

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 ترفيهية، 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 توضيح 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 تتنوّع 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 الجرافيكس، 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 . ونقوم على مشاركة مجتمع المستفيدين في المصادر المفضلة لدى كل منهم، فمثلا 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 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، ويمكن لكافة المستخدمين في الموقع التعرف على ما يضيفه الأعضاء الآخريين 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، ومنتديات الحوار، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها.

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