

الإطار المنهجي للدراسة

المقدمة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

مشكلة البحث

التساؤلات

الدراسات السابقة

منهج الدراسة

التعريفات الإجرائية للدراسة

حدود الدراسة

أدوات جمع البيانات

المقدمة:

إن نمو وتقدم النشاط الإعلامي على شبكة الإنترنت بشكل مضطرد أمر لا يمكن تجاهله، فالإنترنت أصبح يلعب دوراً فاعلاً، ومؤثراً في العملية الإعلامية على مختلف المستويات، المحلية والإقليمية والدولية. وفي جميع المجالات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية. سواء كان ذلك بالتفاعل بين الجمهور مباشرة، أو عبر وسائل الإعلام التقليدية، والتي أصبحت تعتمد عليه في نشاطها الإعلامي بدرجة كبيرة وتتواصل عبره مع جمهورها، لذلك أنشأ العديد منها مواقع إلكترونية وصفحات بمواقع التواصل الاجتماعي.

وتشهد هذه المواقع حراكاً إعلامياً تشاركياً كبيراً من قبل جمهور المثقفين، و بحريات لم تعهدها المجتمعات العربية، ولا العديد من مجتمعات دول العالم الثالث، وأضحى لدي المثقفي مساحة أكبر لاختيار ما يود أن يطلع عليه، ومقدرة هائلة في التفاعل والمشاركة على ما يريد من الرسائل في هذه المواقع، بل والتواصل مع أفراد آخرين بكل حرية، مما يعكس حجم التحرر الذي بدأ يتوفر لهذه الشعوب، وهو ما سينعكس على مواقفها وسلوكها وحركتها في الحياة، خاصة تلك التي تتعلق بالتحرر والحريات. وهو ما يسعى إلى تحقيقه العديد من الناشطين في هذه البلدان.

ولم تمضي فترة طويلة على ما تنبأ به شاندي كالاذيل (shanthi Kalathil) وتيلور (Taylor Boas) بأن الإنترنت في بعض الدول العربية ستكتمل جهود الكثير من القوى التحررية التي تنشط منذ وقت طويل⁽¹⁾، في مجال بسط الحريات، حتى اندلعت الثورات في العديد من الدول العربية. وطالعنا الأخبار والأنباء عبر وسائل الإعلام أن الإنترنت كانت هي وسيلة التواصل الأبرز، والأهم بين الشباب لتنظيم الاحتجاجات، والتي تطورت إلى ثورات خاصة في مصر وتونس حيث ترتفع نسبة المواطنين الذين يتعاملون مع هذه التكنولوجيا⁽²⁾، وفي غيرها من الدول والشعوب الأخرى، وكان الإنترنت هو وسيلة نقل أخبار الاحتجاجات، والإعلان عنها وتنظيمها. وقد اعتمدت العديد من وسائل الإعلام الجماهيرية في تغطيتها لهذه الأحداث بصورة كبيرة على الإنترنت، فأغلب الصور التي أظهرت بدايات الاحتجاجات في تونس عبر قناة الجزيرة التقطت بواسطة نشطاء الإنترنت، والعديد من اللقطات والصور التي أظهرت تجاوزات الأمن المصري بُدَّت عبر مواقع ومدونات النشطاء، بل أن جميع الوسائل الإعلامية التي غطت الأحداث في سوريا في شهرها الأولى اعتمدت بشكل أساسي على الإنترنت كمصدر لأخبارها، وعبره كان يتم الاتصال بالناشطين في

(1) فيلب سيب، تأثير قناة الجزيرة (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، ط1، 2013م) ص 134.

(2) نشرات حصاد اليوم الإخبار في قناة الجزيرة العربية في الفترة من 25 ديسمبر 2010 - 25 فبراير 2011م..

موقع الحدث (اسكايبي - Skype) وكان الناشطون يجتهدون في لفت انتباه القنوات الفضائية والوسائل التقليدية الأخرى لمتابعة الأحداث، والكثيرون كانوا محور الأحداث وضيوف البرامج التي تبثها هذه القنوات.

وقد نجحت دعوة الإضراب التي أطلقتها الناشطة المصرية إسرائ عبد الفتاح^(*) والتي لقيت بفتاة الفيس بوك (Face Book) أو القائدة الافتراضية عبر حسابها بالفيس بوك في 6 أبريل 2008م؛ احتجاجاً على تدهور أوضاع المعاش، ولاقت الدعوة تجاوباً كبيراً حيث شارك ما يقرب 70 ألف مصري، والنجاح بهذا الحجم كان أمراً غير مألوف لدي المجتمع المصري في وقته، ومدّلت هذه الدعوة نقطة الانطلاق لاحقاً للثورة المصرية إذ بذات وسيلة الإنترنت (الفيس بوك، المدونات، المواقع الإلكترونية الإخبارية) انتشرت الدعوات لمظاهرة 25 يناير 2010م، والتي كانت شرارة انطلاق الثورة المصرية. وذات الأمر تكرر في بعض الدول العربية التي شهدت احتجاجات وتظاهرات ضد الأنظمة والأوضاع القائمة مثل البحرين، واليمن، والأردن، وعمان والسودان.

وانتشرت على شبكة الإنترنت العديد من المواقع الإلكترونية التي أنشأها نشطاء وشباب سودانيون وآلاف الصفحات على موقع الفيس بوك نشط بعضها بالدعوة إلي حراك سياسي وقيادة الاحتجاجات والتظاهرات ضد النظام الحاكم في الخرطوم، بجانب الأنشطة الاجتماعية والثقافية الأخرى، بينما نشطت مواقع أخرى في الدفاع عن النظام القائم وإظهار انجازاته، ومن أبرز هذه المواقع موقع الراكوبة، وسودانيز أون لاين، وموقع حريات وشبكة أخبار مرجان، وموقع النيلين.

إنّ المواطن العادي وبفضل التكنولوجيا الجديدة لم يعد متلقياً فقط بل أصبح مراسلاً، ومصدراً من مصادر الأخبار، في استطاعته أن يتابع الأحداث وينقلها مباشرة إلي ملايين الناس من أي مكان وفي أي زمن، ويمكن أن يكون لهذا الحدث تأثيراً كبيراً على الأوضاع أو يكون سبباً لتغييرات جوهرية كبيرة، فالمتلقي أصبح مشاركاً فاعلاً في العملية الإعلامية يتلقى دون قود يؤثّر ويتأثّر. وقد أبدى محمد عبد الحميد بعض الملاحظات الأساسية في مثل هذا النشاط الإعلامي منها⁽¹⁾:

- أهمية التأكيد على دائرية الاتصال سواءً كان ثنائياً أو ثلاثياً، وانتهاء فكرة الاتصال الخطي والبحث عن حدوث التأثير في اتجاه المتلقي فقط.

^(*) إسرائ عبد الفتاح، ناشطة مصرية، اشتهرت عبر دعوتها المعارضة للنظام الحاكم في مصر وهي أول من دعا إلي الإضراب عبر المواقع الإلكترونية احتجاجاً علي الأوضاع المعيشية، وقد تعرضت للمساءلة والسجن من قبل نظام الرئيس المخلوع حسني مبارك.

⁽¹⁾ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام علي شبكة الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2010) ص283-284.

- هناك ارتقاء بدور المتلقي إلي مستوى المشاركة، ويفترض أن هناك تأثيرات على العملية الإعلامية وعناصرها من جانب المتلقي يوضع في الاعتبار عند التخطيط في الأداء الإعلامي.
- العلاقات الاتصالية من أطراف عملية الإعلام هو جوهر العملية الأساسية وهي المدخل لتحقيق الأثر ومستويات تحقيقه.
- السلوك الاتصالي للمتلقين نحو العملية الإعلامية هو المتغير الرئيسي في نجاح هذه العلاقات وفشلها في تحقيق أهدافها.

ويشير كل ما سبق إلي الدور الإعلامي البارز والمتعاظم للإنترنت، والتي التغيير الذي أحدثه في العملية الإعلامية بانتهاء النموذج الخطي لعملية الاتصال من طرف واحد (مرسل ← رسالة ← متلقي) ودخول عناصر أخرى مؤثرة في عملية الاتصال بجانب التوسع في عملية الإرسال وسهولة تلقي رد الفعل، كما أن الإنترنت أضحت وسيلة إعلامية عالية الجودة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية، وترتبط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة وقدرة على تخطي الحواجز الزمانية والمكانية وفتح الباب للمعلوماتي أمام الجميع⁽¹⁾. وهو ما يدفع إلي التذكير بنظرية مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) التي أشار فيها إلي موضوع القرية العالمية والتي أن الوسيلة الإعلامية وليس الرسالة الإعلاميين يحدث التغيير والتحول الاجتماعي الكبير في المجتمع.

لذا تظل التوقعات بحدوث تحولات كبيرة في المجتمع الإنساني قائمة وبدرجات كبيرة بعد دخول الإنترنت، وينتظر أن تغير تكنولوجيا الإنترنت طريقة تفكير أولئك الذين يستخدمونها، وتساعد المؤسسات الإعلامية في إعادة النظر في طرائق عملها، وسيعتمد النجاح على طريقة التعامل مع التكنولوجيا الجديدة؛ بعد أن انتشرت في الفضاء الإلكتروني الآلاف من المواقع الإلكترونية بمشاركة الملايين من مختلف العالم، وبمختلف الثقافات التي لا يجمع بينها سوى فضاء الإنترنت الحر يتشاركون في الأخبار والمعلومات، وتتاح لهم فرص متساوية في النشر والتلقي بجانب خدمات الإنترنت الأخرى مثل البريد الإلكتروني والاتصال الصوتي والوسائط المتعددة.

وتحظى المواقع الإلكترونية بنشاط إعلامي فاعل وبمشاركة عالية، خاصة من فئات الشباب الذين تغيرت بعض عاداتهم واهتماماتهم.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي تحقيق الأهداف الآتية:

(1) صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ط1، 2011م) ص 91.

- التعرف على مجتمع الإعلام الجديد.
- الوقوف على أهم الموضوعات التي يركّز عليها المتلقّي عند متابعة المواقع الإلكترونية السودانية.
- تحديد مدى الموضوعية والمصداقية التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية السودانية عند تناولها للأخبار والمعلومات.
- التعرف على مصادر المعلومات والأخبار التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية السودانية.
- التعرف على القيم والمعايير التي تنتهجها المواقع الإلكترونية السودانية لانتقاء الأخبار والمعلومات.
- إبراز مكونات مجتمع الإعلام الجديد في السودان والتعرف على خصائصه المعرفية ودوافعه من الإعلام الجديد.
- التعرف على التطور الإعلامي الذي طرأ على المجتمع السوداني بعد تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- دراسة تأثيرات المواقع الإلكترونية على جمهور المتلقّين.
- دراسة مجال التأثيرات السياسية والاجتماعية والثقافية للمواقع الإلكترونية السودانية على جمهور المتلقّين.
- تقديم رؤية علمية عن المواقع الإلكترونية السودانية وعلاقتها بالمجتمع السوداني لدارسي الإعلام والباحثين الأكاديميين.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من الآتي:

- جاءت الدراسة بعد الدور الفاعل الذي لعبته المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي تعبئةً للاحتجاجات ودعوةً لها وتعريفًا بها.
- الفضاء الإلكتروني أصبح الملاذ للكثير من الناشطين لنشر أنشطتهم وآراءهم ومواقفهم بسبب تضيق الحكومات وسيطرتها على وسائل الإعلام التقليدية.
- الازدياد المضطرد والمتسارع في عدد المشاركين في المواقع الإلكترونية خاصة من فئات الشباب خلال السنوات الماضية وتوفّعات الخبراء بزيادة نسبة المشاركين في الفترات القادمة.

- الدراسة تتناول جمهور المتلقين في السودان الذي يشهد توسعاً متزايداً في استخدام الإنترنت. بجانب ظهور العديد من المواقع الإلكترونية السودانية وبمشاركات كبيرة، وتمثل هذه المواقع مصدراً مهماً من مصادر المعرفة وتلقي المعلومات.

- تصاعد الأحداث في المجتمع السوداني وارتباط العديد من هذه الأحداث بأنشطة ودعوات عبر المواقع الإلكترونية السودانية.

- اتجهت العديد من المؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني في الاعتماد على الإنترنت في نشر أنشطتها وأفكارها وبرامجها على جمهور المتلقين.

- الدراسة تتناول المجتمع السوداني وإعلامه الذي طرأت عليه طفرات ونقلات كبيرة على مستوى التقنيات والمشاركة والانتشار.

مشكلة البحث:

إنَّ النشاط الإعلامي الواسع عبر الإنترنت يؤكد يوماً مدي أهمية الإنترنت في عملية تدفق المعلومات ومساهمته في توسيع دائرة المشاركين في النشاط الإعلامي بصورة كبيرة وبمميزات وخصائص إضافية، وقد زاد من تأكيد هذه الأهمية أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري التقليدي (إذاعة، تلفزيونات، صحافة) أنشأت لها مواقع الكترونية لتتواصل وتتفاعل مع أكبر عدد من جمهور المتلقين.

ويتميز هذا النوع من التواصل الإعلامي بالتوازن في تدفق المعلومات، فكل فرد يستطيع نشر ما بحوزته من معلومات وقادر على التفاعل مع ما ينشر بالتعليق والإضافة. وأوضحت التجربة أنه يصعب على الحكومات فرض رقابة أو التحكم على هذا النوع من النشاط الإعلامي أو تقييده، وكل محاولات تعطيله فشلت فمثلاً: حاول النظام المصري تعطيل الإنترنت أبان الثورة المصرية فأُتاحت شركات الإنترنت (Google) ذات الخدمة عبر التلفون مما يسر التواصل بين ثوار الثورة المصرية. لكل ذلك استطاعت المواقع الإلكترونية في الدول العربية أن تتجح في قيادة التغيير وتحقق حضوراً وتأثيراً في نشر فكرة التغيير، والحشد للثورات في بعض الدول، كما أنها استطاعت أن تجبر وسائل الإعلام التقليدية بالاهتمام بما ينشر فيه وأُتاحت مساحة واسعة للأخبار والآراء التي ترد خلاله واهتمت بنشاطي هذه المواقع واستضافتهم في برامجها.

ولم يتخلف السودان عن ركب ثورة الإعلام الإلكتروني وسجى حضوراً مبكراً بفتح فضائه الإلكتروني، وسعى إلي نقل التقنية الحديثة والتبشير بها. ورغم ذلك فإن تفاعل الجمهور السوداني مع هذا الإعلام بدأ متأخراً، لكنه شهد قفزات مهمة وانتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة. وتشهد المواقع

الإلكترونية التي أسسها سودانيون نشاطاً إعلامياً مهماً وحضوراً جماهيرياً فاعلاً وأضحت مصدراً مهماً من مصادر معلوماتها وأخبارها.

ومما لا شك فيه أن كل هذه التطورات لا بد أن تحدث حراكاً في المجتمع وتغييراً على المتلقين حاضراً أو مستقبلاً نتيجة للتعرض المستمر لهذه المواقع وزيادة حجم المعلومات التي يتلقاها الفرد، ويظهر ذلك من خلال حجم مشاركات الجمهور ومتابعتهم للمواقع الإلكترونية واهتمامهم بالإنترنت سواءً في المقاهي المنتشرة في المدن والمكتظة بالزبائن على مدار اليوم، أو من خلال خدمة الإنترنت التي تقدمها شركات الاتصالات، ومن استخدام جوالات الهاتف ذات التقنيات الحديثة، أو من إحصاءات المواقع الإلكترونية المهمة بالإحصاء الإلكتروني، وأيضاً من خلال الأرقام المتزايدة التي تعلن عنها الهيئة القومية للاتصالات وآخر إحصاء لها بلغ 11000000 مليون مستخدم⁽¹⁾.

وتسعى الدراسة إلى التعرف على التغييرات التي تحدثها هذه المواقع الإلكترونية على حياة المتلقين ودراسة التأثيرات المحتملة التي يمكن أن تحدثها على المتلقي السوداني في مجالات الحياة المختلفة ومستوى هذه التأثيرات سواءً كانت تأثيرات معرفية أو تأثيرات على المواقف أم يتعدى ذلك إلى التأثيرات في السلوك.

التساؤلات:

- 1- ما المجتمع الذي تكوّن بفضل الإعلام الجديد؟
- 2- ما الموضوعات التي يركّز عليها المتلقي عند متابعته للمواقع الإلكترونية السودانية؟
- 3- ما مدى الموضوعية والمصداقية التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية السودانية؟
- 4- ما القيم والمعايير التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية السودانية عند تناولها للأخبار والمعلومات؟
- 5- ما مصادر الأخبار والمعلومات التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية السودانية عند تناولها للأحداث؟
- 6- ما مكونات مجتمع الإعلام الجديد في السودان وما هي خصائصه المعرفية ودوافعه التي ينطلق منها؟
- 7- ما المجالات التي تحتل فيها هذه التأثيرات؟
- 8- ما التأثيرات المحتملة للمواقع الإلكترونية السودانية موضوع الدراسة على المتلقي؟
- 9- ما مستويات التأثيرات الإعلامية للمواقع الإلكترونية موضوع الدراسة على جمهور المتلقين؟

(1) صحيفة السوداني، العدد 3542 ، بتاريخ 14 نوفمبر 2015م.

الدراسات السابقة:

اطلع الباحث على العديد من الدراسات والبحوث ذات الصلة بموضوع الإعلام الجديد؛ للاستفادة من الجهود العلمية التي يمكن أن تساعده في تحقيق أهداف دراسته ومن بين هذه الدراسات يشير الباحث إلي الدراسات التالية:

الدراسة الأولى:

بعنوان: اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية بدولة قطر⁽¹⁾:

وهدفت الدراسة إلي معرفة وجهة نظر القارئ العربي حول الصحافة العربية الإلكترونية ومدى تلبيتها لاحتياجاته الإعلامية من حيث الأخبار والمعلومات والخدمات، كما هدفت إلي التعرف على واقع قراءة الصحف الإلكترونية مع تحديد طبيعة ونوعية القراء، بجانب معرفة ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية استطاعت أن تقدم خدمة تفاعلية مدعمة بوسائط متعددة أم لا. وأتبع الباحث المنهج التحليلي الوصفي باستخدام المنهج المسحي.

وتوصلت الدراسة إلي أن الصحافة الإلكترونية العربية متوفرة طوال الوقت بفضل توفر شبكة الإنترنت وأنها استطاعت أن تبصر الرأي العام العربي بقضاياها ومشاكله وأن توفر مصادر بديلة للأخبار خارج منظومة الوكالات الدولية للأخبار. وأشارت إلي أن تعدد مواقع الصحف الإلكترونية سيؤدي إلي ثراء معرفي وثقافي ولخباري للقارئ.

الدراسة الثانية:

بعنوان: دور الإنترنت في صناعة الرأي العام العربي دراسة تطبيقية على موقع الجزيرة نت للعام 2009⁽²⁾:

وهدفت الدراسة إلي معرفة دور الإنترنت في صناعة الرأي العام العربي وكيفية صناعته بجانب معرفة طبيعة الرأي العام الذي يكونه والوقوف على الدور الذي يقوم به موقع الجزيرة نت في تكوينه. والتعرف على القيم المهنية التي يلتزم بها العاملون بالموقع والوقوف على أهم الأحداث العربية التي غطاها. مستخدماً منهج الدراسات الوصفية.

توصلت الدراسة إلي أن الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال أدت إلي ظهور المواقع الإلكترونية كفاعل جديد في مجال تشكيل الرأي العام وصناعته، وذلك بما تتميز به من سرعة وحرية. وتوصلت الدراسة كذلك إلي أن نشأة موقع الجزيرة نت مثّل نقلة نوعية في مجال الإعلام

(1) أحمد سالم ولد محمد فاضل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 2003م

(2) عادل المهدي عبد الدائم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 2013م.

الإلكتروني العربي لما أتاحه من حرية في وصول المعلومة الموثقة والتغطية المهنية في الرأي والتحليل، لذلك مَثَّلَ الأداة الأولى في مجال التنوير والتدقيق وتشكيل الرأي العام العربي، ويتضح ذلك من خلال الأرقام الكبيرة للمتصفحين العرب وتفاعلهم مع ما ينشر. بجانب أن التغطية التي يقوم بها الموقع لقضايا العربية تمثل مادة إعلامية وعلمية متكاملة من حيث الشمول والإحاطة والموضوعية، وخلصت الدراسة إلى أن العلاقة بين الجزيرة والرأي العام العربي هي علاقة تفاعل وتوجيه وتأثير فهي تلبي رغبات الجمهور العربي من خلال تناول قضاياها بشكل يتناغم مع توجهاته قبل أن تحاول التأثير عليه وفي نفس الوقت تُشكِّلُ وعيه ورؤيته العامة حول العديد من القضايا التي تتبناها، وتمثل الجزيرة بذلك أحد أهم عوامل تشكيل الرأي العام العربي.

الدراسة الثالثة:

بعنوان: دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي، دراسة على عينة من المواقع الإلكترونية (الفييس بوك - التويتر) في الفترة من 2008-2012 م⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإعلام التفاعلي والعوامل التي أدت إلى ظهوره، بجانب تحديد خصائصه وسماته والوسائل التي يعتمد عليها في توصيل رسالته، كما هدفت إلى الوقوف على دور الإعلام التفاعلي في عملية التغيير الاجتماعي وذلك من خلال معرفة درجات تعرُّض مجتمع الدراسة للمواقع الإلكترونية الاجتماعية ودراسة تأثيرات تكنولوجيا الإعلام التفاعلي على هذه المواقع الإلكترونية.

أتبع الباحث المنهج الوصفي لتحقيق أهداف دراسته معتمداً على المنهج المسحي. توصلت الدراسة إلى أن دوافع الباحثين نحو المواقع الإلكترونية الاجتماعية تتمثل في التعرف على الأصدقاء وتبادل الأفكار والمعلومات والأخبار، وأوضحت أن أثر المواقع الإلكترونية الاجتماعية على الباحثين أضحى واضحاً وأنها تساهم في تشكيل آراءهم إزاء الأحداث التي تطرأ على المجتمع وبالتالي تساهم في تشكيل وعيهم وما يدور حولهم، وأكدت أن حرية التعبير تلعب دوراً مهماً وفعالاً بما تطرحه من موافق وآراء وأفكار دون تأثير أي جهات رقابية حكومية.

(1) حيدر محمد زين عبد الكريم ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية، 2013 م.

الدراسة الرابعة:

بعنوان: الاتصال التفاعلي وأثره في الشباب دراسة تطبيقية على موقع سودانيز أونلاين من 2010-2012م⁽¹⁾

وهدفت إلي قياس حجم دخول الشباب مجتمعات الفضاء الافتراضي وتحديد مدى اهتمامهم وقياس تفاعلهم معها وتأثرهم بها، ومقارنة تأثير حملاتها الإعلامية مع الحملات الإعلامية الدعائية الأخرى واختبار مدى تفاعل الشباب مع الأحداث السياسية والاقتصادية والرياضية. وأتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلي أنّ الإنترنت له دور بارز ومساهمة فاعلة في التأثير على الحياة وزيادة المعلومات، كما له دور سلبي في انتهاك خصوصية الأفراد. ويحتل الإنترنت الدور الريادي في الوسائل الإعلامية التفاعلية وساهم في تطوّر العملية الاتصالية، كما ساهم إسهامات واضحة في التفاعل الاجتماعي والسياسي وفي إشعال الثورات العربية وأصبح هو خيار الجمهور كمنبر إعلامي حر، بعد تكميم معظم الوسائل الأخرى. وأصبح مورد مهم للحصول على العديد من الخدمات.

وتوصلت الدراسة إلي أنّ موقع سودانيز أونلاين من المواقع المهمة التي تساهم في التأثير على الرأي العام السوداني بطريقة فاعلة، إضافةً إلي الفوائد المعرفية الأخرى من العلوم والثقافة والأخبار، ويلعب الموقع مع المواقع الاجتماعية الأخرى دوراً بارزاً في التواصل الاجتماعي بين الأفراد، ويساعدهم على التعبير المباشر عن أفكارهم في القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وأشارت الدراسة إلي أنّ استخدام أفراد المجتمع للإنترنت أدى إلي تقليل استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى وخصّصت إلي أنّ الإنترنت أدى إلي تغييرات واضحة في الشباب السوداني وفي العديد من الخصائص النفسية، والاتجاهات والدوافع الاجتماعية والعلاقات.

الدراسة الخامسة:

بعنوان: فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام، دراسة تطبيقية على مستخدمي الفيس بوك من طلاب الجامعات⁽²⁾

وهدفت إلي معرفة مدى إسهام الفيس بوك في تعاون الطلاب في التحصيل الأكاديمي ومدى انعكاس استخدامهم له على آرائهم ومواقفهم وسلوكهم، كما هدفت للوقوف على الأساليب الاتصالية للوسائط المتعددة المستخدمة للتواصل مع المستخدمين.

(1) معزة مصطفى أحمد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012م.

(2) الزبير ياسين إبراهيم محمد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012 م.

أستخدم الباحث لتحقيق أهداف دراسته المنهج الوصفي معتمداً على المنهج المسحي .
وتوصلت الدراسة إلي أنّ عناصر الوسائط المتعددة على موقع الفيس بوك ساهمت على تشكيل
الرأي العام بشكل ملحوظ وبطريقة سريعة، ويمثّل الفيديو أكثر العناصر تأثيراً وإقناعاً . كما أنّه ساهم
في إثارة قضايا معينة وأسهم في حلها خاصة القضايا الوطنية، وساهمت الوسائط المتعددة على
الفيس بوك في تحريك ونشر العديد من القضايا، وعمّقت المعرفة بها، وأتاحت للمستخدمين المشاركة
في محتوى النص بإبداء آرائهم والتعليق على ما ينشر والتفاعل مع الآخرين فيما يرون، كما ساهم
في تكوين مجموعات المشاركة لكافة فئات المجتمع مما يساعد على تكوين مجموعات تلتف حول
قضايا محددة. كذلك تري الدراسة أنّ الدردشة النصية والصور وسهولة التعامل مع الفيس بوك من
العوامل التي تساعد على تكوين الرأي العام وتكوين المشاعر الإنسانية نحو قضايا معينة.
وأتاحت الفيس بوك حرية نشر وتلقّي المعلومات متجاوزة حراسات البوابة الإعلامية ومتخطية
الحدود الجغرافية، وكل قيود النشر مما ساعد على المزيد من الشفافية والوضوح. وأشارت الدراسة
إلي بعض السلبيات التي تؤثر على المستخدمين مثل مساهمته في انتشار الفساد الأخلاقي وانتهاك
خصوصيات الآخرين ونشر الأخبار الكاذبة، أو يشغل الناس عن أعمالهم ومهامهم خاصة الطلاب
عن الدراسة والقراءة.

الفرق بين الدراسات السابقة ودراسة الباحث:

تباينت الدراسات السابقة في موضوعاتها البحثية بين دراسات ركزت علي خاصية واحدة من
خصائص الإعلام الجديد أو البحث عن اتجاهات المتلقّي العربي تجاه الصحافة الإلكترونية أو دور
الإنترنت في صناعة الرأي العام العربي. وبعضها كان محصوراً في فئة الشباب أوفي شكل من
أشكال الإعلام الجديد وهي الوسائط المتعددة، كما جاء في دراسة فاعلية الوسائط المتعددة في
تشكيل الرأي العام.

بينما جاءت دراسة الباحث لنتناول كل أشكال الإعلام الجديد وخصائصه وتأثيراته على المجتمع
السوداني بمختلف فئاته ومستوياته في ظل التغيرات الإعلامية التي حدثت في السودان، والاستخدام
الكبير للإعلام الجديد من مختلف فئات المجتمع.

منهج الدراسة:

اتبع الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي وذلك باعتبار أنّ الدراسات الوصفية تستهدف
وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك

*إشارةً إلي نظرية حارس البوابة التي تخضع الرسالة الإعلامية للرقابة، مروراً بعدد من بوابات تبدأ بالقائم بالاتصال وتنتهي بالسلطات.

أنماط السلوك المختلفة، وتهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأوضاع القائمة وذلك بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها أو إصدار تعليمات بشأنها ويستند الباحث في هذا المنهج على قاعدتين⁽¹⁾.

قاعدة التجريد: وذلك بانتقاء وعزل مظاهر معينة من الظاهرة ودراستها.

قاعدة التعميم: بإصدار الحكم على الظاهرة في إطار العينة التي تمت دراستها.

وتتسم دراسة الباحث وصفيًا بالآتي:

- وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، كما تشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيرها.
- لا تكتفي الدراسة فقط بجمع البيانات وتسجيلها إنما تكتمل بأهداف التحليل والتفسير المقارن.
- وتعتمد على وصف ودراسة الأساليب الكمية والكيفية.

وتعتمد الدراسة الوصفية على عدة مناهج استخدم الباحث منها المناهج الآتية⁽²⁾:

المنهج المسحي وهو من المناهج الأساسية وأحد أشكال جمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها في أي مجتمع، بقصد تجميع البيانات واستخلاص الحقائق منها وتقديم حلول للمشكلات مع تحليل الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة والأسباب الدافعة لظهورها، باختيار عينة من مجتمع الدراسة. وفي الدراسات الإعلامية تُهتم بوصف حجم وتركيبية هذا الجمهور، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها أو شدتها ومستويات الاهتمام أو التفضيل.

ومنهج تحليل المضمون وهو منهج للبحث العلمي يسعى إلى وصف المستوى الظاهر والمضمون الصريح في المادة العلمية المراد تحليلها⁽³⁾ بهدف الوصول إلى الحقائق التي تساعد على فهم الظاهرة وذلك بتحليل الرسائل الإعلامية والمعلومات التي ترد في المواقع الإلكترونية موضوع الدراسة وذلك:

- من خلال التحليل الكمي لمفردات العينة موضوع الدراسة، وتساعد على الوصول إلى نتائج موضوعية في التحليل الكيفي.

- التحليل الكيفي للتعرف على ما تخفيه العبارات من معاني وأهداف غير ظاهرة.

⁽¹⁾ معتمد مصطفى بابكر، الإذاعات الدولية وإثرها في تشكيل الرأي العام، دراسة وصفية تحليلية علي اتجاهات الرأي العام السوداني (1990- 1997م) بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام من جامعة أم درمان الإسلامية، قسم الإذاعة والتلفزيون، 1999م، ص 25.

⁽²⁾ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2004م) ص 13.

⁽³⁾ سمير محمد حسين، الرأي العام والأسس العلمية والمنهجية والجوانب المعرفية (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1972م) ص 145.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

التأثيرات:

جمع أثر وفي اللغة النقل، نُزِرَ نُزْرًا وإثارة، أثره في الحديث نقله، الحديث مأثور أي منقول قرن عن قرن (يقال فرش أثر أي عظيم الحافر)⁽¹⁾. والتأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل أو النتيجة النهائية التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال ويتم بخطوتين: الأولى تغيير التفكير، والثانية تغيير السلوك⁽²⁾ ويشير خبراء الإعلام إلي ثلاثة أنواع من التأثيرات تحدثها وسائل الاتصال في جمهور المستمعين وهي التأثيرات المعرفية، والتأثيرات في المواقف، والتأثيرات في السلوك⁽³⁾. وتأثيرات الاتصال هي التغييرات في سلوك متلقي الرسالة الإعلامية وهو مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى وفقاً لعوامل متعددة منها البيئة والمجتمع ووسيلة الإعلام.

الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو الإعلام الذي يعتمد على الإنترنت ويتمتع بسهولة وسرعة فائقتين في نقل الأحداث والتعليق عليها، كما يتيح للشخص أن يكون قائماً بالاتصال ومنقياً في ذات اللحظة، ويعطي الفرد إمكانية الاتصال بالعديد من الأشخاص والمجتمعات دون قيود أو صعوبات، كما يتيح له كامل الحرية في تلقي ونشر ما يريد. ويتميز بالفاعلية واستخدام النص الفائق والوسائط المتعددة. ويشير كذلك إلي مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما الحال في خدمات الهاتف المحمول⁽⁴⁾. والذي يعنيه الباحث في دراسته هو الإعلام عبر شبكة الإنترنت واستخدامات المواقع الإلكترونية التي يتابعها جمهور المتلقين.

المواقع الإلكترونية:

وهي مجموعة من صفحات الانترنت والصور والفيديوهات أو أي شيء إلكتروني معروف باسم دومين (Domain) محدد في شبكة الإنترنت وكل موقع إلكتروني مستضاف في سيرفر (Server) واحد علي الأقل موجود علي شبكة الإنترنت. أو هو مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة علي خادم الويب أو أي مساحات إلكترونية يتم شراؤها من قبل الشركات

(1) سمير محمد حسين ، الرأي العام والأسس العلمية والمنهجية والجوانب المعرفية (القاهرة: عالم الكتب، ط2 ، 1972م) ص 145.

(2) سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري(عمان: عالم الكتب للنشر والتوزيع ودار الكتاب العالمي للنشر، ط2008، 1م) ص32.

(3) معتصم مصطفى بابكر، الإذاعات الدولية وتشكيل الرأي العام (الخرطوم: ط1، 2000م) ص 11.

(4) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 140

المتخصصة في ذلك المجال ويكون الموقع مملوك للجهة التي تتولي الإنفاق عليه وتتعدد أنواع المواقع الإلكترونية ومنها علي سبيل المثال:

1. المدونة (Blog) صحيفة شخصية علي الويب تسمح بنشر الأفكار والتعليقات وهي أقرب إلي المحادثة منها إلي الأرشيف، أو أنها ملف أو مجلة يتبناها فرداً أو جماعة أو مؤسسة تسجل عليها نشاطها وأفكارها ومعتقداتها بالإضافة إلي نشر الإخبار، وتسمح للزائرين بالتعليق عليها ولها روابط خارجية مع مواقع أخرى علي شبكة الإنترنت⁽¹⁾.
2. مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) وتعني حرفياً الوسائط الاجتماعية ومصطلح (Social Networking) تعني الترابط الشبكي الاجتماعي وهي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، أصدقاء، زملاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة تواصل المعلومات عن نطاق واسع وبتكلفة محدودة. وهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت. وشهدت هذه المواقع نشاطاً فاعلاً في المنطقة العربية أبان أحداث ثورات الربيع العربي ومنها علي سبيل المثال موقع الفيس بوك. وأيضاً أنها شبكة اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم. ظهرت علي شبكة الانترنت منذ سنوات وغيرت مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت البعد الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر وتعدت في الآونة الأخيرة في وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية⁽²⁾.
3. مواقع المنظمات أو الأفراد ذات الاهتمام المعين (مواقع إخبارية، مواقع علمية، مواقع تجارية، مواقع شاملة... الخ) مثل الراكوبة والجزيرة نت، أو مواقع محركات البحث مثل غوغل وياهو.

حدود الدراسة:

- حدد الباحث الحدود الزمانية لدراسته وفقاً للآتي:
- شهد السودان خلال هذه الفترة أحداثاً ساخنة زادت من اهتمام وسائل الإعلام الإقليمية والدولية به، وأصبح المتلقي السوداني هدفاً مباشراً لهذه الوسائل.
 - ازدياد اهتمام المتلقي السوداني بالإعلام سواءً من خلال الاهتمام بالوسائل الموجودة أصلاً أو من خلال الإنترنت في هذه الفترة.

(1) محمد عبد الحميد، المدونات الإعلام البديل (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2009) ص 56-57.

(2) عبد الرازق الدليمي، صناعة الإعلام المعاصر (عمان: اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2015م) ص 112

- الفترة تأتي بعد التطورات التي طرأت على الإعلام السوداني سواءً بازدياد الوسائل الإعلامية التقليدية (القنوات الفضائية والإذاعات والصحف) أو الاهتمام الذي بدأ بالتوجه للإعلام عبر شبكة الإنترنت.

- ترتبط الفترة بازدياد عدد المشاركين من المجتمع السوداني بأنشطة إعلامية من خلال شبكة الإنترنت عبر المواقع الإلكترونية التي أسسها سودانيون أو عبر المواقع الأخرى التي يشارك فيها سودانيون كموقع الفيس بوك.

- التدفق الهائل من الأخبار والمعلومات عن السودان من خلال الإنترنت خلال فترة الدراسة والعديد من المبادرات ودعوات الناشطين.

أما الحدود المكانية للدراسة فحصرها الباحث على المتلقي السوداني الذي يقطن في الحدود الجغرافية لجمهورية السودان وفقاً للآتي:

- هناك تزايد ملحوظ في نسبة المهتمين من المجتمع السوداني بالإعلام الجديد ووسائله.
- أولى المجتمع السوداني اهتماماً كبيراً بثورات الربيع العربي التي مثل الإعلام الجديد أحد أهم وسائلها.

- المواقع الإلكترونية السودانية كانت مصدر أخبار للعديد من الأحداث التي اهتمت بها القيادات السياسية والنشطاء والأحزاب السياسية باعتبارها منبراً من منابر تشكيل الرأي العام السوداني.

- انتشرت العديد من المواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا السودان بجانب الازدياد المضطرد من السودانيين المتابعين والمشاركين في هذه المواقع.

- المواقع الإلكترونية السودانية تمثل منبراً مهماً من منابر الأخبار والمعلومات في السودان وانتشرت العديد منها مثل مواقع الركوبة حريات أخبار مرجان سودانيل والتي تنشط في مجالات مختلفة أبرزها النشاط السياسي ومجال حقوق الإنسان.

جمع البيانات:

وقد استخدم الباحث في دراسته الأدوات التالية:

الملاحظة:

وتعني الملاحظة الدقيقة لظاهرة من الظواهر وذلك من خلال ملاحظة الباحث لبعض الأنشطة الإعلامية في المواقع الإلكترونية. وتعتمد الملاحظة الميدانية على مراقبة وملاحظة السلوك الفعلي للأفراد في المواقف الطبيعية التي ترتبط بأهداف الدراسة واستخدام الباحث للملاحظة في الآتي:

- في التعرف على المعلومات الأولية عن مجتمع الدراسة ومحتوياتها .
- مراقبة السلوك الفعلي الذي يمكن إخضاعه للوصف الكلي .
- في ملاحظة المواقف في ظروفها الطبيعية والتلقائية⁽¹⁾ .

الاستبيان:

- وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية لتقديم حقائق وآراء وأفكار في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات⁽²⁾ . واتبع الباحث الإجراءات التالية:
- تصميم الاستمارة وإعداد الأسئلة بما يتناسب وموضوع الدراسة لاستقصاء أفراد العينة .
 - مقابلة أفراد العينة وتسليمهم استمارة الاستقصاء للإجابة عليها وذلك في المناطق والأماكن المحددة لإجراء الاستقصاء .
 - إعداد استمارة أو استبيان تحليل مضمون الأنباء التي وردت بالمواقع الإلكترونية موضوع الدراسة .

المقابلة:

- تعتبر المقابلة استبياناً شفوياً يقوم من خلاله الباحث بجمع بيانات ومعلومات شفهية من المفحوص، والفرق بين المقابلة والاستبيان في أنّ المفحوص يكتب الإجابة على أسئلة الاستبيان بينما يكتب الباحث بنفسه إجابات المفحوص⁽³⁾ في المقابلة . واستخدم الباحث المقابلة في:
- أجرى مقابلات مع أساتذة وخبراء الإعلام الجديد ومع المهتمين بالمواقع الإلكترونية من الناشطين والباحثين .
 - استخدم الباحث أسلوب المقابلة المقننة وغير المقننة مع عينة الدراسة بغرض التوصل إلي إجابات حول أسئلة البحث⁽⁴⁾ .

(1) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص 414 .

(2) المرجع السابق ، ص 353 .

(3) دوفان عبيدات، البحث العلمي مفهومه، أدواته، أساليبه (عمان: مجد لاوي للنشر والتوزيع ، ط1، بدون عام النشر) ص131 .

(4) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 404 .

الفصل الأول

الإعلام الجديد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الجديد وخصائصه

المبحث الثاني: مجتمع الإعلام الجديد

المبحث الثالث: مراحل تطوّر الإعلام الجديد

المبحث الأول

مفهوم الإعلام الجديد وخصائصه وأنواعه

الإعلام البديل، الإعلام الإلكتروني، الاتصال الرقمي، الإعلام التفاعلي، الصحافة الإلكترونية، الوسائط المتعددة، الوسائط المعلوماتية، جميعها مصطلحات ارتبطت بتطورات التكنولوجيا التي طرأت على وسائل الاتصال والتي ترتبط بدورها بالأقمار الاصطناعية، والانترنت والرقمية وما أفرزته من تقنيات وتكنولوجيا حديثة ومتطورة، وتتشكل وتتطور هذه المصطلحات وفقاً لاستخداماتها لتكوّن في نهاية الأمر ما أُصطلح على تسميته بالإعلام الجديد. وهي امتداد لتطور البنية الأساسية للاتصال والإعلام؛ وذلك عبر عدة عقود امتدت من النصف الثاني من القرن العشرين، حين شهدت وسائل الاتصال تقدماً في الأشكال والأساليب كفاً وعدداً. فظهرت محطات البث الإذاعي بمختلف تقنياتها وأنواعها، وقنوات البث التلفزيوني بدءاً بالكابل الأرضي وانتهاءً بالبث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية، والتي بانتشارها وتطور وظائفها أحدثت نقلة كبيرة في مجال الاتصال وتوسّعت وزادت رقعتها وزاد الاهتمام بها وانتشرت بفضلها القنوات الفضائية عبر مساحات شاسعة في الجغرافيا لتصل الدول بعضها.

وتكاملت تطورات التكنولوجيا في مجال الاتصال بدخول الرقمية والانترنت في الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى، محدثة انفجاراً كبيراً في المعلومات متبينة لمفاهيم جديدة لم تجد حظاً في الإعلام التقليدي الحديث أبرزها⁽¹⁾:

1. الاتصال المزدوج والاتصال الثنائي حيث يتم تبادل رد الفعل من المتلقّي.
2. التفاعلية ومشاركة المتلقّي في العملية الإعلامية مشاركةً تتجاوز حد التلقّي والتفسير والإحساس بالتمكين من الوسيلة والمحتوى من خلال المشاركة وصور التحكم في بناء المحتوى واختياره.
3. حرية المتلقّي في الاختيار من خلال تعدد البدائل في المحتوى والعرض والتقديم والإفادة من مصادر المعلومات المتعددة والمتاحة في صور مختلفة.
4. أشكال جديدة من وسائل الإعلام وهي ما يطلق عليها الوسائل الجديدة أو الوسائل التفاعلية.

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2007م) ص2.

وقد رفض ملفين ديفير (Malffen L. Defleur) وساندرا بول روكيتش (Sandra J. Ball-Rokech) افتراض أن عمليات التطور في الاتصال هذه كانت ناعمة وسلسة، وذات شكل تدريجي بدأت باتصال بدائي بالأصوات والإشارات ووصلت إلي مرحلة إشراك الملايين في مشاهدة إحدى المباريات الرياضية بالتلفزيون عبر الأقمار الاصطناعية. أو متابعة حدث نشره (شخص) بسيط على حسابه بأحد المواقع الإلكترونية الاجتماعية ليصبح حدثاً مهماً يتابعه الملايين حول العالم، فبنفس الطريقة التي ظهرت أشكال بيولوجية جديدة في نقاط معينة كانت هناك قفزات مفاجئة نسبياً على صعيد قدرة الإنسان على الاتصال⁽¹⁾، كان نتاجها الثورة التكنولوجية وظهور الإعلام الجديد؛ نتاجاً لجهود علمية وعملية عديدة مثلت البنية الأساسية له وساهمت في تطوره ومستوى أدائه واستخدامه بشكل فاق وسائل الإعلام التقليدية، وأنه من غير المنطقي أن تختصر كل هذه التكنولوجيات في جهاز كمبيوتر يعمل كوسيط اتصالي أو حتى في المواقع الإلكترونية المتاحة على شبكة الإنترنت، دون التعرف على التطورات ومعالم البنية الأساسية لهما والتي ساهمت في تطور نظم الاتصال والإعلام وفي دعم وجودهما وقيامهما بوظائفهم الاتصالية بوصف عبد الحميد⁽²⁾.

كما ساهمت هذه التطورات والمعالم في دعم الاستخدام والأداء وتطوره بشكل يفوق الوسائل التقليدية وغيرها، وبخصائص لم تصل إليها الأخيرة رغم كل جهود الإنتاج والعرض والتقديم وأهم هذه المعالم⁽³⁾:

- تطوّر النظم الرقمية.
- تطوّر تكنولوجيا التصغير وضغط البيانات.
- تطوّر تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية.
- تطوّر تكنولوجيا الوسائط المتعددة.
- تطوّر تكنولوجيا الشبكات الاتصالية.
- تطوّر بروتوكولات الضبط ولغات المعالجة وتصميم البرامج.
- تطوّر أدوات البحث في قواعد البيانات.

هذه الجهود وغيرها من الجهود التكنولوجية الأخرى هي التي أفضت إلي هذه الثورة التكنولوجية، وأفرزت العديد من المصطلحات التي ارتبطت بوجه من أوجه هذا النوع من النشاط

(1) ملفين ديفير وساندرا بول روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام (القاهرة :الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ط1، 1993م) ص37.

(2) محمد عبد الحميد ، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق ، ص 3 - 17.

(3) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2004م) ص 97 - 103.

الإعلامي الجديد، والتي يسعى خبراء الإعلام إلي توحيدها أو التوصل إلي اتفاق علمي يحدد لكل مصطلح محدداته أو شكل من أشكال نشاطه الإعلامي الجديد.

مصطلح الإعلام الجديد:

يتكوّن المصطلح من كلمتي الإعلام والجديد. أما الإعلام فيكتسب معنى اصطلاحياً معروفاً اتفق عليه أغلب خبراء الإعلام ويعني نشر الأفكار ويعتمد في الأساس على الاتصال. وهناك تداخل بين مفهومي المصطلحين (الإعلام، الاتصال) وسبب هذا الخلط العلاقة الوثيقة والقوية بين الاتصال والإعلام والتشابه الكبير بينهما في كثير من العناصر، حتى أنّ البعض لا يهتم كثيراً في التفريق بينهما، مع أنّ الفرق موجود؛ فالإعلام هو الظاهرة النفسية والاجتماعية العامة، وأنّ الإعلام أسلوب من أساليب تلك الظاهرة، كما أنّ الاتصال هو عملية لتبادل الأخبار والأفكار والحقائق والرسائل بين الأفراد والجماعات بينما الإعلام هو المنتج، مثال ذلك الأخبار والبيانات ومضامين ومنتجات أخرى لوسائل الاتصال الجماهيري كالأنشطة الثقافية والصناعية (شون ماكبرايد)*. وللتفريق بين مفهومي الاتصال والإعلام قاد المفكر جان دارس (Jan Daras) ومجموعة من المفكرين والعلماء في مسيرة طويلة ونضال دائم من أجل الحصول على الاعتراف بحق الاتصال ليكون بديلاً لذلك الحق الوارد في المادة (19) من وثيقة حقوق الإنسان (حق الإعلام) وذلك لأنّ الاتصال أكبر وأعم وأشمل مما ورد في تلك المادة⁽¹⁾. وهو ملاحظ عند الغربيين حين النظر إليهما كعلمين، فعلم الاتصال عند ولبرشرام (Wilber Shram) يعني تبادل الأفكار والمعلومات من فرد لآخر أو جماعة، وأدواته اللغة والكلمات. والإعلام يعني نشر الأفكار⁽²⁾.

ويثير التفريق بين الاتصال والإعلام سؤالاً عن مدى دقة مفهوم الإعلام الجديد في وصف الظاهرة التي تقوم على التفاعل ورد الفعل أي الاتصال؟ وليحدد على وجه الدقة الفرق بين الاتصال الجماهيري والإعلام الجماهيري، لأنّ ظهور الانترنت والتكنولوجيا الرقمية عمق التباين بينهما وفقاً للتعريفات السابقة، فهناك وسائل تفتقد للتبادلية وأخرى تمثل التبادلية أحد أهم عناصرها، بجانب ظهور وسائل مثل التلفزيون التفاعلي الذي يعتمد على التبادلية كعنصر أساسي في تعريفه. وذهبت فريال مهنا إلي أنّ الاتصال الجماهيري يحمل في طياته آلية تبادلية أي أنّ الاتصال عبر الوسائل هو اتصال تفاعلي متعدد الأطراف يخلق توازناً ذا مغزى بين المرسل والمتلقّي. في حين أنّ الإعلام

* شون ماكبرايد خبير إعلامي هولندي ورئيس لجنة عالم واحد وأصوات متعددة.

(1) علي محمد شمو ، الاتصال الدولي والتكنولوجية الحديثة (القاهرة : عالم الكتب ، ط 1 ، 1998م) ص21.

(2) محمود حسن إسماعيل ،مبادئ علوم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة : مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ،ط1، 1998م) ص19.

الجماهيري في أغلبته هو اتصال أحادي الاتجاه من المرسل إلي المتلقّي الذي لا يستطيع أن يعبر عن أفعاله ولا يستطيع أن يُغيّر منحى التدفق لكي يعبر عن أفعاله أو ردود أفعاله بصورة فورية أو متزامنة⁽¹⁾. والإعلام الجماهيري في هذه الحالة يختصر على الكتاب والصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزة التي لا تعتمد على التبادلية الآنية بصورة عامة وتؤدي أنشطة أحادية. بينما رأي آرثر أسا بيرغر أن وسائل الإعلام من الناحية الفنية هي وسائل الاتصال الجماهيري⁽²⁾.

أما كلمة الجديد فتعني في اللغة صار الشيء جديداً والجديد من أجده جدد وجدّد ما لم يكن موجوداً في عهد سابق، وأجده أي صار جديداً، وجديد عكس قديم، ولّم يكن موجوداً واستحدثه وصوّه جديداً، وجاء في المعجم الإعلامي الجدة أو الحالية في الخبر تعني أن يكون الخبر جديداً بمعنى أن يكون مجارياً للأحداث، فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه حيث أن الخبر يفقد جدته. والجديد هنا بمعنى الحديث الذي لم يكن للمجتمعات الإنسانية سابق عهد به سواءً من الناحية المادية تكنولوجياً أو من الناحية الاجتماعية والثقافية حيث أ حدث تلوّث كبيرة في المجتمعات الإنسانية.

هذا المعنى يدفع الباحث القول إن مصطلح الإعلام الجديد لا يشير إلى أي من مكونات أو مواصفات التكنولوجيا الجديدة التي يقوم عليها الإعلام، إنما فقط إلى تأريخ ظهوره كآخر ما أنتجته التكنولوجيا وعرفته الإنسانية، وهو أمر يرتبط بجدة الأدوات وحداتها.

وفكرة الإعلام الجديد لم تكن نتاج التطوّرات التكنولوجية الحديثة التي طرأت على وسائل الاتصال فقط، إنما ارتبطت بالتطوّر والانتقال التكنولوجي بشكل عام مثلما حدث بعد ظهور المطبعة والتلغراف والفتوغراف والراديو والتلفزيون ثم الانترنت، وهو ما دفع البعض إلى وصف الإعلام الجديد في كل عصر بأنه التجدد في أدوات الإعلام، والتي تعتمد على مبدأ الوصول لثقة الجماهير ويكون الإعلام الجديد بهذا المعنى هو تجدد الأدوات والوسائل الإعلامية.

وكذلك ارتبط مصطلح الإعلام الجديد بالنظام الإعلامي نفسه وقسمه البعض إلى نظام إعلامي جديد ونظام إعلامي قائم رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات استقلالها السياسي بعد التخلص من الاستعمار على أرض الواقع بعد عقد الخمسينيات⁽³⁾ في القرن العشرين، وانتقدت سيطرة الدول المتقدمة على الإعلام وشكّت معاناتها من آثاره الثقافية والفكرية وقادت هذه الدول احتجاجات

(1) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (دمشق دار الفكر بدمشق، ط2002، م1) ص27 - 29.

(2) آرثر أسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، ترجمة صالح خليل أبو أصبع (الكويت: سلسلة كتب عالم المعرفة، 386، ط2012، م1) ص34.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد التحديات والفرص "مجلة أفكار جديدة" (هيئة الأعمال الفكرية، العدد 25، 2001م) ص52.

ومعارك عبر منظمة اليونسكو لإقرار نظام عالمي إعلامي جديد يحفظ التوازن بينها والدول المتقدمة فيما عرف بلجنة شون ماكبرايد* التي أفرزت العديد من القرارات ذات الصلة بحرية الإعلام وتدفق المعلومات، وقد رفضت الولايات المتحدة وبعض الدول الأوروبية هذه القرارات وانسحبوا من المنظمة. والإعلام الجديد في هذه الحالة يعني النظام الإعلامي نفسه وما يرتبط به من سياسات وأهداف. وأشار عباس مصطفى إلي أن فكرة الإعلام الجديد نُوقِشت أيضاً بجديّة ضمن مشروع الحالة الانتقالية**، وهي مبادرة لمعهد ماسوشسيتس الأمريكي بدأت في أكتوبر 1999 م... وفي عام 2003م وقرر فيها مجموعة من الباحثين بأن الإعلام كان دائماً ويظل في حالة انتقالية وأن كل أجهزة الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت واستخدمت لأول مرة، ويتحدى المشروع فكرة دراسة الإعلام الجديد بتكريس إعلام اليوم الجديد وهو يركّز في نصه على بناء فكرة الجدة في الإعلام في سياقها التاريخي، ويقول أن لحظات الانتقال من أجهزة ونظام سابق إلي إعلام جديد لم تحن لحد الآن بشكل كامل⁽¹⁾، على الخصائص واستخدامات التكنولوجيا الجديدة ومستوى انتشارها، وتستند إلي مبدأ التراكم لا مبدأ الانتهاء والاستبعاد الكامل⁽²⁾.

والمصطلحات التي أشار إليها الباحث في مدخل هذا المبحث تشير إلي تعدد الإعلام الجديد وتباين أشكاله، فبعض هذه المصطلحات يرتبط بتطبيقات الكمبيوتر وبعضها نتج من خلال الوسيط الاتصالي وأخرى من خلال خبرات ثقافية يصعب إيجاد وصف لها خارج البيئة التي ولدت فيها، كما أن البعض يشير إلي تطبيق جزئي من تطبيقات الإعلام الجديد أو تطبيق أحد ميزات كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من ميزات شبكة الانترنت، وبعضها يلم بأطراف أخرى من الوسائل مما يوسع قاعدة التعريف والرسائل والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام الجديد الذي يمكن أن يكون إعلاماً رقمياً بوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي، أو إعلاماً تفاعلياً يقوم على اندماج أي وسيلة إعلامية مع الكمبيوتر وتوفر فيها حالة من العطاء والاستجابة بين مستخدمي الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم التفاعلية الجديدة، أو إعلاماً للمعلومات دلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال،

*لجنة شون ماكبرايد هي لجنة اليونسكو التي ناقشت النظام الإعلامي الجديد القائم ودعت إلى نظام عالمي جديد وعرفت باسم اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام International Commission For Study Of Communication Problems. وجون مكبرايد هو رئيس اللجنة وهو خبير إعلامي هولندي (عرفت اللجنة باسم عالم واحد وأصوات متعددة)

** هي مبادرة لمعهد ماسوشسيتس الأمريكي بدأت في 1999م وفي عام 2003م أصدرت كتاباً شارك في تحريره عدد من الباحثين منهم غيلتمان Gflet Man وبنغري Pingree وعقدت العديد من المؤتمرات.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد التحديات والفرص مجلة "أفكار جديدة"، مرجع سابق، ص 53-54.

(2) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سابق، ص 23

وعلى ظهور نظام إعلامي يستفيد من تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها ويطلق عليه إعلام الوسائط الشعبية لطبيعته المتشابهة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، وهو أيضاً إعلاماً شبكياً على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات ويطلق عليه تعبير الوسائط السيبرونية* وقسمه مصطفى عباس إلي الأقسام الآتية⁽¹⁾:

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف وهو أيضاً ينمو بسرعة وتتسأ منه أنواع جديدة من التطبيقات والأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
3. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أُضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب مثال لذلك ما تقدمه البي بي سي في الأخبار حسب طلب المتلقين ومدخلاتهم.
4. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية.

تعريفات الإعلام الجديد:

يصعب تقديم تعريف مفاهيمي شامل للإعلام الجديد كونه لازال في مرحلة انتقالية وأن عملية التطوير والتغيير مستمرة وهو ذات ما دفع بعض خبراء الإعلام للقول بأن هناك استحالة لوضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد لعدة أسباب تبدأ من أن هذا الإعلام في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح وهي لازالت في تطوّر سريع وأنها تختلف من حيث السمات والوظائف والحس الإعلامي بحسب درجة وأبعاد توظيفها للحاسبات الآلية (الكمبيوتر) واستفادتها من التقنيات الأخرى المتسعة والمتطورة في مجالات

* وهي من تعبير الفضاء السيبروني Cyber Pace الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غيسون William Gibsin في روايته التي أصدرتها عام 1984م Nero Mancer والتعبير مأخوذ من علم السيبرنيتيقا Cybernetics المعروف عربياً بعلم التحكم الآلي، ويصف التعبير وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 33.

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات⁽¹⁾. وأغلب التعريفات التي ذكرت هي تعريفات إجرائية أكثر من كونها تعريفات مفاهيم اعتمدت على الخصائص والعلاقات والاستخدامات التي يتصف بها الإعلام الجديد كما أنها ركزت على المعالم التي وفرتها المستحدثات الرقمية ونظم الشبكات ومن ذلك نجد ميلك وارد (M-Ward) في كتابه يُعرّف الصحافة الالكترونية من خلال خصائص شبكة الإنترنت والويب⁽²⁾ وإمكاناتها التي أضفت على هذه الوسيلة قيماً مضافة في التوصيل والإتاحة والاستخدام والتي تمثلت في الرقمية وتوظيف الاتصال الشبكي وضرورة الانترنت والويب ويشير الباحث إلي أهمية ملاحظة ما يأتي عند تعريف الإعلام الجديد:

- تتعدد وسائل الإعلام الجديد وتتنوع التطبيقات الإعلامية المستحدثة وتتعدد الأسماء وتتباين أشكال الإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي والإعلام الشبكي والإعلام الإلكتروني وإعلام المعلومات.
- التطورات التكنولوجية الجديدة وعلاقتها بالتكنولوجية القديمة والتداخل بينهم ومدى تأثير كل على الآخر وكيف تغيرت وظائف هذه الوسائل لتكتسب وظائف جديدة.
- الإعلام الجديد في مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والمحتوى وكل ذلك لم يتبلور بشكل كامل وواضح ولا زالت الوسائل والخصائص في حالة تطوّر سريع ومؤثر في العملية الإعلامية.
- هناك علاقة أساسية في الإعلام الجديد بين الكمبيوتر وشبكات الإنترنت والوسائط الإعلامية الأخرى.
- إعادة النظر إلي عملية الاتصال والعلاقة القديمة بين أطرافها من الفكرة القديمة القائمة على الخط المستقيم مرسل - رسالة - مستقبل، بدائرية الاتصال والتي يتساوى فيها المرسل والمتلقّي في عملية التأثير ومقدرة إرسال الرسالة الإعلامية وما أُصطلح على تسميتها بالتفاعل.
- فكرة الجدّة.

نماذج من تعريفات الإعلام الجديد:

من بين تعريفات الإعلام الجديد يشير الباحث إلي التعريفات الآتية:
تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الذي عرّفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. وهو قريب لتعريف ليستر (Lester) بأنه مجموعة من تكنولوجيات الاتصال التي تولّدت

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 30 - 38. ومحمود علم الدين، الصحافة الالكترونية (القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع، ط1، 2008م) ص7- 16.

(2) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 140.

من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. أما تعريف موسوعة الويب ويبيديا (Webopedia) فإنه يشير إلى الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر وهذا قريب لتعريف جونز (Jones) الذي يشير إلى أنه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات وتلفزيون وراديو إلى حد ما. وغيرها من الوسائل الساكنة، ويلاحظ جميعها ترتبط بالكمبيوتر وشبكات الإنترنت. بينما عرفه الموقع الإلكتروني ديمقراطي (Democracy) بأنه مجموعة من الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو الغير متصلة. كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي وهو يتفق مع سابقه في تنوع الأشكال بجانب استخدام جده الأجهزة. وعرفه قاموس الإنترنت على أنه يشير إلى أجهزة الإعلام الرقمية عموماً أو صناعة الصحافة على الإنترنت⁽¹⁾.

وتنظر التعريفات السابقة إلى الإعلام الجديد من خلال ارتباطه بالكمبيوتر وتقنياته الجديدة التي وفرت أفضل طريقة لمعالجة البيانات والمعلومات وحفظها واسترجاعها، وقدمت أفضل البرمجيات الخاصة بالمادة الإعلامية وإعدادها وإخراجها، واستفادت منها وسائل الإعلام التقليدية أيما فائدة وأحدثت نقلات نوعية كبيرة في البرامج التي تقدم وطريقة إعدادها ومستوى الكادر الفني الذي يؤدي العمل، ويسرت العمل المكتبي. ووفر الكمبيوتر كذلك وسائط إعلامية أخرى كالأقراص والسي دي (CD) (Casst Disc) والتي ساهمت بطريقة مذهلة في نقل المادة وحفظها والعودة إليها عند الحاجة. ووفرت طريقة لنشر المحتوى الإلكتروني عبر وسائط غير متصلة.

كما تنظر التعريفات إلى الإعلام الجديد من خلال ارتباطه بشبكة الإنترنت التي تطورت من غرضها الأساسي بتوفير طريق اتصال آمن للجيش الأمريكي إلى وسيلة اتصال عالمية تخدم كل الإنسانية وتساهم في إحداث تغييرات هائلة في المجتمع الإنساني. ومدّل التزاوج بين الكمبيوتر والإنترنت ووسائل الاتصال الأخرى أكبر قفزة تكنولوجية تشهدتها الإنسانية مكنت من الاستفادة من كل وسائل الاتصال وأحدثت التماهي شبه الكامل بين وسائل الاتصال الجديدة والقديمة. وعرف الإعلام شكلاً جديدةً من الاتصال أكثر انتشاراً وحريةً وسرعةً وأقل تكلفةً. وبالنظر إلى النظم

(1) حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، مرجع سابق، ص 13-20. وعباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 31 - 33. ومحمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مصدر سابق، ص 137-143 (بتصرف).

الإعلامية القديمة نجد هنالك تحللاً كبيراً فعند مقارنة الصحافة الورقية التي تتصف بالسكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التعبير المستمر الذي تتصف به فقد غير الإعلام الجديد عملية الاتصال في الوسائل القديمة التي كانت تتصف بنظام ثابت واحد لواحد كما هو في التلفون أو واحد إلى كثيرين (التلفزيون والراديو)⁽¹⁾، فأصبح الاتصال في كل مستوياته واحد لواحد وواحد لجمع وجمع لواحد. واستفادت كذلك الوسائل التقليدية من الإنترنت في زيادة انتشارها ووصولها إلي كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر بعد أن كان الكثير منها يُورَع في نطاق محدود بالإضافة إلي تميّز المواد المقدمة من قِبَل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة⁽²⁾. ومن بين التعريفات تعريف قاموس الكمبيوتر والذي عرفه من خلال مدخلين:

1. تطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت وهو يدل كذلك إلي استخدام الكمبيوترات الشخصية والناقلة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. وتخدم أي نوع من أنواع الكمبيوترات على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر، وهذا الجزء مرتبط بالكمبيوتر والإنترنت كما في سابق التعريفات.

2. المفهوم يشير أيضاً إلي الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بنية تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوت مجموعاتهم إلي العالم أجمع⁽³⁾، وهذا قريب من تعريف عبد الرحمن الكنهل الذي يشير إلي أنه إعلام الفرد والمجتمع والرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنتشر إلكترونياً من قِبَل أفراد مستقلين وفقاً لما يؤمنون به من قيم ومبادئ ووفقاً لما لديهم من رقابة ذاتية⁽⁴⁾. بينما عرفه حسنين شفيق بأنه تكنولوجيا تسعى إلي تحطيم الحاجز بين ما هو جمهوري أو لا جمهوري وتخليص الإعلام من التلقّي السلبي أي ظهور التفاعلية حيث يُعطي المشارك دوراً مؤثراً في عملية الاتصال بحيث

(1) ويكيبيديا موقع الكتروني يستخدم نظام النص الفائق ويهتم بتقديم تعريفات علمية لبعض المفاهيم ¹ www.webopedia.com

(2) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية للنشر، ط1، 2001م)، ص98.

(3) حسنين شفيق، الأعلام التفاعلي، مرجع سابق، ص 13 - 20.

(4) عبد الرحمن الكنهل، مقال بعنوان الإعلام الجديد، منشور على مدونة الكنهل (مدونة مختصة في قضايا الإعلام)

يتبادل المستقبل دوره مع المرسل بطريقة إيجابية وكذلك التنوع الجماهيري واسع الانتشار وظهر الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة وكذلك خاصيته اللا تزامنية بمعنى أن عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للفرد مثل رسالة الفاكس ميلي أو البريد الإلكتروني حيث يمكن أن تصل الرسالة وتستقبل دون ضرورة وجود مستقبل لها⁽¹⁾، فجانبا الكمبيوتر والإنترنت أولت التعريفات أعلاه الجمهور والمتلقي جانبا مهماً في عملية الاتصال عبر الوسائل الجديدة، ووصفت طبيعة العلاقة وطريقة الاتصال التي تتسع لكل المستويات فيمكن للفرد أن يتصل بالمجموعة أو بالأفراد دون قيود أو مراقبة وحطم الحاجز بتعبير حسنين شفيق، بينما هو جمهوري ولا جمهوري بجانب أنه حصّ المتلقي من التلقي السلبي الذي تميّزت به وسائل الإعلام التقليدية وأعطى المتلقي حق التفاعل مع ما ينشر وحق الرد والمشاركة حتى في صناعة المحتوى وتعديله فالمتلقي يمتلك ذات قدرات القائم بالاتصال في النشر، ولخص مايكل جوكي (Michael Joyce) الفرق بين وسائل الاتصال التقليدية ووسائل الاتصال الجديد، إن الأولى تقوم العلاقة بينها وبين الجمهور على الدفع ناحية الجمهور أما الثانية فالعلاقة هي جذب الجمهور للرسائل⁽²⁾. وعرفه بعض الباحثين من خلال إيراد الخصائص المتعلقة بالإعلام الجديد ومن ذلك ما عبر به عباس مصطفى صادق والذي عرفه من خلال الآتي⁽³⁾:

- إن الإعلام الجديد ليس بثأ أحادياً وتلقياً إجبارياً مثلما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشركون في الوقت ذاته بالرأي. فقط بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة.
- إن الأسس التي يقوم عليها هذا الإعلام تختلف عما سبق وهي تشمل الرقمية، التفاعلية، التشعبية، الفردانية، التخصيص، الجماهيرية وتزج الوسائل والتكنولوجيات.
- يجب علينا أن نفر أن تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة وأن حالة جديدة هي وسائل الإعلام حسب الطلب تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري.

(1) حسنين شفيق ، الأعلام التفاعلي ، مرجع سابق ، ص 13 - 20 (بتصرف).

(2) أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية (القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2008م) ص69.

(3) مصطفى صادق، الإعلام الجديد مفاهيمه ووسائله وتطبيقاته، مرجع سابق. ص34. ومجلة أفكار جديدة، مرجع سابق، ص 61.

- إن عملية تحويل وتغيير جذري تتم للوسائل القائمة عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية.

- في هذا الإعلام تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكمبيوتر وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم.

محددات التعريفات السابقة⁽¹⁾:

1. التقارب حيث يعمل الإعلام الجديد على خلق التقارب بين صور وأشكال الإعلام المختلفة بحيث يجمع بين النص والصوت والصورة في خبر أو قصة واحدة تعرض على مواقع الانترنت.

2. الفردانية والشخصية ساهمت في تغيير مفهوم الصحافة والإعلام بشكل عام بحيث أنها لم تعد حكراً للمؤسسات بالمعنى التقليدي وتغيير مفهوم الإعلام بهذه الطريقة يقود إلى التغيير في مجمل العملية الإعلامية بدءاً بالتخطيط وأهدافه وانتهاءً بنشر المادة الإعلامية، فأصبح هناك تركيز على خصائص المتلقي وحاجاته، وتلبية حاجته وفقاً لاختياره وتفاعله ومشاركته وتحولت فكرة جماهيرية الإعلام التقليدي إلى لا جماهيرية وأصبح الإعلام حسب الطلب.

3. إن الإعلام الجديد يعتمد على بعض الخصائص والأجهزة والأدوات كالرقمية والكمبيوتر والتفاعل وهي تمثل الجزء الأهم في عمليات الاتصال.

4. إن الاتصال في الإعلام الجديد لا يختصر على عملية الاتصال الإنساني فقط بل يتسع لحركة اتصال أكبر وأشمل بين عناصر النظم الرقمية التي تعمل على استمرار الاتصال وتطوره وتأمين العلاقات بين العناصر وأدوارها.

5. وجود البعد الاجتماعي في عملية الاتصال في الإعلام الجديد فبرغم إمكانية أن يتفرد الشخص بنفسه في عملية الاتصال إلا أن البعد الاجتماعي يظل موجوداً.

6. الاتصال بين الأفراد هو اتصال عن بعد مهما كان مستوى الاتصال ثنائياً أو جمعياً ومهما كانت التقنيات المصاحبة لعملية الاتصال للتقرب بين أطراف الاتصال لا تجعله يقترب من مستوى الاتصال المواجهي الذي يقوم على لقاء الأطراف الجديدة خاصة الكمبيوتر وشبكة الإنترنت والأجهزة الأخرى ذات الصلة بالتحول الكبير في الاتصال والإعلام.

(1) استفاد الباحث من أفكار محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 26 - 29.

7. ترتبط التعريفات بالتكنولوجيا الجديدة خاصةً الكمبيوتر وشبكة الإنترنت والأجهزة الأخرى ذات الصلة بالتحوّل الكبير في الاتصال والإعلام.
8. هناك التركيز على التفاعلية واستخدام النصّ الفائق والوسائط المتعددة وهو أحد الفوارق بين الإعلام الجديد والإعلام القديم.
9. فكرة الجِدَّة والتي تقوم على أنّ الإعلام الجديد يتم تعريفه مقابل الإعلام القديم ويرتبط بالحالة الراهنة من الاكتشافات التكنولوجية الجديدة.
10. بُنيتْ الإعلام الجديد فكرة اللا تزامنية في الإعلام إذ يتم التدفق الإعلامي والتلقّي في أي وقت يتناسب مع المتلقي.

خصائص الإعلام الجديد:

- إنّ مستحدثات الإعلام الجديد وتطوّراتها التكنولوجية فرضت واقعاً مختلفاً تماماً عمّا كان سائداً في وسائل الإعلام القديم ولم يعد الأمر تطويراً لها فقط إنّما احتواءً كاملاً ممّا أضفى الأمر تغييراً كبيراً على شكل الإعلام وخصائصه. ويرى الباحث أنّ أبرز سمات هذه الخصائص تتمثّل في الآتي:
- إنّ خصائص الإعلام الجديد تجاوزت الكثير من الفروق التي كانت قائمة بين وسائل الإعلام القديم وأقامت حزمة واحدة من الخصائص الموحدة بين كل أشكال الإعلام الجديد.
 - أثّرت الخصائص في بناء المفاهيم الخاصة بالإعلام الجديد وبعناصره.
 - استوعبت خصائص الإعلام الجديد كل خصائص الإعلام القديم رغم بعض التباين الذي يظهر منها.

ومن بين هذه الخصائص ما يلي(1):

التفاعلية:

وهي العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقّي على إدارة عملية الاتصال في الوسائل التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلي المرسل ووصفها بالاستجابة(2)، وعرفها محمد عبد الحميد بأنها الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها التي تسمح للمتلقّي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من

(1) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (عمان: دل أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، 2010م) ص 127 - 137.

(2) المرجع السابق، ص 91.

المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الانترنت بقدر حاجته وتفضيله واهتمامه⁽¹⁾. وحدد جون توملينسون (John Tomilison) ثلاثة أنواع للتفاعل⁽²⁾:

- التفاعل وجهاً لوجه.

- التفاعل على المتواسط (عبر وسيط).

- شبه التفاعل المتواسط (العولمة والثقافة).

والتفاعلية تعكس قدرة مشاركة المتلقي في عملية الاتصال والإعلام، وتعكس قدرة الوسيلة والقائم بالاتصال على التفاعل فيما بينهما في نفس الوقت بالإضافة إلى قدرتهم على الاتصال بالمجموعات والجماعات الافتراضية. وجعلت التفاعلية من الاتصال حواراً في اتجاهين يتبادل أطرافه الأدوار وتتوفر لكل طرف ذات القدرة الاتصالية التي تتوفر للطرف الآخر، ويستطيع المتلقي في التأثير على المحتوى بكل حرية وهو قادر على التدخل في أي لحظة يتناقش ويعدّل في محتوى الرسالة فدوره لا يتوقف على التلقي فقط ، بل يمتد تأثيره إلى السيطرة على نقاط التقاطع بينه ومرسل الرسالة، كما لا تتوقف المشاركة على الاختيار من بين المخرجات والمحتوى في عملية الاتصال بل تمتد إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه سواءً تزامنياً أو لا تزامنياً مع إمكانية زيادة عدد المشاركين في عملية الاتصال في إطار متزامن، وتغيير وفقاً لذلك وصف المتلقي من نشط أو عنيدي إلى متفاعل مع العملية الاتصالية ومؤثراً في إنتاجها وعناصرها. وهو ما دفع العديد من مؤسسات الإعلام أن تركز على الخدمات التفاعلية وتحرص على دخول الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى.

التنوع:

مع تطوّر أشكال الإعلام الجديد توفر للمتلقي فرص أكبر لتوظيف الاتصال بما يتناسب مع رغباته وحاجاته، وتوفرت له خيارات عديدة حول الشكل الذي يستهويه من الإعلام والوسائل التي يُفضّل متابعتها، وذلك عبر وسيلة واحدة بعد الاندماج الذي حدث لوسائل الإعلام الجديد والتواصل بينها فيما يعرف بالوسائط المتعددة بجانب تنوع المحتوى الإعلامي نفسه على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الإنترنت سواءً في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته وموضوعاته ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة والأشكال المختلفة المحتوى⁽³⁾

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص 65.

(2) جون توملينسون، العولمة والثقافة تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، ترجمة إيهاب عبد الرحيم (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، عدد

رقم 354، ط1، 2008م) ص 11.

(3) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 32.

فقناة الجزيرة مثلاً توفر النص من خلال موقعها الجزيرة نت وتطرحه للنقاش والحوار ثم تطرحه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعبر بثها المباشر، صوتاً وصورةً ونصاً مكتوباً.

التكامل:

ويعني بالتكامل أن توفّر للمتلقّي الخيارات المتعددة في إطار متكامل في العملية الإعلامية، إذ يتيح الإعلام الجديد للمتلقّي أثناء تعرضه للمواد الإعلامية من خلال شبكة الانترنت أو الوسائل الرقمية المختلفة التعامل مع المحتوى بشكل كامل تفاعلاً ونقاشاً أو تخزينه وإعادة بثّه لجهات أخرى أو تخزينه والتعامل معه في وقت لاحق في أسلوب متكامل، ودرج كثير من الناشطين التعامل مع النصوص التي تتوافق مع رغباتهم وأهوائهم بإعادة نشرها عبر مواقعهم الخاصة وإرسالها إلي البريد الإلكتروني للآخرين.

الفردية:

أعلى الإعلام الجديد من شأن الفرد وجعله محور نشاطه فوفر له قدراً كبيراً من الخيارات وأتاح له حرية أوسع في التجوّل والاختيار والاستخدام وجعله حاضراً في تخطيط عمليات الاتصال - في الإعلام الجديد - حيث يتم التمييز بداية بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف عملية الاتصال، والخطاب الإعلامي في الثورات العربية الأخيرة كان محوره الأفراد سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المدونات، وغيرها من أشكال الاتصال وتلقّى ردود أفعالهم واستجاباتهم للعملية حيث سيطر إحساس لدى الجميع بأن الخطاب موجه له فكانت الاستجابة عالية جداً. كما أنّ نظم الاتصال في الإعلام الجديد اهتمت بسرية الاتصال وخصوصيته فأعطت أطراف الاتصال الحق في التحكم في معالجة البيانات وعرضها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات وهذه توفر أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية.

وتتعدد كذلك المواقع التي تقدم المعلومات ذات الطابع الخاص وتتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريباً ويصل الأمر إلي أن تصل الكثير من المعلومات التي تعدها المواقع على الشبكات العالمية إلي فئات فرعية وتحت الفرعية من المتلقّين بالمحتوى الدقيق، وأدى هذا إلي تقنيات متعدد المستويات لجمهور المتلقّين، بحيث يصل عددهم بعد التقنيات إلي المفهوم الجمعي للمتلقّين الذين يجتمعون حول اهتمامات معينة تتسم بالخصوصية الشديدة. وقالت اليزابيث لي (Elizabeth Lee)* أحد مؤسسي موقع (اي طوك نيوز)** (I talk news) إن هذه المبادرات

*ناشطة أمريكية من مؤسسي موقع أي طالك نيوز.

** موقع الكتروني أمريكي أسسه نشطاء استجابة للحاجة إلى جماعة تفاعلية يمكن للناس أن يقرءوا الأخبار العاجلة ويناقشوها ثم يرسلون مقالاتهم الخاصة.

تغيّر طبيعة الأخبار لأنها تقليدياً كانت تنزل من فوق إلي تحت، نريد أن نرى أخباراً تنبع من الأفراد وتتجه صعوداً، ولا أعتقد أنّ صحافة المواطن بمثابة التيار البديل عن الأخبار التقليدية بل سيكون لدينا تيار تبادلي⁽¹⁾. لذا فإنّ الإعلام الجديد يعلي شأن الفرد في تلبية حاجاته والمحافظة على خصوصيته في الاتصال والتحكم وأنّه على مستوى جمهور المتلقّين يرفع شأن الاهتمامات والتفضيلات الجمعية مهما كان حجم هذا التفضيل وهو ما يظهر من خلال مواقع المنتديات والمدونات التي تخضع موضوعاتها لأصحاب الاختصاص أو الاهتمام.

العالمية: تجاؤز الحدود الثقافية:

استطاع الإعلام الجديد بكل أشكاله أن يتجاؤز الحدود الجغرافية القائمة بين الدول ويسقط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواءً على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف. وتُجسد الشبكة العالمية للمعلومات عالمية الإعلام الجديد الذي تتداخل فيها الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية وتتواصل فيما بينها، واستطاعت كذلك أن تجمع بين كل المفاهيم العالمية في آنٍ واحد سواءً السينما العالمية أو الصحف الدولية أو القنوات الفضائية التي تنتشر عبر الأقمار الاصطناعية وجميعها جهود لنشاط عالمي تمكن الإنترنت أولاً أن يجمعها في شبكة واحدة وثانياً أن يصبح الوسيط بينها ومختلف الشعوب مساهماً في تجاؤز الحدود والحواجز الثقافية بينها، وساهم في نجاح هذا الدور حرص الشعوب والثقافات على إنشاء الطرق السريعة للمعلومات.

حدود المكان والزمان:

كتب ميروفيتز (Meyrovitz) يقول لقد قلّ تطوّر وسائل الإعلام من أهمية الوجود المادي في تجربة الناس والأحداث... والآن أصبحت الأماكن المقيدة مادياً أقل أهمية لأنه صار بإمكان المعلومات التدفق عبر الجدران والاندفاع عبر المسافات الشاسعة ونتيجة لذلك فقد أصبحت العلاقة بين المكان الذي يوجد فيه الشخص وبين معارفه وتجاربه أقل فأقل حيث غيرت الوسائط الإلكترونية معنى الزمان والمكان بالنسبة إلي التفاعل الاجتماعي⁽²⁾، فأشكال الإعلام الجديد لا تتطلب وجود أطراف عملية الاتصال في مكان واحد، ومع ذلك توفر لهم عنصر المرونة والتفاعلية، حيث توفر أجهزة الترميز والشبكات الاتصال عن بعد، بل أنّ تطوّر الأجهزة الرقمية إلي أجهزة محمولة سهل النقل من مكان لآخر مثل الحواسيب المحمولة والهواتف وغيرها، وفرت إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات أو تحركت بين أطراف عملية الاتصال مادامت الأجهزة سهلة النقل والحركة من

(1) فيليب سيب، تأثير الجزيرة، مرجع سابق، ص72.

(2) جون توملينسون، العولمة والثقافة، مرجع سابق، ص 208.

مكان لأخر. وذلك يلاحظ من خلال التوسع في الاتصال بالإنترنت عبر الهواتف والاسكايبي، وغطت قناة الجزيرة معظم أنشطتها الإخبارية في سوريا عبر الإنترنت والهاتف بالصوت والصورة وأعطت زخماً يتلاءم مع الأحداث الجارية هناك.

إنّ التزامن الذي يعتبر شرطاً في الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري لم يعد ضرورياً في الإعلام الجديد الذي وفر قدرات للأجهزة في الاستقبال والتخزين أو التحميل على الأجهزة والاسطوانات وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب للمتلقّي وساعد ذلك على تطوّر أجهزة الخادم في نظم الشبكات الذي يقوم بمهام الاستقبال والتخزين لحساب الطرف الآخر في الاتصال ثم إعادة الإرسال مرة أخرى في الوقت الذي يراه الطرف المتلقّي.

الحرية:

أتاح الإعلام الجديد حرية كاملة للأفراد في تداول الآراء والأفكار وتلقّي المعلومات وتحققت ذات الدعوة التي قادها جان دارس* وآخرون في الأمم المتحدة بتعديل المادة 19 لحقوق الإنسان لتصبح حق الاتصال بدلاً من حق الإعلام، وإتاحة الحرية الكاملة في تلقّي المعلومات ونشرها وكان ذلك محل صراع عتيق بين الدول المتقدمة ودول العالم الثالث عبر اليونسكو بما عرف حينها بلجنة شون ماكبرايد.

وأصبح في استطاعة الأفراد أي كان انتمائهم نقل أفكارهم وأخبارهم بحرية كاملة دون قيود وبسهولة كبيرة، وتراجعت مقدرة الحكومات والدول في الحد من نشر الأفكار أو تقييد حرية الأفراد والإعلام وتقول الكاتبة نسبية داوود** إنّ الصحافة العالمية لجأت إلي تويتر (Twitter) الذي استعصى على الرقابة والحجب وأصبح المصدر الرئيسي لأخبار الانتهاكات في إيران، فقد صمّم الموقع ليكون أقوى من أي نظام رقابي ما جعل تطبيق الحجب عليه من قبل السلطات الإيرانية أمراً صعباً جداً ويؤكد فيصل أبو عيشة أن الصحافة الإلكترونية فتحت عصراً جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير وقدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة الأمر الذي وضعنا أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بمنتهى السهولة واليسر وينفذ فوق حواجز تكميم الأفواه ولخفاء الحقائق وكتّم الرأي في الصدور⁽¹⁾ وذهب فهد الحيطان*** إلي أنه من الصعب تقنين

* مفكر أوربي مهتم بمجال الاتصال وقاد نشاطا دؤوبا في مجال إثبات حق الاتصال في ميثاق الأمم المتحدة.

** ناشطة وكاتبة إعلامية أردنية.

(1) فيصل أبو عيشة الإعلام الالكتروني، مرجع سابق، ص 124.

*** رئيس تحرير صحيفة العرب اليوم - الأردن.

الإعلام الإلكتروني لأنّ وسائل الإعلام باتت تحدد مواقف الناس وتقرر مصير الأنظمة⁽¹⁾، ويتفق الجميع على أنّ السيطرة على الإعلام الجديد باتت صعبة ولكن يجب إصدار مواثيق تحمل شرف أخلاقيات مهنة الصحافة وتجسد التجربة الروسية مع التدوين كيف يمكن للمدونات أن تتحول إلي مهرب للصحافة المستقلة التي لا يمكن ممارستها ضمن إعلام روسيا التقليدي. ومع استمرار الرقابة الشديدة التي تمارسها الحكومة الروسية على الصحافة التقليدية بمسح الفضاء الإلكتروني.

⁽¹⁾ موقع قناة العربية الفضائية ، العربية نت ، www.alarabia.net.

المبحث الثاني مجتمع الإعلام الجديد

مصطلح مجتمع المعرفة من المصطلحات الجديدة التي توسّع استخدامها مع تطوّر وتقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واكتسب اهتماماً أكبر كونه غير طبيعة المجتمع الإنساني من مجتمع اصطناعي إلي مجتمع يعتمد على المعلومات والمعرفة في حياته. وتعتبر المعرفة هي مفتاح الحياة عند الإنسان، ساهمت في تطوره وتقدمه وحافظت على بقائه وزادت مقدرته في مواجهة المخاطر البيئية التي تحدق به. ويوصف داروينية مجتمع المعرفة بأن البقاء يكون من نصيب الأعدل القادر على تنمية موارده الذهنية وتوظيف المعرفة القائمة بالفعل لحل مشكلاته وتحقيق غاياته، بل أن البقاء يصبح من نصيب الأبدع القادر على ابتكار معارف جديدة أو إعادة صياغة معارف قديمة في صور غير مألوفة⁽¹⁾، وذلك بابتكار وسائل وأدوات تمكنه من مسايرة الحياة. وقد أفرزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مجتمعاً جديداً مختلفاً عن المجتمعات السابقة من حيث النقلة النوعية والآمال التي يبشر بها، ومن حيث طبيعة المجتمع والسلع التي يعتمد عليها، أو من حيث إعداد المجتمع بأسره لكي يصبح قادراً على أن يجعل من عقول أفرادها عقلاً جمعياً يستطيع أن يتعامل مع متطلبات المرحلة والتغيرات الكبيرة من حوله.

ويهدف مجتمع المعرفة إلي تحقيق الأركان الآتية⁽²⁾:

- إطلاق حريات الرأي والتعبير والتنظيم.
- النشر الكامل لتعليم راقى التوعية.
- توطين العلم.
- التحول نحو نمط إنتاج المعرفة في البنية الاجتماعية والاقتصادية.

وينخذ مجتمع المعرفة وفقاً لبعض التعريفات اتجاهين:

الأول: عادي يطلق على جماعة من الناس تجمع بينهم اهتمامات فكرية أو أدبية أو علمية أو سياسية موحدة فيتكتلون في مجتمعات معرفية مصغرة يجمعون فيها ما توصلوا إليه من معارف ومعلومات وانجازات وهذا يتوافق مع تعريف ويب ويكيبيديا* بأنه مجموعة من الناس ذوي الاهتمامات

(1) نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ط1، رقم369، 2009م) ص 14 - 15.

(2) المنصف المعياري وآخرون، القمة العالمية لمجتمع المعرفة أي رؤية، أي أبعاد، أي انتظارات، مرجع سابق، ص 37.

*موقع الكتروني مفتوح يستخدم النص الفائق لتعريف العديد من المصطلحات والعلوم.

المتقاربة يحاولون الاستفادة من تجميع معرفتهم سوياً بشأن المجالات التي يهتمون بها وخلال هذه العملية يضيفون المزيد إلى هذه المعرفة⁽¹⁾.

الثاني: أُسِّع وأعمق حيث يشكل محوراً أساسياً للعديد من الأطروحات والدراسات المستقبلية ويقوم على الاتصال العالمي وهو أكثر تعقيداً، وساهم عاملين مهمين بصورة كبيرة في ظهور مجتمع المعرفة هما⁽²⁾:

1. **التطور الاقتصادي:** حيث شهدت البنية الاقتصادية تغييرات كبيرة طوال تاريخ الإنسانية وتطورت من المجتمع البدائي القائم على الصيد إلى المجتمع الصناعي، والذي تطورت أدواته أكثر واعتمد على الطاقة والكهرباء والآلة.

2. **التغيير التكنولوجي:** والذي قام على تطور تكنولوجيا المعلومات والشبكات والحاسب الآلي (الكمبيوتر) والأقمار الصناعية ونظم الاتصالات الأخرى، لتكون أهم دعائم قيام مجتمع المعرفة.

وكعادة أي مجتمع جديد تعددت تسميات المجتمع الجديد من مجتمع ما بعد الصناعي إلى المجتمع المعلوماتي والمجتمع الشبكي والمجتمع الرقمي، وأكثرها شيوعاً وانشاراً هو مصطلحي مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة والذين جرى حولهما جدل علمي على مستويات مختلفة أيهما أكثر دقةً ودلالةً علميةً، وقد أشار محمد فتحي إلى أن مصطلح مجتمع المعرفة أرقى من مصطلح المعلومات الذي روجّه علماء المستقبلات الغربيين، والذي بدأ في عقد السبعينيات من القرن العشرين. فالواقع أن مصطلح المعلومات غامض ومراوغ فليست هناك معلومات خام تهيم على وجهها دون مرشد أو منظومة فكرية ما، أما المعرفة فهي منظومة من البيانات ذات دلالة ومعنى وبالتالي فإن مجتمع المعرفة مصطلح وهدف أرقى لأننا لا ننشد المعلومات بذاتها ولذاتها إنما بما فيها من دلالة ومعنى⁽³⁾ وهو ذات ما فضله د. نبيل علي باعتبار أن مجتمع المعلومات عنده وليد الفيض الكثيف من المعلومات والانتقال الحر للمعلومات والأفكار وتمثيلها رقمياً لحين الوصول إليها وتحويلها وإدماجها، بينما مجتمع المعرفة هو القائم على استقلال المعرفة كأهم مورد للتنمية⁽⁴⁾، وقد أوصت منظمة اليونسكو في مؤتمر القمة العالمي لمجتمع المعلومات بجنيف في العام 2003م بوضوح بتبني مفهوم مجتمع المعرفة بدلاً من

(1) موقع الكتروني معروف يهتم بالتشارك المعرفي ويستخدم النص الفائق ، www.wikipedia.com.

(2) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط2، 2008م) ص31.

(3) المرجع السابق، ص25.

(4) نبيل علي وآخرون، الثقافة العربية ووسائل الاتصال الحديث (الكويت: كتاب العربي الجزء الأول، العدد، 81، 2010م) ص. 16 - 17.

مجتمع المعلومات لقدرة المجتمع المعرفي أن يتسامى على المعلوماتي الذي يركّز على الشق التكنولوجي⁽¹⁾، وقد ذُكرت العديد من التعريفات لمجتمع المعرفة لخص الباحث أبرز محدداتها في الآتي⁽²⁾:

1. أجمعت التعريفات على أنّ مفهوم مجتمع المعرفة يقوم على المعارف والمعلومات اللتان تمثلان القوة الدافعة والمسيطرة ويعتمد نموه وتطوره (أي المجتمع) عليهما.
2. ركّزت على الوسائل التكنولوجية الحديثة التي سهلت الاتصال بين الأفراد والمجموعات المختلفة، وأتاحت لهم فرص تخزين المعلومات واسترجاعها. ويعتمد بصورة أساسية على الحاسبات الآلية وشبكات الانترنت وشبكات الاتصال ومنتجات تكنولوجيا الاتصالات الأخرى.
3. الاقتصاد هو العامل المهم في مجتمع المعرفة ترتكز عليه معظم التعريفات وهناك إشارات واضحة بوصف المعارف والمعلومات بالسلع التي تستهلك.
4. استهلاك المعلومات في مجتمع المعرفة يزيد من إنتاجها وهو خلاف لما عرف عن المنتجات الاقتصادية الأخرى.
5. يميّز هذا المجتمع بأنّ الاتصال فيه متاح عالمياً وله مقدرة على إنتاج كميات ضخمة من المعلومات والمعارف. ووصفه البعض بثورة انفجار المعلومات.
6. المعلومات والاتصالات ليست محصورة بين فئات أو قطاعات معينة إنما مشاعة لكل الناس على اختلاف مستوياتهم وهناك توازن بين الأفراد في إرسال وتلقّي المعلومات.

ومن أمثلة تعريفات مجتمع المعرفة :

تعريف القمة العالمية لمجتمع المعلومات: وهو مجتمع جامع وذو توجه تنموي ويضع البشر في صميم اهتمامه، ويقدم أساس وأغراض ومبادئ وميثاق الأمم المتحدة والقانون الدولي والتعددية والاحترام الكامل والالتزام بالإعلان العالمي لحقوق الإنسان، حتى يتسنى للناس في كل مكان إنشاء المعلومات والمعارف والنفاز إليها واستعمالها وتبادلها كي يحققوا إمكاناتهم بالكامل ويبلغوا الأهداف والمقاصد الإنمائية المتفق عليها دولياً بما في ذلك الإنمائية للألفية⁽³⁾.

(1) إعلان مبادئ بناء مجتمع المعلومات، تحد عالي في الألفية الجديدة، الصادر عن القمة العالمية لمجتمع المعلومات بجنيف، ديسمبر 2003، ص 10 - 12.

(2) استفاد الباحث من التعريفات التي أوردتها في ثنايا المبحث لتحديد المحددات، وكذلك ما جاء في مؤتمر القمة العالمية ديسمبر 2013م.

(3) إعلان مبادئ بناء مجتمع المعلومات، مرجع سابق، ص 2.

تعريف أحمد محمد الشامي: هو مجتمع تتاح فيه الاتصالات العالمية وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة كما توّجّ توزيعاً واسعاً وتصبح فيه المعلومات لها تأثيراً على الاقتصاد⁽¹⁾.

تعريف ربحي عليان: هو ذلك المجتمع الذي يتعامل أفراده ومؤسساته مع المعلومات بشكل عام، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل خاص في تسيير أمور حياتهم، في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربية والصحية والسياسية⁽²⁾.

تعريف المنصف المعياري: هو يستند في تقدمه بالأساس على تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودماجها كوسيلة لتسيير تدفق المعلومات والمعارف وتبادلها باعتبارها موارد أولية. ولعل الكلمة المفتاحية التي يركز عليها التعريف هي كلمة المعلومة⁽³⁾.

تعريف دائرة المعارف لعلم المعلومات والمكتبات: يشير إلى المجتمع الذي أصبحت فيه المعلومات وليس السلع المادية القوة المحركة الرئيسة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً⁽⁴⁾.

علاقة المعرفة بالمجتمع:

وقد نشأ جدل علمي كثيف حول العلاقة التبادلية بين المجتمع والمعرفة وأيهما له الأولوية على الآخر أنبنى على عدة مواقف وهي:

الموقف الأول: ذهب إلي أن المعرفة مقدمة على المجتمع وذلك على أن معرفة الصيد أقامت مجتمعاً قوامه الصيد، ومعرفة الزراعة أقامت مجتمعاً زراعياً، ومعرفة الصناعة أقامت مجتمعاً صناعياً، وتكنولوجيا المعلومات أقامت مجتمعاً معلوماتياً، وهو شبيه بوضعية أوغست كونت (Augste Conte) التي أعطت المعرفة سلطة لتكوين الأطراف الاجتماعية، واعتبرت المعرفة العلمية أسمى أنواع المعرفة وهي التي تسود عندما يتجاوز المجتمع القبلية والمرحلة الميتافيزيقية* ووصولاً إلي المرحلة الوضعية. وتتفق هذه الرؤية مع نظرية مارشال ماكلوهان (Marshal McLuhan) حول ظهور وسائل الإعلام التي تغيّر المجتمع.

الموقف الثاني: وأعطى الأولوية للمجتمع على المعرفة انطلاقاً من أن العقل هو الذي يحدد ما يقوم عليه الفكر من مقولات جوهرية، وهي نتاج لعوامل اجتماعية وأن كل المقولات العقلية ذات أصل

(1) احمد محمد الشامي، الموسوعة العربية للمصطلحات وعلوم المكتبات والمعلومات والحاسبات (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ط1، م ج2)، ص1297.

(2) ربحي مصطفى عليان، مجتمع المعلومات والواقع العربي (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ط2، 2006م)، ص28.

(3) المنصف المعياري وآخرون، القمة العالمية لمجتمع المعلومات، أي رؤية أي أبعاد أي انتظارات، مرجع سابق، ص35.

(4) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 28، نقلاً عن دائرة المعارف لعلم المكتبات.

* تعني التجربة

اجتماعي ووليدة من البيئة الاجتماعية التي تنشأ فيها لا متأصلة في العقل. واستدلوا كذلك بأن الحاجات هي التي تدفع الإنسان بالاختراع والاكتشاف فمسيرة الحياة الطويلة كلها قامت على حاجات محددة وفرها الإنسان لنفسه حتى يستطيع مواصلة رحلة البقاء⁽¹⁾.

الموقف الثالث ويرتبط بدرجة كبيرة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويرى نبيل علي أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويفضل ما توفره من آليات التغذية تعمل دوماً على خلق علاقات تبادلية فعالة يتوارى فيها سؤال الأولوية فيما يخص العلاقة بين المعرفة والمجتمع لتتخذ طابعاً تفاعلياً جديلاً، فكلما رهفت التكنولوجيا وتسامت كما هو الحال بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات زادت قدرتها على التغلغل في كيان المجتمع الإنساني ومن ثم زادت مقدرتها على تشكيله وإعادة بنائه. وفي المقابل ونظراً إلى كون مورد المعرفة على خلاف الموارد المادية يزداد مع زيادة استهلاكه فإن ذلك يؤدي إلى زيادة قدرة المجتمع على إنتاج معارف جديدة بوتيرة أسرع. وأشار نبيل علي في نقده للموقفين الأول والثاني إلى أمرين مهمين:

أ. **نموذج كارل ماركس (Karl Marx)** الذي يقدم المجتمع على المعرفة ويرى أن الحاجات هي التي تولد الأفكار. ربما يكون نموذجاً مقبولاً في حالة الانترنت فالحرب الباردة هي التي دفعت إلى ظهور الانترنت وتمثل الشق الفكري الذي جاء لتلبية حاجات المجتمع ولكن في المقابل سرعان ما أدت هذه التكنولوجيا إلى ظهور حاجات عديدة لم تكن تخطر على البال سواء على المستوى الفردي أو الجماعي وهو ما يتعارض مع وجهة نموذج كارل ماركس.

ب. **نموذج دوركهايم (Durkheim)** والذي يرى أن هناك فصل بين التصورات الاجتماعية، فالتصورات الفردية ترتبط بالطبيعة النفسية للفرد والتصورات الجمعية تعبر عن أحوال الجماعة وتخضع هذه الجماعة ومؤسساتها الدينية والأخلاقية والاقتصادية وهذا التمايز لا يُمكننا من اشتقاق الجمعي من الفردي على أساس أنه محصلة له لأن التصورات التي تعبر عن المجتمع لها مضمون مغاير للتصورات الفردية المحضة، ولكن جاءت الانترنت وأصبحت ساحة لتفاعل العقول الفردية واحتشادها لتكوين العقل الجمعي مثال لذلك الويكيبيديا المشهورة على الانترنت⁽²⁾.

وأياً كان الموقف من مجتمع المعرفة فإنه لا جدال في أن العالم شهد ويشهد مع تفجر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة وتطور وسائل وأدوات تسهيل النفاذ إلى المعلومات واكتساب المعرفة

(1) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 50.

(2) نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة، مرجع سابق، ص 120.

تَلَوَّتْ عميقة شملت مختلف مجالات الحياة اليومية، رؤيةً وإنتاجاً وتعاملاً مع الآخرين أفراداً وجماعات ومؤسسات، تَلَوَّتْ امتدت إلى الجذور التاريخية والثقافية. وتُجمَع الأدبيات السائدة على أنّ تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني بمختلف أصنافها أجهزة ومضامين وثقافات وخدمات تُمثّل السمة الرئيسة لهذا العصر وهي كظاهرة عالمية متعددة الأبعاد سياسياً واقتصادياً وثقافياً وعلائقياً في صلب النسيج الاجتماعي⁽¹⁾.

وحدد عبد الله تركماني أبعاد مجتمع المعرفة في الآتي⁽²⁾:

1 البُعد الاقتصادي:

إذ تعتبر المعلومة هي مركز السلطة وهي الخدمة الرئيسة والمصدر الأساس لخلق فرص العمل وترشيد الاقتصاد. والمجتمع الذي ينتج المعلومة ويستخدمها في مختلف الأنشطة الاقتصادية هو المجتمع الذي يستطيع أن ينافس ويفرض نفسه على الحياة.

2 البُعد التكنولوجي:

مجتمع المعلومات يعني انتشار وسيادة تكنولوجية المعلومات وتطبيقاتها في جميع مجالات الحياة (المدرسة، المزرعة، المصنع) وهذا يعني بالضرورة الاهتمام بالوسائط الإعلامية المختلفة وتكييفها حسب الظروف البيئية والموضوعية لكل مجتمع، سواءً فيما يتعلق بالعتاد المادي أو البرمجيات كما يُعني بالبعد التكنولوجي توفير البيئة اللازمة من وسائل الاتصال والتكنولوجيا وجعلها في متناول الجميع.

3 البُعد الاجتماعي:

وهو سيادة درجة معينة من الثقافة المعلوماتية في المجتمع، وزيادة مستوى الوعي بتكنولوجيا المعلومات وأهمية المعلومة ودورها في الحياة اليومية للإنسان والمجتمع، وهذا يتطلب توفير الوسائط والمعلومات من حيث الكم والكيف.

4. البعد الثقافي:

بما يعني إعطاء أهمية معتبرة للمعلومة والمعرفة، والاهتمام بالقدرات الإبداعية للأشخاص وتوفير إمكانية التفكير والإبداع، والعدالة في توزيع العلم والمعرفة والخدمات بين الطبقات المختلفة في المجتمع. كما يعني نشر الوعي والثقافة في الحياة اليومية للفرد والمؤسسة والمجتمع ككل.

(1) عبد القادر بن الشيخ، مقال: القمة العالمية لمجتمع المعرفة أي رؤية وأي أبعاد أي انظارات (مجلة الإذاعات العربية، العدد 10، 2005م) ص 2.

(2) عبد الله تركماني، ورقة علمية بعنوان مجتمع المعرفة وتحدياته في العالم العربي الجزء 1 منشور على الموقع الإلكتروني

ومجتمع المعرفة لا يقتصر على إنتاج المعلومة وتداولها، إنما يحتاج إلى ثقافة تُقِيم وتَحْتَرِمَ مَنْ ينتج هذه المعلومة ويستغلها في المجال الصحيح بما يتطلب إيجاد محيط ثقافي واجتماعي وسياسي يؤمن المعرفة ودورها في حياة الفرد والمجتمع.

5 البُعد السياسي:

ويعني إشراك الجماهير في اتخاذ القرارات بطريقة رشيدة وعقلانية مبنية على استخدام المعلومة وهو مالا يحدث إلا بتوفير حرية تداول المعلومات وتوفير مناخ مبني على الديمقراطية والعدالة والمساواة، وإقحام الجماهير في عملية اتخاذ القرار والمشاركة السياسية الفعالة.

البعد النظري لمجتمع المعرفة (المعلومات):

إنَّ الأبعاد التي يعمل بها مجتمع المعرفة تقودنا إلى الحديث النظري الذي بنيت عليه فكرة مجتمع المعلومات (المعرفة) حيث تُعدُّ الرؤى والأطروحات، ولا زالت المعالجة النظرية لمفاهيم مجتمع المعلومات تمثل مشكلة يطرحها الخطاب الغالب حول التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. وحدد الصادق الحمامي أربعة مستويات لترتيب المهام المعرفية للخطاب النظري حول مجتمع المعلومات⁽¹⁾:

1. السياق التاريخي والحضاري لمجتمع المعلومات:

ويقوم على تحليل طبيعة السياقات التاريخية والتلّوات الاجتماعية التي يمكن من خلالها الحديث عن مجتمع المعلومات أو مجتمع المعرفة، كحالة تاريخية للمجتمعات الحديثة والتي تؤكد بأنَّ هناك تلخّوعميقاً تشهده المجتمعات الرأسمالية يتمثل في نهاية النموذج الصناعي، هذا التحوّل يرتبط بتطوّر المكانة الجديدة للمعلومة والمعرفة في المجتمع والاقتصاد، إذ تمثل المعرفة المحدد الرئيسي للمجتمعات ما بعد الصناعية وهذا التحوّل هو الذي يحدد الأشكال الجديدة للابتكار والتكنولوجية.

والتحوّل الأكثر أهمية للمجتمع المعاصر يتعلق بالتعاظم غير مسبوق لتدوين المعرفة النظرية، وعليه يجب إعادة النظر إلى التغيرات الكبيرة التي طرأت على الظاهرة التقنية والعلمية المعاصرة، حيث يرى الكثيرون أنّ التكنولوجيا هي الآلات والآليات التكنولوجية، غير أنّ التكنولوجيا الحديثة أساس المجتمع ما بعد الاصطناعي تتميز بأنّها تكنولوجيا فكرية وأنَّ تلخّوتها الاجتماعية والثقافية أكثر شمولية وتكنولوجيتها (تكنولوجيا الإعلام والاتصال) لا تشكل عاملاً مستقلاً عن التركيبات الاجتماعية والثقافية عن عملية التحوّل الاجتماعي.

(1) الصادق الحمامي، مقال علمي بعنوان: المسألة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات، مجلة "الإذاعات العربية"، العدد 3، 2005م، ص 9-16

2. البحث عن الجذور التاريخية للمفهوم:

وفيه استتطاق تاريخي لمفهوم مجتمع المعلومات وجذوره التاريخية، إذ يحاول الباحثون تجاوز الخطاب السائد الذي يعتقد في الحداثة الكاملة لمفهوم مجتمع المعلومات والقائم على تناسي الصيرورة التاريخية المعقدة التي تفسر انتصاره وكونيته الحالية، ويتجاهل تاريخ عملية بنائه المتواصل حتى أصبح عند البعض أيديولوجيا.

وبدأ هذا الجدل عندما طرح دانيال بال (Danial Ball) ونوران (Nouran) وماسودا (Masuda) فكرة التحول الاجتماعي بمعنى نهاية المجتمع الصناعي. وتعرض هذا الفكر المبشر للمجتمع الجديد لنقد شديد لكنه عاد وانتعش ووجد اهتماماً إعلامياً كبيراً بسبب التبنّي السياسي له من آل غور* من خلال أطروحة الطرق السيارة للمعلومات التي دعا إليها. وتساعد عملية الاستكشاف التاريخي لهذه الجذور المعقدة العلمية والأكاديمية والسياسية لفكرة مجتمع المعلومات فهم أسباب غلبة الخطاب الاقتصادي والتقني، وانتقد باحثون كثيرون مجتمع المعلومات كأسطورة وكأيديولوجية تعلن عن قيام مجتمع مختلف تماماً عن المجتمعات السابقة إذ لم ينشأ مفهوم مجتمع المعلومات من عدم ولا تأتي كونيته من أنه ظاهرة يعيشها الجميع.

3. مجتمع المعلومات كأيديولوجيا:

وهي مسألة التمثلات الثقافية والاجتماعية والتي يعتبرها بعض الباحثين بمثابة أيديولوجيا تشكل اتجاهاً نظرياً هاماً لدى الباحثين في علوم الإعلام والاتصال. ويعيب هؤلاء على المفهوم ضبابيته التي خلّفت نوعاً من الوهم الثقافي يعتقد الناس بسببه أنهم يعيشون في مجتمع معلومات، كما تحيل هذه الضبابية إلى خطاب متناقض يعلن عن قطيعة حضارية جعلت من مجتمع المعلومات واقعاً ملموساً، تطالب الناس والمؤسسات بالانخراط فيه كنموذج اجتماعي كوني، وضرورة حضارية لا يمكن تجاوزها، وبأن مجتمع المعلومات مرتبط بأيديولوجيا بعينها (التقنية) تنظر للتكنولوجيا على أنها مفتاح رفاه البشرية وأساس لعالم جديد تنتفي فيه المشاكل التاريخية للإنسانية، كما يختزل هذه الأيديولوجية الظاهرة التواصلية في الوسائل، وتنفي الأبعاد الاجتماعية والثقافية للتواصل الإنساني وهذه الأيديولوجية تمثل مخصوص يقوم على نظرة تقنية للإنسان.

4. مجتمع المعلومات من المفهوم إلى الاستخدامات الاجتماعية:

وتقوم على البحث العلمي والأكاديمي المحض المنصب على تحليل التملّكات والاستعمالات الاجتماعية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويعني هذا أيضاً تجاوز لخطاب أيديولوجي ينظر لهذه

*نائب الرئيس الأمريكي بل كلنتون والمرشح المنافس لجورج بوش الابن في انتخابات الرئاسة الأمريكية في العام 1998م وله عدة مؤلفات في هذا الشأن.

التكنولوجيا خارج سياقاتها المجتمعية، كما يكشف البحث في الاستخدامات الاجتماعية الطابع الأحادي والتبسيطي لخطاب غائب ينظر إلى مجتمع المعلومات كنموذج اجتماعي وثقافي مثالي وكأنه يتحقق ميكانيكياً خارج فعل الإنسان. ويعكس هذا الخطاب تمثلاً لا واع للتقنية التي تتحول إلى عامل مستقل لذاته يفعل في كل المجتمعات بشكل لا متباين مهما كان اختلاف تركيبها الاجتماعية ومهما كان تعقّد تركيبها الثقافية. ويمثّل الاستخدام الاجتماعي المحاولة النظرية الأكثر شمولاً للخروج عن النموذج النظري التقني القائم على رؤية ميكانيكية لتأثير التكنولوجيا الحديثة والتي تؤسس الاعتقاد في فعالية هذه التكنولوجيات وقدرتها على إحداث تغيّرات وتخلّص ذات طابع ثوري، ينتج عنها قطعة شاملة مع النماذج القديمة التي تحدد المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وعليه يمكن النظر إلى مجتمع المعلومات من الناحية النظرية من خلال الآتي:

المنظور الاقتصادي⁽¹⁾:

ويقوم على جوهر وأساس النموذج الاقتصادي للمجتمع بحيث ينظر إلى المعلومات بأنها سلع مثل السلع الأخرى، وقدم الأمريكي فرترز ماكلوب (Fritz Machlup) أول تحليل في الجوانب الاقتصادية للمعلومات ومثّل البذرة الأولى في قياسات مجتمع المعلومات لمصطلحات اقتصادية مقدماً خمس مجموعات عريضة تنقسم إلى خمسين فرعية وهي التعلّم، وسائل الاتصال، آلات المعلومات، خدمات المعلومات، والأنشطة المعلوماتية كالبحث والتطوير، وهو ذات ما أكده مارك بورات (Mark Porat) بأن الاقتصاد ككل أصبح يعتمد على المعرفة وأطلق مصطلح اقتصاد المعلومات، وميّز خمسة مجالات للنشاط هي إنتاج المعلومات وتوزيع المعلومات ومعالجة تعاملات وإجراء المعلومات ومعدات وبرمجيات المعلومات والتسهيلات الدائمة.

المنظور التكنولوجي:

ويرى فيه أن نمو بعض المجالات في قطاع المعلومات في الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين ارتبط بالابتكارات التكنولوجية والاستخدام واسع الانتشار للتكنولوجيا الجديدة في كل أوجه اقتصاد المعلومات، وأصبح لهذه التكنولوجيا الحديثة تأثيراً شاملاً في كل أوجه الحياة إذ أنها تؤثر في الوجود الإنساني الفردي والجماعي. وتعاضم الأمر بتطوّر هذه التكنولوجيا ودخول عصر الإنترنت وسهولة التعامل معها وقلة تكلفتها. وقد ربطت كل المجتمعات الإنسانية وبسّرت التواصل فيما بينها⁽²⁾.

(1) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 45- 48 (بتصرف).

(2) سهير عبد الباسط، مجتمع المعلومات دراسة المفاهيم والخصائص والقياسات (الاتجاهات الحديثة المكتبات والمعلومات، يوليو 2000م).

المنظور السيبرولوجي:

وجاء من خلال جدلية المواقف التكنولوجية (السابقة) أيهما أسبق التغيير جاء تالياً للتكنولوجيا أم أن التكنولوجيا تطورت لتلبي رغبة المجتمعات، ويرى هذا النموذج أن مجتمع المعلومات يتغير بصفة أساسية تحت تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأن هناك نظام اجتماعي جديد يتشكل استجابة للتغيرات الحديثة في العمل والاقتصاد⁽¹⁾، واهتم بال(Ball) بثلاثة عناصر هي عنصر القوى العاملة في مجتمع المعلومات، وعنصر انسياب وتدفق المعلومات وخاصة المعرفة العلمية، وعنصر الحاسبات الآلية وثورة المعلومات⁽²⁾.

المنظور التاريخي:

وفيه جدل طويل حول متى بدأ مجتمع المعلومات هل جاء نتيجة لتغيرات ثورية تكنولوجية مفاجئة ليس للإنسان يد فيها؟ أم أنه تطور طبيعي للتواصل الإنساني وتجاربه عبر الحياة؟ بمعنى أن الجوانب الإنسانية والاجتماعية والثقافية لها دور في هذا التحول عبر التواصل مع التاريخ. وقد أُجمِعَ حتى الآن على رأي واحد أن هناك تغيير حدث وأنه سوف يستمر، وهو ما قاد لمدخل آخر لفهم مجتمع المعلومات يستند إلى فكرة مفادها أنه حتى التغيير الثوري له جذور فيما سبق وأن كل المجتمعات الإنسانية المنظمة اعتمدت على المعلومات وكانت مهتمة بتسجيلها وتخزينها واسترجاعها وبنها وضبتها، وأن الوضع التاريخي العريض يقدم سياقاً لفهم تأثير التكنولوجيا الرقمية والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي ارتبطت بها وهو يقوم أيضاً في السياق الصحيح لفهم وتحليل تطور التكنولوجيا الرقمية نفسها.

المنظور متعدد الأبعاد:

ويذهب إلى أنه ليس هناك تفسير واحد متفق عليه بل هناك الكثير من مدارس الفكر والرؤى التي تهتم بتقديم أدلة على معلوماتية المجتمع، وتؤكد هذه المنظورات أو الرؤى نفس الشيء وهو أن المجتمعات الإنسانية المتقدمة تحولت بالفعل أو تتحول إلى مجتمعات معلومات ومع ذلك فهي تعني أشياء مختلفة. وإذا كان المجتمع متعدد الأوجه وكذلك المعلومات فإن العمل المعلوماتي وتركيب الناتج الإجمالي القومي وتدفق وانسياب المعلومات تُعَوِّدُ المجتمع بطرق متعددة يصعب أن تكون النظرية ذات بعد واحد وإنما يجب دمج العناصر المتنوعة للمعلوماتية بطريقة متوازنة. وعليه فإن أي مدخل نظري لفهم وتفسير ظاهرة مجتمع المعلومات يجب أن تكون متعددة الأبعاد وذات علاقة واضحة بالتطورات الملحوظة والتغيرات الاجتماعية والثقافية⁽³⁾.

(1) سهير عبد الباسط، مجتمع المعلومات دراسة المفاهيم والخصائص، مرجع سابق، ص 135.

(2) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 51.

(3) المرجع السابق، ص 45 - 54.