".

• الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

وتصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها. كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ. ومن بين أهم الشبكات الاجتماعية نجد: الفيس بوك، اليوتيوب YouTube، ماي سبيس MySpace، التويتر Twitter.

• المفضلات الاجتماعية: Social bookmarking

وهي عبارة عن مواقع تقدم خدمة تخزين عناوين مواقع الإنترنت مع إضافة وسوم لوصف محتوى الموقع المخزن مما يجعلها متاحة لأي فرد من أي مكان وباستخدام أي جهاز. وتقوم على مشاركة مجتمع المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم، فمثلاً يعد موقع Delicious الذي ظهر في عام 2003م أول موقع يقدم تطبيقات وصف المحتوى، ومن خلاله يمكن للمستخدمين 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 لمواقع ولمحتويات 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، ويمكن لكافة المشتركين في الموقع التعرف على ما يضيفه الأعضاء الآخرين من روابط لمفضلتهم، وهكذا تصبح هذه الخدمة عبارة عن شبكة تفاعلية واجتماعية، يتم فيها تبادل مشترك للمفضلات الفردية المفهرسة إلى مجالات مختلفة.

من أشهر خدمات المفضلة الاجتماعية موقع ديليشوز del.icio.us لتخزين وتنظيم الروابط، وموقع diigo، وموقع bookmarks من قوقل.

بالإضافة إلى ما سبق يمكن ذكر: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومننديات الحوار، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها.

بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الأنترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة الأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة.

المحاضرة الثانية: خصائص ومزايا الوسائط الجديدة

تتسم الوسائط الجديدة بمجموعة من الخصائص تتمثل في:

التفاعلية: حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، ما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا. بمعنى آخر تتيح التفاعلية فرصة تبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

اللاتزمنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة إلى وجود مستقبل للرسالة، أو من خلال إعادة مشاهدة البرامج في موقع اليوتيوب، أو على الفايسبوك..

الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائط الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.

اللاجماهيرية: يقصد بها أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.
- **القابلية الحركية:** تعني أن هناك وسائل اتصالية كثير يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال، من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل الهاتف النقال والتليفون المدمج في ساعة اليد، وحاسب آلي نقال، كما تعني نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.
- **قابلية التحول:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات التي يمكن تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التليتكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع.

مقياس مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة السنة 1 ماستر اتصال جماهيري ووسائط جديدة

د. قدوري ريم فتيحة

– الشيووع والانتشار: ويقصد بها الانتشار المنهجي لرسائل الاتصال عبر العالم وفي كل طبقة من طبقات المجتمع .

المحاضرة الخامسة:

أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل وألان تورين

في الستينات من القرن العشرين، ترسخت فكرة الانتقال إلى مجتمع ما بعد الصناعة في الولايات المتحدة. وقد ناقش دانيال بيل في كتابه "مجيء مجتمع ما بعد الصناعي" ما هو نوع المجتمع ما بعد الصناعي . حدد بيل طبيعة التحول الذي بدأته المجتمعات الصناعية، وصاغ مراحل التقدم الإقتصادي في ثلاث مراحل متتالية على النحو التالي:

1. التقدم ما قبل الصناعي (المجتمع أو القطاع الزراعي).
2. التقدم الصناعي (المجتمع أو القطاع الصناعي المعتمد على التصنيع).
3. التقدم ما بعد الصناعي (مجتمع أو قطاع الخدمات).

– تفصيل المراحل الثلاث لتقدم الاقتصادي:

يقول بيل "إن مجتمع ما قبل الصناعة كانت تهيمن عليه الزراعة، وقد اتسمت المرحلة الثانية بتصنيع السلع، والمرحلة الثالثة التي تهيمن عليها الخدمة. المرحلة الثالثة التي سيقودنا بها المجتمع الصناعي الحديث هي مرحلة ما بعد الصناعة.

في هذا السيناريو، يشمل التقدم التاريخي مسيرة عبر هذه المراحل الثلاث. تشير الحركة إلى التحولات التاريخية في الجزء الأكبر من القوى العاملة، مع انتقال الأغلبية أولاً من الزراعة إلى التصنيع، ثم إلى قطاع الخدمات. نجد أن بيل يكتب بقوة عن اتجاه التغيير الاقتصادي - أي من الصناعة إلى ما بعد الصناعية. ويحاول بيل استكشاف إمكانات تطور مجتمع ما بعد الصناعة، حيث يحدد أربعة قوى من شأنها أن توفر ظهور مجتمع ما بعد الصناعة:

1. النمو الاقتصادي، أي مزيد من الإنتاج مع الربح.
2. الحد الأقصى لتطبيق الطاقة لتحفيز النمو.
3. استخدام المعرفة ومعالجة المعلومات.
4. تغييرات واسعة النطاق في البنية الاجتماعية.

• ما بعد الصناعية والتغيرات في البنية الاجتماعية:

ما بعد الصناعية لديها سمة مشتركة لتقدم التكنولوجيا والمعرفة، هذان العاملان على المدى الطويل حول المجتمع الصناعي إلى مجتمع ما بعد الصناعة. تؤكد كل من حسابات ما بعد الصناعة دور المعرفة والابتكار في تنظيم الإنتاج، وصعود صناعات "الرصااص" القائمة على الاختراقات في مجال الإلكترونيات الدقيقة وتكنولوجيا المعلومات.

يختلف التركيز على هذه التقنيات إلى حد ما، ولكن الرأي المشترك هو أن المعرفة تكمن وراء مستقبل ما بعد الصناعة. يقول Giddens أن المجتمع ما بعد الصناعي يقدم شكلاً جديداً من الصناعة، التي يتم تشغيلها بالكهرباء بدلاً من الفحم أو البخار.

قبل أن نناقش تأثير تكنولوجيا المعلومات على مجتمع ما بعد الصناعة، من المهم التطرق إلى أنواع العمل التي يقوم بها الناس، وتكنولوجيا المعلومات التي تؤدي إلى مجتمع ما بعد الصناعة.

أ. أنواع العمل:

التحول المذهل في مجتمع ما بعد الصناعة حدث في نوع العمل الذي يقوم به الناس في المجتمع الصناعي، فقد كان على العمال القيام بالكثير من العمل اليدوي، وبالتالي كانت الصناعة تعرف كثافة عمالية (كثيفة العمالة)، وقد حدث تحول في نمط العمل خلال فترة ما بعد الصناعة.

فوجد أنه تم تغيير نمط العمل في فترة ما بعد الصناعة، وذلك بسبب التقنيات الحديثة، التي أدت إلى انخفاض عدد وظائف التصنيع اليدوية، وظهور قطاع الخدمات، التي تتميز بالأعمال غير اليدوية، والتي فتحت المجال للإبداع أيضاً.

كما أثر التغيير في أنواع العمل على المهن المهنية، حيث نلاحظ أن الجميع أراد التخلص من العمل البدني المجهد، واختار الوظائف، ونتيجة هذا الميل إلى نمط العمل الجديد، خضع هيكل المهن المهنية أيضاً لتغيير.

ب. تكنولوجيا المعلومات:

في عام 1988 خرج د. غوردن بلقب جديد (وداعاً للطبقة العمالية) وهي مقالة عن الاشتراكية ما بعد الصناعة، هذا الوداع كان في الواقع وداعاً لعلم الاجتماع الصناعي، وهذا راجع إلى حد كبير إلى ظهور تكنولوجيا المعلومات.

إذا هي تكنولوجيا المعرفة التي أثرت على طبيعة العمل، وكذلك على الهيكل المهني من العمل اليدوي إلى قطاع الخدمات.

وقد ساهم دانييل بيل في تحليل المعرفة والمعلومات، في إحدى مقالاته المعنونة بـ"الإطار الاجتماعي لمجتمع المعلومات (1980)"، حدد في هذا المقال معالم مجتمع المعلومات وكيف استند إلى نظرية المعرفة في القيمة، ويعني ذلك أن المعرفة قد حلت محل العمل المنتج كمصدر للقيمة التي تحقق أرباحاً مستقبلية. إذا يقول في مقاله:

"إحدى الطرق للتفكير في هذا هو معرفة المعرفة وتطبيقاتها كمصدر لديه القدرة على تحويل أي نوع من النشاط في أي اقتصاد تقريباً، إذا أخذنا مثلاً على أنشطة معالجة المعلومات، فقد يكون كل قطاع من قطاعات الاقتصاد تقريباً عرضة لتأثيره، من التعميم إلى الاتصالات وحتى الخدمات الصحية وأنظمة الإعانات الاجتماعية، ومن هذا المنطق فإن معالجة المعلومات لديها القدرة بشكل جذري على تغيير الطرق المألوفة للقيام بالأشياء، وعلاوة على ذلك، فبسبب هذه القدرة تكمن تقنيات المعلومات الجديدة، التي يقال إنها تمتلك القدرة على إعادة تشكيل الطرق التي ننتج ونستهلك بها، وكذلك المكان الذي نؤدي فيه هذه الأنشطة".

وبالتالي، بالنسبة إلى Bell، فإن المعلومات أكثر من مورد في الواقع، فإن صورة مجتمع المعلومات هي واحدة من التغيير النوعي في طبيعة الاقتصاديات الغربية مع نسبة متزايدة باستمرار من البنية الاجتماعية التي تتألف من العمال المهنية والتقنية، وكثير منهم يهتمون بالإنتاج أو المعالجة أو توزيع المعلومات. مع التأكيد على أهمية المعلومات في اقتصاد ما بعد الصناعة.

والنموذج التكنولوجي سمتان أساسيتان:

✓ معالجة المعلومات.

✓ الابتكارات في المنتج.

في جميع التقنيات هناك عنصر المعلومات والمعرفة، فائدة التكنولوجيا تكمن في القدرة على القيام بعمليات جديدة، أو لأداء الممارسات الراسخة بشكل أفضل، وتنقل عمليات المعلومات المعلومات، مما يجعل التدفقات الممكنة لتبادل المعلومات ومعالجتها، بغض النظر عن المسافة، بتكلفة أقل وبأوقات إرسال أقصر.

نتيجة معالجة المعلومات هي أيضاً معلومات، والميزة الأساسية الثانية للنموذج التكنولوجي هي في الواقع شائعة في جميع الثورات التكنولوجية الرئيسية، ففي حالة الكمبيوتر تكمن فائدته في نشاط معالجة المعلومات، هذا يساعد على تحديد وظيفة المنتج.

وهكذا تتكون الثورات التكنولوجية من ابتكارات يتم تجهيز منتجاتها بالفعل، وتعد معالجة المعلومات والابتكارات في المنتج من السمات الرئيسية للنموذج التكنولوجي المعلوماتي الذي له تأثيرات جوهرية على تأثيره على المجتمع.

وقد أكد آلان تورين عام 1969 ودانيل بيل في عام 1973 على أن معالجة المعلومات هي النشاط الأساسي الذي يحد من فعالية وإنتاجية جميع عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك والإدارة.

خلاصة:

إن النموذج التكنولوجي أو نموذج ما بعد الصناعة هو النموذج الذي نعيشه الآن، المجتمع المعلوماتي الذي تسيطر عليه المعلومة الموظفة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تحمله هذه الأخيرة من وسائط متعددة (الصورة والصوت والنصوص المكتوبة والمسموعة) بالنظر إلى خصائصها ومميزاتها: التفاعلية، والمرونة والسرعة، وسعة التخزين، التعدد على سبيل المثال المجتمعات الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد أو إعلام المواطن، خدمة التعليم عن بعد، سوق بيع الإلكترونيات، أجهزة الهواتف الذكية، والحواسيب الفائقة، والتسويق الإلكتروني.

المحاضرة الرابعة: صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة

عرفت بحوث وسائط الاتصال الجديدة تحولا في الإطار العام الموجه لها عن البحوث الاتصالية التقليدية، بسبب متغيرات وعوامل مرتبطة بخصائص هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي تتسم بالتفاعلية واللاتزامنية، وتعدد الوسائط وغيرها، حيث ازداد التركيز على دراسة القضايا والموضوعات المتعلقة بمنظور الجمهور الذي يستخدم المحتوى الرقمي ويشارك ويتفاعل في عملية الاتصال، فضلا عن التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك إلى مفهوم التفاعل (المشاركة)، ومن مفهوم المتلقي إلى المستخدم، ومن مفهوم الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى المحتوى منفردا عن غيره، ومن البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات، وكذا التحول من التركيز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي إلى التركيز على البحوث الخاصة بالتحليل الثقافي والاجتماعي، مع التركيز على الجماعات والمؤسسات وكيفية اندماجها مع وسائل التواصل الاجتماعي، ومحاولة استكشاف أنماط ارتباطات الفرد بعوالمه الواقعية والافتراضية.

ولا تزال وسائط الميديا الجديدة غامضة بالنظر للحاجة إلى تطوير المزيد من الأطر النظرية والمنهجية لفهم ما طرأ من تغيرات على الإعلام بنمطه التقليدي، حيث تعددت أشكال الوسائط وطرق التبليغ في الميديا الجديدة واستنفذت في تحليلها الأدوات المنهجية المتوفرة سابقاً.

1. الإشكالات النظرية:

اعتمد الباحثون في تفسيرهم لظاهرة وسائط الاتصال الجديدة في بدايات ظهورها وبشكل أساسي على الموروث النظري التقليدي، الذي كان مستمداً هو الآخر من جملة من أهم التيارات البحثية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، من دراسات وسائل الإعلام إلى الإثنوغرافيا، ثم الاقتصاد والاقتصاد السياسي إلى علم الجمال وتحليل الخطاب ودراسات الجمهور. وقد دعى البعض وعلى رأسهم الباحث الفرنسي الشهير **دومنيك فولتور** إلى "إدراج التنظير لأثار شبكة الانترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية، لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تفصل الوسائط الجديدة عن سيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته.

رشحت إذن العديد من النظريات التقليدية كمرجع لتفسير الظواهر الجديدة التي خلقتها وسائط الاتصال الجديدة، في المقابل سقطت أخرى، لأنها لم تعد صالحة لتفسير المعطيات الجديدة التي أتت بها هذه الوسائط، ومن ذلك نظرية حارس البوابة، ونظرية التأثير المباشر أو الحقنة تحت الجلد، ومن النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في هذا السياق: نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية انتشار المبتكرات، نظرية وضع الأجندة، نظرية التفاعلية الرمزية، ونظرية البنائية الوظيفية، نظرية الفجوة المعرفية وغيرها، لتفسير ظواهر وسائط الاتصال الجديدة.

رغم استعانة الباحثين المهتمين بدراسة وسائط الاتصال الجديدة بالموروث النظري التقليدي السالف الذكر في مقارنة هذه الظاهرة وتفسيرها، إلا أنه تواجههم العديد من التحديات أو يمكن القول الإشكالات، نظرا للتطور السريع والمعقد لهذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي نوجزها فيما يلي:

- تواجه الباحثين اليوم إشكالية مدى ملائمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقاة أساسا من علوم اجتماعية أخرى، والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في البيئة الاتصالية الجديد، فواقع الأمر يشير إلى أن كثيراً من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الوسائط الجديدة وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، مثل ما حصل مع نظرية التأثير المباشر، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر.
- غالبية النظريات التقليدية تفتقد إلى الجدوى أو الغاية المعرفية والمصادقية العلمية من استحضارها أو توظيفها في تفسير ظاهرة من ظواهر وسائط الاتصال الجديدة.

• في ذات السياق نجد أن النظريات التقليدية تتسم تفسيراتها لظواهر وسائط الاتصال الجديدة بالتناقض. حيث نجد نظرية الاستخدامات والإشباع التي تدخل ضمن نظريات التأثير، التي تندرج ضمن البراديجم الوظيفي، التي تفسر الظاهرة انطلاقاً من سببية خطية (سبب، نتيجة)، أصبحت أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، أين نلاحظ فيها تناقض صارخ، فمن جهة تقدم تقريراً وظيفياً جاهزاً لجنوح مستخدمي الانترنت نحو استخدام المواقع المذكورة إشباعاً للحاجات، وتسجل مأخذ أخلاقية على هذا الاستخدام الذي يؤدي إلى الإدمان والانحراف.

إن الإشكالات التي يعاني منها الباحثين في وسائط الاتصال الجديدة لا تقف عند حدود النظريات التقليدية فقط، بل تشمل حتى النظريات التي استحدثت لتفسير ظاهرة الوسائط الجديدة. حيث يؤخذ عليها أنه يكن مصدرها أساتذة الإعلام والاتصال بالأساس، بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات، وهندسة الشبكات وتطويرها، إذ اتسمت المقاربات السائدة بطابعها "التقني". أي أنها بحثت في ظاهرة الميديا الجديدة من منظور تكنولوجي، معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعداً أساسياً ومؤسساً لخصوصية وسائط الاتصال الجديدة، يعكس هذا المنظور لوسائط الاتصال الجديدة تمثلاً حتمياً Determinist يعظم عاملاً يعينه (التكنولوجي) على حساب عوامل عديدة أخرى تساهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام بما أنها ظاهرة مر كبة (complex).

2. الإشكالات المنهجية: إلى جانب الإشكالات النظرية يعاني الباحثين في وسائط الاتصال

الجديدة من إشكالات منهجية على مستويات عدة نوجزها على النحو التالي:

أ. إشكالات على مستوى دراسة محتوى وسائط الاتصال الجديدة:

يعتبر محتوى وسائط الاتصال الجديدة ذا خصائص وميزات - ستتجلى في ثنائيا هذه المعالجة - تجعله يخلق لدى الباحثين عدة إشكالات عند محاولة دراسته وسبر أغواره لأجل فهم الظاهرة الاتصالية التي يحتويها نوجز عدد منها على النحو التالي:

- إشكالية تنوع المحتوى وتشعبه، حيث تختلف طبيعة وتكوين المحتوى المنشأ في إطار وسائط الاتصال الجديدة جذرياً عن محتوى وسائل الإعلام التقليدية، الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة. حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية من حيث كونها نصوص، أو مواد سمعية وبصرية. الخ، كما تتنوع فيه مستويات علاقات التناص التي تربط بين وحداته من خلال الروابط التي تمثل جزءاً أصيلاً في تكوين شبكة الويب، كما أنه يشتمل كذلك على بعد يرتبط بالعلاقات التفاعلية والارتباطية التي تنشأ من خلال تبا ل الاتصال.

- إشكالية عند اختيار وتحديد وحدات المعاينة، أو عند الرغبة في تطبيق اختبارات الصدق والثبات وإعادة تحليل مضمون سبق تحليله من قبل، حيث لا يجد الباحث نص ثابت يدرسه أو يعو لدراسته عند الحاجة.

- إشكالية في تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة، حيث أنه ونتيجة لهذه الطبيعة يصعب تحديد إطار عام لمجتمع البحث عليها، ومنه يصعب اختيار العينة، كما أن الاستعانة بمحركات البحث وتقنيات البحث بتتبع الروابط المعروفة ب Web crawlers، سوف يرصد فقط المواقع والصفحات التي ترتبط ببعضها، أو المواقع المشهورة وتبقى المواقع المغمورة بعيدة عن التصنيف. بالتالي لا يمكن التعامل مع عينات عشوائية، ولا يمكن تعميم نتائج البحث طالما أن العينات عمدية.

- يخلق تنوع اللغات المستخدمة في محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي، إلى جانب تنوع السياقات الثقافية والاجتماعية التي يُطر من خلالها إشكالية كيفية تفكيك هذه الرموز وتفسيرها، وعند اللجوء إلى استخدام الترميز الآلي والبرمجيات الإلكترونية في تحليل المضمون المنشور على الويب بشكل كامل، يزداد الأمر خطورة لأن ذلك الإجراء يتجاهل طبيعة السياق الاتصالي الذي

تتم من خلاله عملية إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه، بل أنه غالباً ما سيؤدي إلى نتائج مضللة عند تطبيقه.

– إشكالية وهاجس مصداقية البحث، وهي وجو بيانات يمكن أن تكون ذات دلالات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام وسائط الاتصال الجديدة، وبالتحديد في مواقع التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، لا يعكس عد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع Youtube معلومة دقيقة عن كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عد المعجبين بصفحة ما على موقع Facebook، لا يعني بالضرورة أنهم يترون بنشا على هذه الصفحة ويتابعونها باستمرار ويتفاعلون عليها. وهذا الذي دفع ميريام ميتزغر Myriam Metzger إلى الإشارة والقول "أن المضامين التي يتم تناقلها عبر مختلف الوسائط الجديدة تمثل بالنسبة للباحثين هاجساً كبيراً بالنظر لارتباطها بأحد الأسس العلمية الرصينة، وهو المصداقية و الموثوقية العلمية، وهما برأيها شرطين أساسيين لازمين ولا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجياً".

ب. إشكالات على مستوى دراسة جمهور وسائط الاتصال الجديدة:

نظراً لتوسع عدد مستخدمي وسائط الاتصال الجديد برزت لدى الباحثين إشكالات على مستوى دراسة جمهور الويب، نلخصها على النحو التالي:

صعوبة حصر وتحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة. فإذا أردنا مثلاً دراسة تفاعل الجمهور مع موضوع ما، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من الصعب جداً بل ومن المستحيل محاولة تحديد إطار عام لمجتمع البحث حتى يمكن استكمال إجراءات المتابعة وتحديد العينة وسحبها. لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وما يترتب على ذلك من عدم إمكانية تعميم نتائج البحث.

تطرح صفة المجهولية التي يتسم بها مستخدمو وسائط الاتصال الجديدة إشكاليات في مصداقية البيانات المستخرجة لإجراء البحث. حيث يمكن أن تؤدي إلى احتمالية الوقوع في خطأ البيانات غير الدقيقة، بسبب عدم صدق البيانات الديموغرافية التي تعرضها بعض الملفات التعريفية عن أصحابها على مواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك استخدام هويات مجازية وإخفاء الهوية الحقيقية. وبالتالي خطورة تأثير ذلك على إجراءات المعاينة، واحتمالية أن يصل الباحث لنتائج غير سليمة بسبب اعتمادها على بيانات غير دقيقة.

وفي ذات السياق ونتيجة للطابع غير الجدي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع الموضوعات المطروحة في غالب الأحيان، تبرز عند الباحثين إشكالية عدم مصداقية الآراء والأفكار المنشورة أحياناً لتكون مؤشراً دقيقاً عن الواقع الحقيقي. حيث يمكن أن تكون سلوكيات الأشخاص على تطبيقات التواصل الاجتماعي كما تعكسها كتاباتهم وتفاعلاتهم مغايرة لما هو قائم على أرض الواقع. وقد كشفت النتائج العلمية أن سلوك الأفراد يمكن أن يختلف عند استخدامهم لتطبيقات الإعلام الاجتماعي إذا شعروا بأن أشخاصاً بعينهم يشاهدون تعليقاتهم وتفاعلاتهم عليها. وقد يتصرف الأشخاص على الواقع الافتراضي على نحو يختلف عن تصرفاتهم على الواقع الفعلي، فقد تكون هناك مبالغة أو اندفاع أو في المقابل المزيد من الحرص والحذر.

نظراً لإمكانية المستخدمين من فتح عدة حسابات ضمن تطبيق واحد من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، تواجه الباحثين إشكالية تتعلق برسمية وغير رسمية هذه الحسابات لنفس الجهة أو الجماعة الواحدة، أو لنفس الشخص، وهو ما يعرض الباحث للتضليل إذا لم ينتبه وتكون لديه المهارات المناسبة عند محاولة تحديد الحساب الرسمي الأصلي المعبر عن الجهة أو الشخص المطلوب.

ت. إشكالات على مستوى الأساليب (المناهج) البحثية المستخدمة:

على مسار الدراسات الإعلامية التقليدية، سارت الدراسات الحديثة المهتمة بدراسة الوسائط الاتصالية الجديدة، وذلك من خلال اعتمادها على المناهج والأساليب البحثية نفسها. حيث تستخدم هذه الأخيرة المنهج المسحي على نطاق واسع، إذ يعتبر من أشهر وأكثر المناهج انتشاراً في بحوث وسائط الاتصال الجديدة. ويذكر كل من ارسى غرانيلو Darcy Granello وجوي ويتون heatonJoe W، بأن المسوح عبر الإنترنت توفر للباحثين الكثير من المزايا التي تجعل منها أسلوباً مغرباً جداً لجمع البيانات، وأهم هذه الميزات اختصار الزمن، التكلفة المنخفضة، سهولة تحصيل البيانات، المرونة والمراقبة الجيدة، تسهيل

مهمة الباحث في التعمق في جمع البيانات. غير أن المشكلة فيما يخص البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت، تكمن في مدى قدرة الباحث على استيفاء شرط التمثيل في العينات المختارة، ويضاف إلى هذا، مشكلة أخرى تصطدم بها أغلب البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت، وهي عدم استجابة الكثير من المبحوثين لطلب الاستفتاء، وذلك راجع إلى انشغالهم أثناء الإبحار عبر الشبكة بقضاء حاجياتهم النفسية والفيزيائية.

من الإشكالات التي تبرز أيضا في دراسة وسائط الاتصال الجديدة، مشكلة الاعتماد على أسلوب بحثي واحد في دراسة ظاهرة إعلامية ثرية بمعطياتها، فعند التمعن في وسائط الاتصال الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي نجدها تتميز بوجود سياقات ومستويات مختلفة ومتنوعة لعملية الاتصال، وكذا قدرتها على التشبيك الاجتماعي بين أنساق فكرية واجتماعية وثقافية متنوعة. ومن ثم فإن تبني أسلوب بحثي واحد والانغلاق عليه في دراسة ظواهر وسائط الاتصال الجديدة، التي بالرغم من أنها تحمل أبعادا متنوعة، لا يمكن من دراستها بدقة، ولا يساعد البحث العلمي على تقديم معرفة جديدة تفسر الظاهرة وتضيف للتراث العلمي. فالاعتماد على مناهج وأدوات البحث الكمية التي تقوم على تقديم معطيات سطحية تستنبط من عدد من الإحصائيات، لا تمكن الباحث من إدراك التفاصيل المرتبطة بسياق الظاهرة وتفاعلاتها، بينما نجد أن استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد يسعى للإجابة على سؤال "كيف" ويخرج بالبحث العلمي عن حدود السؤال "لماذا"، خاصة وأن تعقد العلاقات وتشابكها بين التقني والاجتماعي، وبين الفرد والبنية الاجتماعية، ينفي وجو علاقة رأسية مباشرة بين السبب والنتيجة في علوم الاتصال.

يضاف إلى ما سبق من إشكالات بروز إشكالات على مستوى الأدوات البحثية المعتمد عليها في جمع البيانات من وسائط الاتصال الجديدة، ومن ذلك إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني. حيث يتعرض في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان، إذ يرى كل من بول سيرمون **Paul Sermon** وشارلوت غولد **Charlotte Gold** أن: ما يحدث عبر مختلف الوسائط الاتصالية الجديدة هو نمط ثان ومختلف من الحياة أطلقا عليه "الحياة الاجتماعية الثانية"، وهي برأيهما شبكة من العلاقات غير المحددة بين مجموعة من الأفراد الحقيقيين أو المزييفين الذين قد يلجئون لانتحال هويات افتراضية، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب التأكد من هوية هؤلاء الأفراد.

المحاضرة السادسة: أطروحة الموجات الثلاث لتوفلر.

مصطلح "الموجة الثالثة" استخدمه المفكر "ألفن توفلر" في كتاب له بالعنوان نفسه "الموجة الثالثة"، وفيه قسم تاريخ الحضارة البشرية إلى ثلاث موجات رئيسية: الموجة الأولى بدأت عندما ارتبط الإنسان بالأرض، وأصبح يعتمد على الزراعة، واستغرقت هذه الموجة آلاف السنين، والموجة الثانية بدأت مع الثورة الصناعية عندما انتقل الإنسان إلى مرحلة التصنيع التي استمرت عدة مئات من السنين، أما الموجة الثالثة فهي التي يخوضها الإنسان حالياً وقد بدأت منذ عدة عقود وهي مرحلة ما بعد التصنيع، أو هي العصر المعلوماتي الذي نعيشه حالياً.

وفي كتابه (الموجة الثالثة) الذي صدر العام 1980 أشار توفلر إلى ثلاثة أنواع من الموجات، وكلُّ موجة تدفع نحو تكوين نمط مُعيّن من المجتمعات والثقافات، وعندما تحدث الموجة تزيج الثقافة القديمة جانباً.

وقال: إنَّ الموجة الأولى كانت تلك التي جاءت بالمجتمع الزراعي (امتدت فترته آلاف السنين حتى القرن السابع عشر الميلادي)، وكيف استبدلت الحياة الزراعية مجتمع الصيد والثقافات البدائية التي سبقتها.

ثم بعد ذلك جاءت الموجة الثانية وجاءت بالمجتمع الذي أنتجته الثورة الصناعية من أواخر القرن السابع عشر إلى منتصف القرن العشرين، وقال توفلر: إنَّ المكونات الرئيسية للمجتمع في الموجة الثانية هي الأسرة البيولوجية، ونظام التعميم الموجّه، وبروز دور الشركة بصورتها الحديثة، توفلر قال: إنَّ الموجة الثانية اعتمدت على تضخيم الإنتاج الذي يصل للجميع mass production، تضخيم التوزيع mass distribution، تضخيم الاستهلاك mass consumption، تضخيم التعميم mass education، تضخيم وسائل الإعلام mass media، وُصُولاً إلى إنتاج أسلحة الدمار الشامل mass destruction. وقال إنَّ هذا التضخيم للوصول إلى الجميع mass احتاج إلى وضع المعايير والمقاييس الموحدّة، واحتاج إلى الصرامة والمركزية في التنظيم، وأدى إلى بروز "البيروقراطية" التي تحكمت في المجتمع الصناعي بصورة قد لا تكون مناسبة.

بعدها بحسب توفلر جاءت الموجة الثالثة، وهي مستمرة منذ أواخر خمسينات القرن العشرين، وهذه الموجة حدثت عندما بدأ المجتمع الصناعي يتحوّل إلى (مجتمع ما بعد الصناعة)، وهو مجتمع يعتمد على "المعرفة" كمورد أساسي، وهذا هو المجتمع الذي أطلق عصر المعلومات، وعصر الفضاء، والقريبة العالمية، وهو عصرٌ لا يؤمن بالتضخيم في الإنتاج والتوزيع وغيرها، وإنما يركز على التنوّع والجودة والذوق، والإنتاج المعرفي، والقدرة على التجاوب مع تسارع التغيير "غير الخطي"، ويقصد بذلك التغيير الذي يمكن أن يعود بالإنسان إلى الوراء، أو يدفعه إلى الأمام، أو يأخذ به يميناً ويساراً.

وقد أشار توفلر إلى أنّ في "مجتمع ما بعد الصناعة" تنتشر مجموعة متنوعة وواسعة من أنماط الحياة والثقافات الفرعية، وأنَّ المؤسسات تتجه نحو المرونة والتخصص Adhocracy وذلك من أجل التكيّف بسرعة مع التغيّرات. كما قال: إنَّ المعلومات يمكن أن تكون بديلاً عن الموارد المادية، وأنَّ "طبقة الأيدي العاملة" أو البروليتاريا، تم استبدالها بطبقة أخرى تتكوّن من ما أسماه بـcognitarian، أي "طبقة العقول العاملة"، وهو مصطلح استخدمه للتعبير عن العامل الذي يستخدم المعرفة cognition، وهو مصطلح مشابه لما طرحه داركر بشأن عمّال المعرفة knowledge worker.

وقال توفلر: إن المنتج سيصبح أيضاً مستهلكاً، ودمج الكلمتين في مصطلح جديد أسماه "Prosumers"، وذلك لأنّ التكنولوجيات الجديدة ستحدث انصهاراً جذرياً بين المنتج والمستهلك، وأحياناً فإنّ هذا سينطوي على توكيل العمل للآخرين outsourcing، أو الاعتماد على الأتمتة automation بحيث يستطيع المستهلك القيام بالعمل بنفسه ... كما لو أنّ الفرد (المستهلك) ذهب إلى الصراف الآلي بدلاً من الذهاب إلى الموظف في المصرف، أو تتبّع أين وصل الطرد البريدي عبر الإنترنت بدلاً من التواصل مع موظف جالس في مكتب.

توفلر تحدّث أيضاً عن متطلبات مناهج التعليم في مجتمع الموجة الثالثة (مجتمع ما بعد الصناعة)، وكيف أن هذه المناهج يجب أن تُعلّم الفرد كيفية تصنيف وإعادة تصنيف المعلومات، وكيفية تقييم صحّتها، وكيفية تغيير التصنيفات عند الضرورة، وكيفية الانتقال من الأشياء الملموسة إلى الأفكار المجردة، والعكس كذلك، وكيفية النظر إلى المشاكل من زاوية جديدة، وكيفية قيام الفرد بتعليم نفسه، أو بإلغاء ما تعلمه سابقاً واستقاء تعميم جديد يتناسب مع التغييرات المتسارعة.

كان توفلر هو من تنبأ بالعديد من مظاهر الحياة اليومية حالياً، قبل أن تحدث، من بينها أنه توقع أنّ الرسائل الإلكترونية ستستبدل الرسائل الورقية التي تُرسل عبر ساعي البريد، وتنبأ بأنّ الإنسان سيعاني من الحمل الزائد للمعلومات، إضافة إلى تنبؤات أخرى ثبتت صحّتها لاحقاً.

خلاصة:

إن المنطلق الفكري لتوفلر يقترب كثيراً من منطلق فكر ما بعد الصناعة، لكن توفلر استخدم عبارة "موجة" فالتغييرات التي تحدث في حقبة زمنية معينة سواء الزراعة أو الصناعة أو المجتمع المعلوماتي تأتي كموجة تقلب موازين تلك الحقبة الحاجات والرغبات تتغير، الأنشطة والأعمال، عادات الاستهلاك، ظهور خدمات جديدة طرق تواصل جديدة كمواقع التواصل الاجتماعي مثلاً والتي تحوي جميع الوسائط الجديدة الفائقة منها والمتعددة كالرموز والصور ثلاثية الأبعاد والإيموجي... الخ.

دراسة توفلر الاستكشافية تعكس نمط حياتنا اليوم، وزيادة معدل المشاكل الاجتماعية رغم التطور زيادة الجرائم رغم تطور المؤسسات الأمنية معاناة إنسان اليوم من الكم الهائل من المعلومات.