



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

**أوجه استخدامات
الشباب لوسائل الإعلام الجديد
- حالة دولة الإمارات -**

إعداد

الدكتور عباس مصطفى صادق

مسؤول التخطيط الإخباري في قناة أبو ظبي - أبو ظبي

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المسلم والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦-١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب : (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

موضوع الدراسة

يشير مصطلح الإعلام الجديد New Media إلى الوسائل والمحتوى المتاح في شبكة الإنترنت وغيرها وما يمكن الوصول إليه من معلومات على أي جهاز رقمي محمول أو غيره، وتحتوي صيغ الإعلام الجديد عادة على ردود الفعل التفاعلي والمشاركة.

والأمثلة الشائعة لوسائل الإعلام الجديد تتمثل في منشورات الإنترنت من صحف وغيرها والمنتديات والمدونات، والويكي، وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية ووسائل الإعلام الاجتماعية، والأخيرة تمكن المستخدمين من التفاعل الاجتماعي بالتراسل وتأسيس المجموعات البريدية وبناء العلاقات مع الآخرين ومشاركة المواد الإعلامية.

على أن السمة المميزة للإعلام الجديد عن التقليدي هي الحوار. ووسائل الإعلام الجديد تمكن الناس في جميع أنحاء العالم من المشاركة والتعليق، ومناقشة مجموعة واسعة من المواضيع، على عكس أي من التكنولوجيات الإعلامية السابقة، ويقوم مجتمع الإعلام الجديد على أساس المجتمع التفاعلي.

وتشمل وسائل الإعلام الجديد: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي التفاعليين، وهي لا تشمل المجلات، والكتب، أو المنشورات الورقية إلا إذا كانت تقوم على التقنيات التي تمكن من التفاعل الرقمي، وهذه يطلق عليها إعلام قديم بميزات جديدة.

وتمثل منشورات الويكي مثل موسوعة ويكيبيديا على الإنترنت نموذجاً للجمع بين النص الرقمي والصور والفيديو المرتبطة بوصلات شبكة الإنترنت والتي تمكن المشاركة الخلاقة للمساهمين، ومنحهم فرصة كتابة ردود الفعل التفاعلي للمستخدمين وتشكيل المجتمع المشارك كما يمثل الفيس بوك نموذجاً لوسائل الإعلام الاجتماعية والتي تقوم على نشاط المستخدمين وتفاعلهم.

وقد انطلقت هذه التطبيقات بتطور الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تبادل الفيديو وغيرها، كما تطورت من كونها أدوات لبناء العلاقات الاجتماعية والكتابة الحرة وتبادل المعلومات إلى منظومة إعلامية واسعة لها تأثيرها القوي في عدة أوجه خاصة لدى الشباب.

منهج الدراسة

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يتضمن مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً؛ لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات.

ولا يقف المنهج عند حد الوصف أو التشخيص الوصفي، بل يهتم أيضاً بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الظواهر التي يتناولها وذلك في ضوء المحركات المعيارية المأخوذة من التجارب السابقة، ومن ثم اقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير.

وتم استخدام أساليب ووسائل متعددة لجمع البيانات والمعلومات مثل الملاحظة، المقابلة، الاختبارات، والاستبيانات، فضلاً عن ذلك قمت

باستخدام المسح التحليلي، ذلك لأن الأغراض الأساسية للمسوح الوصفية هي في العادة وصف خصائص المجتمع موضع الدراسة، وتقدير النسب في المجتمع وعمل توقعات محددة، فضلا عن دراسة العلاقات الارتباطية، وقد شمل المسح بواسطة ورقة استبيان ٢٠ شابا وشابة ممن تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ و ٣٠ عاما، بعضهم إماراتيون، وبعضهم مقيمون بدولة الإمارات.

مسيرة تطور الإعلام الجديد

بمجيئ الثمانينات من القرن الماضي نجح ألان كاي Alan Kay وزملاؤه في زيركس بارك Xerox PARC، حاليا: Palo Alto Research Center Incorporated في منح الفرصة لاستخدام الكمبيوتر الشخصي بدلا عن قيام مؤسسات ضخمة بأعمال الكمبيوتر. ومع نهاية الثمانينات وبداية التسعينات بدأ العالم يشهد علاقة بين التغييرات الاجتماعية واستخدامات الكمبيوتر في مجالات إعلامية مختلفة^(١).

نشأ عن ذلك في مرحلة سابقة الحديث عن طريق المعلومات السريع Information superhighway الذي ارتبط أولا بفنان الفيديو الأمريكي الكوري الأصل بيك نام جون Paik Nam-june والذي يقال أنه هو الذي نحت التعبير في ورقة كتبها لمؤسسة روكفلر عام ١٩٧٤ بعنوان The Electronic Super Highway، Media Planning for the Post Industrial Society، ثم ارتبط التعبير في مرحلة لاحقة بنائب الرئيس الأمريكي السابق آل غور AL - GORE

(1) Manovich, Lev. "New Media From Borges to HTML." The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts, 2003. 13-25. ISBN 0-262-23227-8

الذي رده أثناء حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام ١٩٩٢م في إشارة إلى التطور الذي بدأ يحدث لشبكة الإنترنت وتهيئة البنية الأساسية في مجال الاتصالات بما يمكنها من التفاعل مع تطور الشبكة.

وحتى الثمانينات من القرن الماضي كان الإعلام يعتمد إلى حد كبير على الطباعة والبث التناظري في الراديو والتلفزيون، وعلى مدى العقود اللاحقة حدث تسارع كبير في اللحاق بالتكنولوجيا الرقمية المتمثلة في استخدامات الكمبيوتر والإنترنت والنظم المحمولة.

يقول د. مصطفى المصمودي: «اعتبرت إدارة الرئيس الأمريكي بل كلينتون وقت انتخابه عام ١٩٩٢م أن الثورة الرقمية - وبخاصة موضوع طريق المعلومات السريع - قضية ذات أولوية رئيسية، ففي مؤتمر الاتصالات العالمية الذي عقد في بيونس أيرس عام ١٩٩٤م طرح آل غور رؤية الولايات المتحدة بشأن البنية الأساسية للمعلومات دولياً التي يعتقد أنها تهدف إلى دعم النمو الاقتصادي النشط والمستدام وتعزيز الديمقراطية، وتسهيل إيجاد حلول أفضل للتحديات الطبيعية العالمية، وتحسين الرعاية الصحية. كما تهدف في نهاية الأمر إلى تعزيز الإحساس بالمشاركة في توجيه دفعة الحياة على كوكب الأرض»^(١).

«وقد انعكس هذا التفكير على بقية أنحاء العالم خاصة في أوروبا واليابان، ففي مؤتمر الدول الصناعية السبع الكبرى في مقر البرلمان الأوروبي في بروكسيل، فبراير ١٩٩٥م، أعلن جاك سانتر Jacques Santer رئيس المؤتمر ورئيس اللجنة الأوروبية عن وثيقة بعنوان: خاتمة الرئاسة تؤكد على أن تطوير

(١) د. مصطفى المصمودي. ثورة المعلومات والاتصالات وتأثيرها علي الدولة والمجتمع بالعالم العربي، مركز الإمارات للدراسات الاستراتيجية. أبوظبي ١٩٩٨. ص ١٠٣.

مجتمع المعلومات يهدف لدعم مستقبل القدرة التنافسية في أوروبا ولدعم الاستثمارات في الاتحاد الأوروبي وحفز الطاقات الابتكارية والإبداعية.

ولنا أن نتخيل ما ستكون عليه الأسواق في المستقبل القريب أو في منتصف القرن الحادي والعشرين. فلا بد أن يصبح الأوروبيون هم من المحركين والمصممين والمشيدين والمنتجين والمصلحين والموردين والممولين في سياق مجتمع المعلومات العالمي، وليسوا منتظرين على طريق التكنولوجيا وكأنهم مسافرون إلى مجرة لا يتمون إليها. معنى ذلك أننا يجب أن نوفر الحد الأدنى من الفرص المتاحة لأصحاب المشروعات لتنمية منتجاتهم وخدماتهم^(١).

تطور التنظير للإعلام الجديد:

نشأ معظم التنظير حول الإعلام الجديد في المراحل الأولى في مجال لا ينتمي إلى الوسط الإعلامي، وكان الكثيرون ممن بادروا بوضع أسسه الفكرية والتكنولوجية متخصصون في مجالات بعيدة كل البعد عن الإعلام منذ أن نشر فانفر بوش Vannevar Bush مقاله الشهيرة في عام ١٩٤٥م بعنوان: كما يجب أن نفكر، والتي جسدها أفكاره الأولى حول علاقة عقولنا بالآلة الهندسية، وهي الأفكار التي مهدت لظهور شبكة الويب فيما بعد، مروراً بالدور الذي لعبته رؤى جي سي آر ليكليدر J. C. R. Lilder التي أطلق عليها Man-Computer Symbiosis في عام ١٩٦٠ والتي قادت إلى تطوير أسس فكرة التفاعلية بين الإنسان والكمبيوتر، وهو التفاعل الذي أنتج حالة الإعلام الجديد التي نعيشها الآن.

(١) المصمودي، نفس المصدر، ص ١٠٤.

«وترتبط أفكار ليكليدر بشبكة الإنترنت وليس الويب مثلما هو الحال بالنسبة لبوش ومخترع الويب تيم بيرنرز لي وتيد نيلسون، وقد ارتبطت نشأة الإنترنت بعدة مؤسسات على رأسها وزارة الدفاع الأمريكية التي أسست اربا Arpa للاضطلاع بالدراسات العلمية في مجالات علوم الكمبيوتر، وقد اختير الدكتور جي سي آر ليكليدر لترؤس المهمة، وهو عالم نفس من معهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا، وكان ذلك في عام ١٩٦٢م»^(١)، وقد استفادت وزارة الدفاع الأمريكية من مجموعة أفكار كان قد أطلقها ليكليدر ومثلت المبادئ الأولية للبناء الفكري للشبكة.

«كان ليكليدر نشر مجموعة مذكرات وضع فيها أفكاره وكتب مقالا نشره في عام ١٩٦٠م عن التعايش بين الإنسان والكمبيوتر، طرح فيه فكرته حول ما أسماه الشبكة المجرية Galactic Network، وشرح اهتماماته حول تطور المعرفة البشرية ونموها بواسطة الكمبيوتر التي يرى من خلالها أنه في سنوات قليلة سيحدث تزوج ما بين العقول البشرية وأجهزة الكمبيوتر، وسينتج من هذا التزوج طريقة غير مسبوقة للتفكير.

ولإنجاز هذا الهدف اقترح ليكليدر عدة تكنولوجيات جديدة يمكن أن تساهم في هذا النوع من علاقات التعايش الجديدة، وشملت مقترحاته الكمبيوترية نظام استرجاع المعلومات وبرامج للتصميم ونظام فهرسة المكتبات»^(٢)، ثم أصبحت

(1) Hauban, Michael. (1998) History of Arpanet < <http://www.dei.isep.ipp.pt/docs/arpa.html>. > Accessed 15/11/1999.

(2) Hardy, Ian R. (1998) Electronic Mail History. History Thesis Paper. University of California at Berkely

< <http://www.ifla.org/document/hair1.text>>. Accessed 15/11/1999

أفكار ليكليدر حجر الزاوية الأولى الذي خرجت منه منابت التفكير في الشبكة وتطبيقاتها، وقد نوقشت هذه الأفكار فيما بعد إلى أن خرجت في شكل مشروع متكامل قدمه ليكليدر.

«وفي أغسطس ١٩٦٢م ناقش ليكليدر أفكاره التي ضمّنها شبكته المجرية، ووضع فيها رؤيةً تضمن لأي شخص الحصول بسرعة على المعلومات والبرامج الكومبيوترية من أي موقع. وقد أصبح ليكليدر رئيساً لأول مجموعة من الباحثين في برنامج علوم الكومبيوتر في أوروبا، وقام بنقل قناعاته إلى خلفائه في الوكالة بأهمية بناء هذه الشبكة»^(١).

وقد مثلت أفكار مارشال ماكلوهان حجر زاوية أخرى في التعبير عن النظرية الإعلامية المعبرة عن علاقة الإنسان والآلة، خاصة من خلال مقولته: الوسيلة هي الرسالة The medium is the message التي جاءت في كتابه Understanding Media: The Extensions of Man (1964) لتضيء جوانب لطالما تم تجاهلها لأثر الوسيلة والتكنولوجيا بدلا عن المحتوى على التجربة الإنسانية في العالم والمجتمع بشكل عريض^(٢).

مع ذلك فإن الاتجاه الجديد للاتصال بدأ يتجه في تضاد مع أفكار ماكلوهان ونحو لا مركزية الاتصال، أو تفتت الجماهير Fragmentation بتقديم رسائل متعددة تلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتخصصة، ويتخذ هذا التفتت

(1) Kahn, Bob And Cerf, Vinton. (1998) A Brief History of the Internet.

<<http://www.isoc.org/internet/history/breif.html> 1995>. Accessed 16/11/1999.

(2) McLuhan, Marshall (1964) Understanding Media: The Extensions of Man, Toronto, McGraw Hill

للمراسل مظهرين: المظهر الأول يتحكم فيه المرسل، والمظهر الثاني يتحكم فيه المستقبل، ويمكن إتاحة كل منهما عن طريق الربط بالحاسبات الإلكترونية لتوفير خدمات مختلفة من الاتصال تبدأ من إتاحة الصحافة المطبوعة، أو نقل النصوص المكتوبة، وتمتد إلى شكل البرامج التليفزيونية، والأفلام السينمائية، ويمكن نقل هذه المعلومات عبر مسافات شاسعة عن طريق استخدام الاتصال الكابلي والأقمار الصناعية^(١).

فضلا عن ذلك فقد درست حاجات المستخدمين لوسائل الاتصال، وتقوم الأسس النظرية لمدخل الاستخدامات والإشباع Uses and gratifications التي تبلورت في بداية السبعينات من القرن الماضي، على مجموعة من الفروض أهمها أن مستهلكي وسائل الإعلام نشطاء في اختياراتهم للوسائل الإعلامية لاحتياجاتهم السيكولوجية والاجتماعية.

وطبقا لبلمر وكاتز فإن مستخدمي وسائل الإعلام يلعبون دورا نشطا في اختيار واستخدام وسائل الإعلام، وأن المستخدم يسعى وراء مصدر إعلامي يلبي احتياجاته بشكل أفضل، وتفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن المستخدم لديه خيارات بديلة لتلبية احتياجاته^(٢).

(١) د. شعباني مالك، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر بسكرة، وسائل الاتصال الحديثة: من التجميع إلى التفيت، ومن الجماهيرية إلى الفردية

<http://www.revue-dirassat.org>

(2) Blumler J.G. & Katz, E. (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage.

وقد أضاف بعض الباحثين نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، هما:

١- الدوافع الاجتماعية: وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

٢- الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة: مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون التي ترجع إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل^(١).

وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزا للتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية، والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية^(٢).

(١) عبد الصادق حسن عبد الصادق. تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧ العدد ١، ٢٠١٤، ص ٣٥.

(٢) د. نصر الدين العياضي، «الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية»، أبحاث المؤتمر الدولي، «الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد»، جامعة البحرين، من ٧-٩ إبريل ٢٠٠٩م، ص ١٨.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها، وأن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء.

ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تميز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكُّل.

كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثيلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له^(١).

(١) د. بشرى جميل الراوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير / مدخل نظري، العدد ١٨ من مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام - جامعة بغداد 2012

ويمثل استخدام الحواسيب الرقمية تحولا بليغا لوسائل الإعلام المتبقية «القديمة»، بظهور التلفزيون الرقمي والنشر على الإنترنت، وحدث تحول مماثل في وسائل الصحافة والطباعة من خلال تطبيق تكنولوجيات مثل برامج معالجة الصور، مثل أدوبي فوتوشوب وأدوات النشر المكتبي.

وتتعدد مداخل التنظير في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة. فبعض من تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد مثل بافليك الذي يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والإنترنت وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاما الماضية، وباحثون آخرون مثل ديفيس، Davis وأوين Owen الذين يريان انطلاقتة من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني Talk Show والبرامج المتنوعة والحية لقناة إم تي في MTV الموسيقية، على سبيل المثال، وهي برامج غيرت شاشة التلفزيون بشكل انقلابي، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية وظهور الإنترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد^(١).

(١) دكتور عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق. عمان، الأردن. ٢٠٠٨ ص ٢٩.

مظاهر تعدد تسميات الإعلام الجديد

يجب أن نقر في البداية بأن هذا الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديد والتقليدي مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية لا في الوسيلة ولا في التطبيقات، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات^(١).

وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، على أرضية جديدة لهذا الإعلام، فهو الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلي أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر، ويطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.

وهو أيضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات. كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيبرونية Cyber Media من تعبير الفضاء السيبروني Cyber Space الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون William Gibson في روايته التي أصدرها عام ١٩٨٤ باسم Neuromancer والتعبير مأخوذ من علم السيبرنطيقا Cybernetics المعروف عربياً بعلم التحكم الآلي ويعني تعبير

(١) دكتور عباس نفس المصدر ص ٣٠.

الساير ميديا العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ -ليس فيزيائيا - شكل المادة، ويصف التعبير وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الإنترنت.

ويطلق على الإعلام الجديد أيضا صفة إعلام المعلومات Info Media للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور التكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.

ويطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة Hyperlinks، وهنا نحن معنيون بميزات خاصة بشبكة الإنترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات Links لما ينشر أو ييث داخلها، كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام المستحدث، إعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

«ونلاحظ ارتباط بعض هذه الأسماء بتطبيقات الكمبيوتر، فبعضها خرج من طبيعة الوسيط الاتصالي وأخرى من خبرات ثقافية يصعب إيجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي ولدت فيها، كما أن بعض الأسماء يشير إلى تطبيق جزئي من تطبيقات الإعلام الجديد أو إحدى ميزاته كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من ميزات شبكة الإنترنت، وبعضها يلم بأطراف أخرى من الوسائل مما يوسع من قاعدة التعريف ومن قاعدة الوسائل والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام الجديد بشكل عام.

على ذلك، يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبوقه، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها»^(١).

(١) انظر:

A Working Definition of New Media 1998

< <http://www.sheridanc.on.ca> > Accessed frequently.

تعريفات أولية للإعلام الجديد

يعرّف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة»^(١)، وبحسب ليستر Lester: «الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو»^(٢).

ويعرفه قاموس الكمبيوتر **Computing Dictionary** عبر مدخلين هما:

١- إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.

(١) انظر:

Definition for New Media, High-Tech Dictionary. <<http://www.computeruser.-com/resources/dictionary/dictionary.html>> Accessed: Oct. 2006.

(٢) انظر:

Dr. Paul Martin Lester, California State University. <<http://commfaculty.fullerton.-edu/lestercurriculumnewmedia.html>> Accessed: July. 2006.

٢- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع^(١).

ويعرف قاموس الانترنت الموجز Condensed Net Glossary تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى: «أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الإنترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما»^(٢).

وبحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويوبديا Webopedia فإن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: «العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغير المستمر الذي تتصف به، والتعبير يشير أيضا إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما

(١) انظر:

Definition: New Media. Computing Dictionary.

< <http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media> > Accessed: Sep. 2006.

(٢) انظر:

New Media. Condensed Net Glossary

< <http://www.saila.com/usageglossary> > Accessed: Sep. 2006.

يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض .

وبينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد Point-to-point، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى الكثيرين Point-to-many ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الإعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالإنترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري، فقد مكنت الإنترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال^(١).

ويعرفه جونز Jones^(٢) الذي يقر أولاً بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبنى إجاباته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء، «الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة Static.

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقي مع

(١) انظر:

New Media Definition <http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html>

(٢) البروفيسور ستيف جونز Steve Jones هو رئيس قسم الاتصال بجامعة ايلنوي في شيكاغو

The Encyclopedia of New Media - Chicago ومؤلف موسوعة الإعلام الجديد

of New Media ورئيس تحرير جمعية الإعلام الجديد New Media & Society.

الجديد في بعض جوانبه»^(١).

وتضع كلية شريدان التكنولوجية Sheridan تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهنالك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كأداة رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه، وهي أهم سماته.

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة تبدو استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد، لعدة أسباب، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع. وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي.

وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم من هذا المدخل تحديدا، بينما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناء على مجموعة الخصائص التي تميز الإعلام الجديد، فهنالك شبه اتفاق على جملة خصائص يتصف بها هذا الإعلام، سنفصل فيها لاحقا.

(١) انظر:

Steve Jones, Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology. SAGE Publications. 2002.

ولكن يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق،، وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، فالإنترنت وهي واحدة من أدواته جعلت في مقدور أي إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيونى والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد وفي الوقت الذي يريد.

ولكننا يجب أن نتفق بأن الإعلام الجديد ليس إنترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كليا عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الإنترنت، فالإعلام الجديد يستبطن عددا من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبكرة إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الإنترنت.

ونخلص هنا بالتأكيد على مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الإعلام الجديد عن ما سبقه. وهي تتمثل في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية

وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

الإعلام الجديد.. الأبعاد الاجتماعية:

هنالك تاريخ غني لمسألة التغيير الاجتماعي لوسائل الإعلام، تغير بمعدل سريع منذ ظهور وسائل الإعلام الجديدة التي أصبحت تستخدم على نطاق واسع لدى المجتمعات صغيرها وكبيرها، وأزالت الحواجز.

ويعتبر ثوار زاباتستا Zapatista أو الجيش الوطني للشياibas، في المكسيك أول حركة كبيرة تستخدم على نطاق واسع وبشكل فعال وسائل الإعلام الجديدة للاتصال والتنظيم وذلك في عام ١٩٩٤^(١).

ومنذ ذلك الحين، تم استخدام وسائل الإعلام الجديدة على نطاق واسع من قبل الحركات الاجتماعية للتثقيف والتنظيم وتقاسم المنتجات الثقافية من قبل الحركات، فضلا عن التواصل، وبناء التحالفات وغير ذلك. وكانت الاحتجاجات المصاحبة للمؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية لعام ١٩٩٩ معلما جديدا وقتها في استخدام وسائل الإعلام الجديدة كأداة للتغيير الاجتماعي.

يقول مارك ديوز: «بمنتصف التسعينات بدأت المؤسسات الصحافية والجهات الأكاديمية تدرك بأن صحافة الإنترنت لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقا بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية وأن الصحافيين ليسوا وحدهم من يتولوا مسؤولية توصيل المادة الصحافية، لقد بدأ ظهور نمط جديد من الصحافة والصحافيين هم من أفراد الجمهور لا علاقة لهم بالمؤسسة التقليدية»^(٢).

(1) Reed, television, "Will the Revolution be Cybercast?"

(2) Deuze, opcit

لقد تعزز هذا النوع من النشاط الإعلامي على مرحلتين مهمتين عدا ما أسهمت به حرب العراق والانتخابات الأمريكية لعام ٢٠٠٤، ففي عام ٢٠٠٤ كانت أشرطة الفيديو وصور الهواة شهودا على كارثة تسونامي في آسيا التي تابع العالم وقائعها وبثت محطات التلفزيون معظم مادتها الأولى من أفلام التقطها الهواة.

وأثناء الانتخابات الأمريكية أصدر الحزبان الديمقراطي والجمهوري أوراق اعتماد صحفية إلى المدونين لتغطي مؤتمرات ونشاطات الحزبين ما يؤشر وقتها إلى مستوى جديد من التأثير والمصدقية للصحفيين غير التقليديين، وقد بدأ بعض المدونين ممن أطلقوا على أنفسهم Watchdogging بالقيام بعمل الصحفيين التقليديين.

لكن المرحلة الحاسمة في بروز تعبير صحافة المواطن التي ارتبطت بالأجيال الشابة كانت مع تفجيرات لندن في يوليو ٢٠٠٥ التي مثلت فرصة جديدة لعودة هذا النوع من الصحافة، وبينما كانت وسائل الإعلام الرئيسية تغطي مؤتمر الدول الصناعية الثمانية في أسكوتلندا كان الجمهور العادي يحرق نشرات أخبار وينشر صوراً في شبكة الإنترنت، وقتها استخدمت وسائل الإعلام الرئيسية صوراً ونصوصاً أنتجها المواطنون الصحفيون، فمعظم صور انفجارات لندن، والأفلام كذلك، التقطها هواة نقلوها في ما بعد إلى الصحف والتلفزيونات عبر موقع فلكر www.flickr.com^(١) وهو موقع يسمح لأي شخص بنشر صورته مجاناً، خلال الساعات الأولى التي تلت التفجيرات. وحصلت البي بي سي في ٢٤ ساعة على ٢٠ ألف رسالة إلكترونية وألف صورة و٢٠ فيلماً تصويرياً. وقد اقترحت

(١) صحافة المواطنين تصعد مجدداً، الشرق الأوسط، ١٠ يوليو ٢٠٠٥، العدد ٩٧٢١

صحيفة اللوموند الفرنسية وقتها على على قرائها أن يفتحوا موقعا خاصا بهم على موقعها على الإنترنت، ولكن معلوماتهم وأخبارهم تبقى منفصلة ومختلفة عن النصوص التي يكتبها الصحفيون الحقيقيون.

أما موقع موبلوج www.moblog.com فقد سجل أكثر من ٣٦ ألف زيارة خلال يوم واحد وذلك لعرضه لصور مواطنين نادرة عن الأحداث، وموقع بليנקس تي في www.blinkx.tv المخصص للبحث عن المقتطفات التلفزيونية والكليبات، فاستحدث زاوية بعنوان «آخر التطورات في تفجيرات لندن» وحتى المواقع الإلكترونية غير الإخبارية، مثل الموقع الرئيسي لشبكة «إم إس إن» www.msn.com الذي أعطى مساحته الرئيسية لمتابعة أحداث لندن، خصص زاوية لروايات الأشخاص الذين كانوا داخل القطارات أو شاهدوا جزءا مما جرى.

ويرى بعض الباحثين أن هذه الديمقراطية في المعرفة باعتبارها مؤشرا على إنشاء النموذج الاجتماعي المتحدي للنموذج السائد، مثلما يستعيدون ماكلوهان والحمية التكنولوجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهناك وجهات نظر أقل تقول أن الناس يستغلون الإنترنت لإنتاج العولمة الشعبية التي تركزت على الناس العاديين.

وباحثون آخرون يشككون في دور الإعلام الجديد في بناء الحركات الاجتماعية ويشيرون إلى عدم المساواة في الحصول على وسائل الإعلام الجديدة كعائق، فيما يرى البعض أن استخدام المواقع، المتدييات، ومواد الفيديو على الإنترنت يعتبر دليلا على فعالية الحركة الاجتماعية نفسها⁽¹⁾.

(1) Preston, Paschal "Reshaping Communications: Technology, Information and Social Change," London:Sage, 2001

ويحاجج أندرو شايبرو Andrew L. Shapiro في ١٩٩٩ بأن ظهور التكنولوجيات الرقمية الجديدة يشير إلى تحول جذري في السيطرة على المعلومات والخبرات والموارد. ويقترح روسل نيومان W. Russell Neuman أستاذ الإعلام والتكنولوجيا أننا نشهد تطور شبكة مترابطة عالمية من الصوت والفيديو واتصالات النصوص الإلكترونية التي من شأنها طمس الفوارق بين الاتصالات الشخصية والجماعية. ويرى نيومان أن الإعلام الجديد سيعمل على:

- تغيير في مفهوم المسافة الجغرافية.
- زيادة في سرعة الاتصالات.
- الفرصة الواسعة للتواصل التفاعلي.
- السماح لأشكال الاتصال التي كانت منفصلة سابقا إلى التداخل والتواصل.

ويرى دوغلاس كيلنر Douglas Kellner من مدرسة فرانكفورت وجيمس يوهمان James Bohman أستاذ الدراسات الدولية في ألمانيا أن وسائل الإعلام الجديدة، وبخاصة الإنترنت، توفر الإمكانيات للفضاء العام الديمقراطي للنمو وحركة ما بعد الحداثة للتطور، وهما تمكنان المواطنين من المشاركة في الحوار الاجتماعي. وبعكس هؤلاء يرى أيدهيرمان Ed Herman المحلل الاقتصادي والإعلامي الأمريكي وروبرت ماكشني Robert McChesney الأستاذ بجامعة أليوني أن الإعلام الجديد يقع تحت سطوة شركات الاتصال العابرة للقارات، وحققوا من سيطرتهم عليه مستوى من النفوذ العالمي بشكل غير مسبوق^(١).

(1) Dimmick, J., Chen, Y., & Li, Z. (2004). Competition between the internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *Journal of Media Economics*

على ذلك يمكن أن نلخص بأن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير الذي نشهده حالياً في كافة مناحي الحياة، فعند انهيار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس كثيراً عن النظام العالمي والإعلامي الجديد، وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد.

وكما يرتبط النظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي، مثلما حدث بعد ظهور المطبعة، التلغراف، الفونوغراف، الراديو والتلفزيون ثم الإنترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية وأخرى مستحدثة وجديدة، فإنه أيضاً يرتبط بالنظام الإعلامي نفسه، وقد قسمه بعض الناس أيضاً إلى نظام جديد ونظام قائم رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات الاستقلال السياسي بعد التخلص من سيطرة الاستعمار على أرض الواقع بعد مرحلة الخمسينات.

وقد كان القرن العشرون في حالة تباين واسع في النظام الاتصالي بين دول لديها أنظمة اتصال قوية عابرة للحدود ودول بالكاد تستطيع تدير أمور اتصالاتها محلياً، وهناك من يؤمن بحرية الاتصال وحق الإنسان به، وهناك من يرفضه.

وقد بلغ الصراع أشده إلى حين تعيين لجنة السياسي الإيرلندي شون ماكبرايد لفحص كل مشكلات الاتصال في المجتمع الحديث، ومن هنا عرف دور ما سمي باللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام^(١).

(١) اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام، International Commission for the Study of

وقد ظهر تقرير اللجنة الذي حمل عنوان أصوات متعددة عالم واحد One Many Voices، World في العام ١٩٨٠ ولكن تحولت توصياتهم إلى تاريخ^(١).

الشباب والإعلام الجديد

تقول الدكتورة بشرى الراوي: إن استخدام الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن، وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الوطن العربي^(٢).

أفاد التقرير الأول حول الإعلام الاجتماعي في العالم العربي^(٣)، والذي أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية في إطار برنامجها للحكومة والابتكار، بأن مواقع التواصل الاجتماعي مثل «فيس بوك» و«تويتر»، تواصل لعب دورها

(١) شون ماكبرايد. أصوات متعددة وعالم واحد، نحو نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال أكثر عدلاً وكفاءة، اليونسكو، ١٩٨١، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع. الجزائر. ط١٩٨١. التوصية رقم (٥٥) ص٥٤٨.

(٢) د. بشرى جميل الراوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، العدد ١٨ من مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام - جامعة بغداد 2012

<http://www.iasj.net/iasj?func=issueTOC&isId=4248&ui>

(٣) تقرير الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، ArabSocialMediaReport.com

الهام في تنظيم الحراك الاجتماعي والمدني في العالم العربي، وبخاصة لدى شريحة الشباب.

ووفقاً للتقرير، فقد ازداد عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي وبلغ حده الأقصى لدى شريحة الشباب بين أعمار ١٥ و ٢٩ سنة، والذين يشكلون حوالي ثلث التعداد السكاني في العالم العربي.

ويشير التقرير على سبيل المثال إلى تنامي العدد الإجمالي لمستخدمي «فيس بوك» في العالم العربي بنسبة ٧٨٪ من ٩, ١١ مليون مستخدم في يناير ٢٠١٠ إلى ٣, ٢١ مليون مستخدم في ديسمبر من العام نفسه، علماً أن الشباب يشكلون ٧٥٪ من مستخدمي هذا الموقع في العالم العربي.

واستناداً إلى بيانات تمثيلية على الصعيد الوطني، وجدت دراسة أجرتها مؤسسة كايسر Kaiser Family Foundation^(١) الأمريكية في خمس سنوات في ١٩٩٨-٩٩، ٢٠٠٣-٢٠٠٤، ٢٠٠٨-٢٠٠٩، أنه مع وجود التكنولوجيا التي تسمح بالوصول إلى الوسائط على مدار ٢٤ ساعة، فإن مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب مع وسائل الإعلام والترفيه قد ارتفع بشكل كبير.

حالياً فإن من أعمارهم ما بين ٨-١٨ سنة يكرس بمتوسط ٧ ساعات و ٣٨ دقيقة في استخدام وسائل الإعلام والترفيه في اليوم العادي، أي أكثر من ٥٣ ساعة في الأسبوع، وينفق الكثير من الوقت «في استخدام أكثر من وسيلة في وقت واحد، أي ما مجموعه ١٠ ساعة و ٤٥ دقيقة في وسائل الإعلام.

(1) Kaiser Family Foundation, is a U.S.-based non-profit, non-partisan, private operating foundation headquartered in Menlo Park, California

وبحسب بيو أمريكية للانترنت Pew Internet & American Life Project فإن ٩٦٪ من الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٩ سنة و ٧٥٪ من المراهقين باتوا يملكون الآن الهاتف النقال، ٨٨٪ منهم يتواصلون نصيا عليه، و ٧٣٪ من المراهقين الأمريكيين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي زيادة كبيرة عن السنوات السابقة^(١).

وأظهر بحث إحصائي على الذين بلغوا سن ١٦ عاما من ٢٥ دولة أوروبية: أن العديد من الأطفال دون السن القانونية يستخدمون مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية، ويفتقر العديد من الشباب المهارات الرقمية لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بأمان^(٢)، وعززت الهواتف الذكية حالة عزلة كاملة بين الشباب، وهم يظهرون مشاعر لهواتفهم كأنهم أصدقاؤهم، في وجود أشخاص آخرين في نفس الغرفة.

وتكشف دراسة للصادق حسن عبد الصادق عن زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، حيث تتعرض نسبة ٤٢, ٧٩٪ لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة ٢١, ٥٢٪ للتلفزيون، ونسبة ٤٤, ٥٠٪ للإذاعة، ونسبة ٨١, ١٦٪ للصحف،

(1) Lenhart, Amanda; Kristen Purcell; Aaron Smith; Kathryn Zickuhr (February 3, 2010). "Social Media and Young Adults". Pew Internet & American Life Project. Pew Research Center. Retrieved 18 May 2013.

(2) Livingstone, Sonia; Ólafsson, Kjartan; Staksrud, Elisabeth (2013). "Risky Social Networking Practices Among "Underage" Users: Lessons for Evidence-Based Policy". Journal of Computer-Mediated Communication 18 (3): 303. doi:10.1111/jcc4.12012.

وكشفت نتائج الدراسة عن تفضيل الشباب الجامعي لموقعي اليوتيوب والفيس بوك، وموقع تويتر بصفة أساسية، وتنوع العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب ما بين الصداقة، العلاقات العاطفية، الدراسة والبحث العلمي.

وكانت دوافع التعرض النفعية في مقدمة دوافع الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والصحف مثل تعرف آراء الآخرين في مختلف القضايا في المجتمع الذي نعيش فيه، وتسمح بعمل روابط على صفحات أخرى على شبكة الإنترنت، وجاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة التالية مثل تقليل الإحساس بالوحدة، وفي المقابل جاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الأولى للتلفزيون والإذاعة ثم الدوافع النفعية^(١).

وتكشف الدراسة أن نسبة ٤٥، ٧٣٪ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف إقامة صداقات مع الآخرين، ونسبة ٠٧، ٩٪ بهدف الدراسة والبحث العلمي، ونسبة ٤٨، ١٧٪ بهدف إقامة علاقات عاطفية وتشير هذه النتائج إلى أن الهدف الرئيس من استخدام الشباب الجامعي يكمن في إقامة صداقات مع الآخرين^(٢).

ويمكن القول بحسب طلال العزّاوي بتعدد مصادر المعلومات لدى الفرد وتخطي الصحافة الإلكترونية حواجز عدة في تقديمها بين الوسائل الإعلامية، حيث: ٣٨، ٣٧٪ من أفراد العينة ممن يوافق على أن الصحافة الإلكترونية

(١) عبد الصادق حسن عبد الصادق. تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧ العدد ١ ٢٠١٤ ص ٣٣.

(٢) عبد الصادق المصدر السابق ص ٤٤.

مصدراً رئيساً في استيفاء المعلومات لديه، و ٤٨, ٥٪ ممن يوافق على أن التلفزيون هو المصدر الرئيس للمعلومات.

إن ظهور الصحافة الإلكترونية لم يؤد إلى إلغاء نظيرتها الورقية، ولكنها قلصت إلى حد كبير من جمهور الصحافة الورقية عبر تمتعها بمزايا منفردة عنها، فهناك: ٤٧, ٥٪ من أفراد العينة ممن يوافق على استخدام الصحافة الإلكترونية أكثر من الورقية، و ٥٥٪ ممن يوافق على تراجع شعبية الصحافة الورقية بظهور الصحافة الإلكترونية^(١).

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعي في البحرين الذي يتتمي غالبية إلى البحرين، يستخدمون الإنترنت بشكل كثيف، حيث أفاد ٧٦٪ من الشباب الجامعي أنهم يتعرضون للإنترنت بشكل يومي، وإن تفاوتت عينة الدراسة في المدة الزمنية التي يقضيها هؤلاء الشباب مع الإنترنت، حيث ذكر أكثر من ثلث العينة ٣, ٣٩٪ أنهم يستخدمون إنترنت أقل من ساعة في اليوم، بينما أفاد ٢, ٢٢٪ أنهم يتعرضون للإنترنت لفترة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين يومياً، في حين ذكر ٨, ١٤٪ أنهم يقضون أكثر من ساعتين في اليوم وهم يتصفحون مواقع الإنترنت، بينما ذكر ٧, ٢٣٪ أنهم لا يتعرضون للإنترنت كل يوم^(٢).

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٩, ٣٦٪ من الشباب الجامعي يتعرضون لموقع يوتيوب منذ فترة زمنية تتراوح بين ستة شهور إلى سنة، ويبرر ذلك أن

(١) طلال ناصر أحمد العزوي. اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية طلبة الجامعات في بغداد - عمان - دمشق نموذجاً رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك. ص ١٦٠.

(٢) د. رضا عبد الواحد أمين، نفس الدراسة.

عام ٢٠٠٨م كان أكثر الأعوام انتشارا وشهرة بين الشباب وأدى أدوارا كثيرة في الأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي

كما بينت الدراسة أن ٢٩,٥٪ من الشباب الجامعي في البحرين يستخدمون موقع يوتيوب في فترة زمنية تتراوح بين سنة إلى سنتين، في حين ذكر ٢٢,٩٪ من عينة الدراسة أنهم يتعرضون لهذا الموقع منذ فترة قصيرة نسبيا حددت بأقل من ستة أشهر^(١).

ويرى حماد المطيري ارتفاع مستوى التحديات التي تواجه الصحف الورقية الكويتية نتيجة التنافس الكبير بينها وبين الصحف الإلكترونية، وأن ما نسبته (٧٦,٧٪) من الشباب الجامعي الكويتي يقول: إن المنزل هو المكان المفصل للاطلاع على الصحف الورقية حيث تتوافر فيه كل مقومات الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، بينما بلغت نسبة من يطالع الصحف الإلكترونية في المنزل (٥٤,٨٪) وقد يعزي ذلك لوجود الاشتراكات في خدمة الانترنت في المنازل^(٢).

تقول الدكتورة بشرى: قام الإعلام الجديد بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنه لم يكن مفصليا في تسيير الأحداث. ففي مصر استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الانترنت. وكذلك في اليمن، يقتصر

(١) د.رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد.

(٢) حماد غريب المطيري. اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية «دراسة مقارنة»، رسالة ماجستير، تخصص الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن. (٢٠١١م).

عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عدد صغير، لا يواكب حجم الأحداث في الشارع اليمني. لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل أساس عن طريق الإعلام الجديد، ولكن نقطة الاتفاق الرئيس هي عن دور الإعلام الجديد في إيصال صوت الشارع العربي إلى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب «والنشاط التويتري» دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي^(١).

وخلصت دراسة د. تحسين منصور إلى ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الأردني بنسبة ٧٠،٩٣٪، واحتلال الفيس بوك المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٠،٧٢٪ لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى، وهذا يتفق مع الإحصائيات التي أشارت إلى أن عدد مستخدمي الفيس بوك قد تجاوز ٨٠٠ مليون مستخدم. وقد حظي الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى بنسبة عامة ٥٠،٠٪، ويستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة عامة ١،٣٨٪.

كما خلصت الدراسة إلى أن الاتجاه العام لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب هو المنزل، إذ تستخدم فيه الشبكات بنسبة عامة ٤٠،٨٦٪. وأن هناك خمس حاجات أو إشباعات يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الحاجات مرتبة

(١) د. بشرى جميل الراوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير / مدخل نظري، العدد ١٨ من مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام - جامعة بغداد 2012

حسب أولويات استخدامها وهي:

- ١- حاجات معرفية أو معلومات
- ٢- حاجات وجدانية أو سيكولوجية
- ٣- حاجات شخصية أو براغماتية
- ٤- حاجات اجتماعية وتواصل
- ٥- حاجات الهروب من الواقع بملء الفراغ^(١).

ويقول الأستاذ بجامعة الملك سعود، الدكتور أسامة نصار في دراسة له حول استخدام الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعي في الصحف المطبوعة والإلكترونية: أن ٦٠٪ تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً، بهدف التواصل مع الأصدقاء بشكل عام والتسلية والمتعة كغرض أساسي، إضافة إلى سعيهم لمعرفة ردود أفعال الجمهور، وضمان الانتشار لإنتاجهم الإعلامي.

وبحسب الدراسة، فإن موقع تويتر هو الأكثر تأثيراً لدى الصحفيين في السعوديين -والتي يستخدمونها بالدرجة الأولى أيضاً لترويج أعمالهم- ثم الانستجرام، كما أشار د. نصار إلى أن التويتر قد تسبب في إقالة مسئول سعودي، فيما ساعد الانستجرام على الإمساك بمجرم اعتدى على فتاة بال سلاح

(١) د. تحسين منصور رشيد منصور. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، «الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية»، جامعة الملك سعود- الرياض، ١٤-١٥ أبريل ٢٠١٢ ص ١٩.

الأبيض خلال ثلاث ساعات فقط، من خلال متابعة أحد الهواة^(١).

وتكشف دراسة للدكتورة نرمين زكريا خضر عن الآثار النفسية والاجتماعية الناتجة من استخدام الشباب في الجامعات المصرية: «أن معظم أفراد جماعات المناقشة المركزة (عينه الدراسة) على أن الميل إلى العزلة الاجتماعية، وأن يكون الفرد غير متفاعل اجتماعيا مع الأفراد التي يقابلها في عالمه الواقعي تمثل أخطر الآثار الاجتماعية السلبية للفيس بوك، أما على مستوى الآثار الاجتماعية الإيجابية الناتجة عن إقبال الشباب على الموقع والتعامل معه بكثافة تتمثل في التفاعل مع الأصدقاء، وإمكانية إضافة ما يسمى «صديق»، أصبح الهدف الأساسي لنشاط أعضاء الفيس بوك في مصر، طمعا في الوصول «لصديقات» جدد بالنسبة للذكور.

أما على جانب الآثار النفسية أكدت نسبة كبيرة من مجموعات المناقشة المستهدفة بالدراسة على سيادة الآثار النفسية السلبية للفيس بوك التي تفوق مثيلاتها الإيجابية (التي يتصدرها استغلال أوقات الفراغ والهروب من المشكلات الحياتية التي يواجهها الشباب، وعدم الشعور بالوحدة والانطواء....) ومن أخطر الآثار النفسية السلبية التي يتعرض لها الشباب الشعور بالاكئاب، وفقدان الثقة بالنفس، ونتيجة لدخول جهات مشبوهة لاستغلال الموقع من ناحية الدين والسياسة والجنس، ونظرا لمحاولات توعية المستخدمين لذلك الأمر، ترتب على ذلك توليد الخوف والقلق

(١) د. أسامة نصار. استخدام الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعي في الصحف المطبوعة والإلكترونية السعودية. الملتقى الدولي حول «الصحافة المكتوبة: أزمة أم تحولات»، معهد الصحافة وعلوم الإخبار تونس، ٢٠١٥.

وأحيانا الكذب وعدم تعامل مستخدمي الموقع بمصداقية مع الآخرين، بالإضافة إلى تباهي الخصائص والاختيارات التي تشغل وقتهم لفترات زمنية طويلة^(١).

وخلاصة ما أظهرته المناقشة المركزة مع المجموعات المختارة من جامعتي القاهرة والبريطانية أن الفيس بوك ممكن أن يكون ظاهرة إيجابية لدى الشباب المصري إذا ما أحسن استخدامه، وممكن أن يؤدي إلى نتائج إيجابية مثل الصداقة الهادفة البناءة، وأحيانا الارتباط والزواج، وإتاحة فرص عمل وتوظيف، والتعارف بشخصيات هامة وأصدقاء جدد، وتطوير العلاقات الاجتماعية مع الزملاء والأصدقاء وأفراد الأسرة، وأيضا الدفاع عن قضية هادفة للبشرية، ومحاولة محاربة العادات غير المرغوبة والدعوة إلى الإصلاح، فضلاً عن تجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة عن طريق الاشتراك في مجموعات^(٢).

ويرى تروبين كروك Troben Krogh تغييرات عميقة في المجتمعات نتيجة الثورة الاتصالية في الآتي: «إن المجتمعات المعاصرة تعيش اليوم ثورة اتصالات واضحة نتيجة للتطورات في مجال الاتصالات والكومبيوتر، مع التوسع الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري، ويطرح كروك رؤيتين مختلفتين عن أثر هذه الرؤية حسب تعبيره: المتفائلون يقولون إن تطور التكنولوجيا الحديثة قدم

(١) د. نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع فيس بوك. المنتدى العربي للعلوم

الاجتماعية والإنسانية. <http://socio.montadarabi.com/t3526-topic>.

(٢) د. نرمين زكريا. نفس المصدر.

للإنسان فرصاً غير مسبوقه للاتصال والتفاعل، ويشعر المعسكر الآخر بقلق عميق تجاه أثر هذه التطورات على استخدام العمالة والتفاعل الاجتماعي والتعددية الثقافية»^(١).

حالة الانتقال هذه أطلق عليها الفين توفلر الموجة الثالثة Alvin Toffler وهو يوضح الدخول في عصر المعلومات بعد العصر الصناعي، ويتحدث عن سد الفجوة مركزا على التعليم ويقارن مناهج الأمس واليوم والغد، كما يتحدث عن نهاية التكنوقراطية، وعن انقضاء صلاحية ديمقراطية التمثيل النيابي، ويخلص إلى أن المعرفة كوسيلة تختلف عن كل الوسائل الأخرى، لأنها لا تنضب، ويمكن استخدامها من قبل الطرفين.

وتصف كريس لافان Chris Laphan هذه الثورة بقولها: «عند بلوغنا القرن العشرين ظهرت قوتان تعبران عن نموذج الاتصال الجماهيري. الأولى: هي استخدام الكمبيوتر كوسيلة لمعالجة وتحليل ونشر المعلومات، والثانية: التطور المتسارع لوظيفة هذه التكنولوجيا لتطوير الاتصال بما يفكها من ارتباط بالزمن والمسافة، وقد كسرت نموذج الواحد إلى العديد One to many الذي كان يميز نظم الاتصال التقليدية، وأصبح بإمكان شخص واحد يملك كومبيوترا وخطا هاتفيا أن يصبح ناشرا»^(٢).

(١) للمزيد انظر:

Troben Krogh. Unesco Sources. No. 75. Dec. 1995 – JAN. 1996. UNESCO. Paris P:7.

(٢) للمزيد انظر:

Chris Laphan. Computer Mediated Communication Magazine. New York. USA

<http://www.metalap.unc.edu/cm8mag1995jullaphan.html> P:1. accessed

1612000.

ويقول تقرير التنمية البشرية لعام ١٩٩٩ م الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وهو يشير لأول مرة للآثار الاجتماعية للثورة الاتصالية: «إن تكنولوجيا الاتصال تجعل عهد العولمة عهداً متفرداً عن أي عهد آخر، فقد أدى وجود الإنترنت وأجهزة الهاتف المحمولة وشبكات الأقمار الصناعية إلى انتفاء المكان والزمان، وأدى الجمع بين الكمبيوتر والاتصالات إلى انفجار غير مسبوق في سبل الاتصالات في بداية التسعينات، فقد تحولت الإنترنت من أداة متخصصة في الأوساط العلمية إلى شبكة واسعة الاستعمال محدثة تحولاً في التفاعل الاجتماعي.

ويعد تحول ثورة الاتصالات إلى الرقمية بتغيير بعيد المدى عالمياً وداخلياً ومحلياً. فالاتصالات الشبكية تربط كل شيء بكل شيء آخر، خالقة مجتمعاً شبكياً يفترض تحولات معقدة ومتناقضة تتمثل في الآتي:

- ١- اللامركزية مقابل إعادة المركزية، فقد حلت محل الحدود الاقتصادية القديمة التي كانت موجودة حول الدول مراكز جديدة للقوة في القطاع الخاص. فالشركات المتعددة الجنسيات نشرت أنشطتها في شتى أنحاء العالم بفضل الاتصالات السريعة والزهيدة التكلفة. وفي الوقت نفسه كانت الاتصالات الشبكية قوة هائلة لتحقيق التكافؤ للمشاريع الصغيرة إذ مكنتها من المنافسة والنجاح في أماكن مريحة من السوق العالمي.
- ٢- التفتت مقابل الاندماج، فالوجود التقليدي لمجتمعات وطنية يخترقه الآن نشوء مجتمعات موصلة شبكياً تجمع بينهم السياسة أو الأصل العرقي أو المصالح أو الجنس أو العمل.

- ٣- المجانسة مقابل التنوع، إن صناعة الترفيه والإعلام العالمية التي نشرت الأفكار والثقافة والسياسة تسيطر على كل من شبكات التوزيع والبرمجة

بما يتضمن الأخبار والأفلام التي تبث تلفزيونياً عن طريق الكيبل والأقمار الصناعية في شتى أنحاء العالم، وفي الوقت نفسه أتاح انخفاض تكلفة التكنولوجيا تنوع الثقافات التي تُبث، فمواقع الإنترنت المتعددة اللغات والبرامج الإذاعية باللغات المحلية تصل إلى الجماعات التي تمثل أقلية»^(١).

ويلخص فضيل الأمين التغيرات التي حدثت للمجتمعات على إثر هذه الثورة في:

١- لم تعد المسافات عائقاً أمام الاتصالات مما أدى إلى إحداث أثر عميق في التركيبة التقليدية للتنظيم المكاني الرأسي الذي تقوم عليه الحياة البشرية، فالتنظيم المكاني الرأسي بدأ في الاختفاء تدريجياً لصالح التنظيم الأفقي العابر للحدود.

٢- أصبحت عملية نقل الكلام والنصوص والصور تخضع جميعاً لطريقة انسياب النبضات الكهربائية ولهذا فإن عمليات الفصل بين أساليب إرسال الرسائل المختلفة، الصوت والصورة والنص قد بدأت تنتهي عملياً.

٣- أدى هذا التطور التكنولوجي إلى خلق ما يعرف بمجتمع المعلومات، هذا المجتمع ستتسع فيه إطارات الترويج، فمعالجة المعلومات في هذا المجتمع أصبحت تشغل حيزاً أكبر في النشاط الإنساني.

٤- إن ثورة المعلومات هذه بقدر ما هي قادرة على توفير المعلومات بطريقة الاتصال الجماهيري فهي كذلك تسمح بإرسال رسائل معينة

(١) تقرير التنمية البشرية لعام ١٩٩٩م، صندوق الأمم المتحدة الإنمائي. نيويورك

لأفراد معينين تستجيب لاحتياجاتهم الفردية أو أعمالهم المتخصصة^(١)

لقد ظهر بيننا إذن اقتصاد جديد تتصل أركانه مع بعضها البعض عن طريق الشبكات، كما ظهر مجتمع معلومات يقوم على المعرفة، وقد تغيرت الطريقة التي يعيش بها الأشخاص، فيتعلمون، ويعملون، ويتفاعلون مع بعضهم البعض بصورة لا يمكن إعادتها إلى سابق عهدها. وتؤدي الثورة الرقمية إلى نشوء أشكال جديدة تماماً من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة داخل فضاء سبروني، وعلى عكس الثورة الصناعية التي شهدتها القرن المنصرم، فإن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنها الانتشار بشكل سريع والتأثير في حياة الجميع.

يقول آل غور: «إن التطورات في مجالات التكنولوجيا الاتصالية والكمبيوتر جعلت من الممكن نشوء نظام اتصالات كوني، وفي مدى سنوات قليلة فإن شبكة الشبكات Network of Networks ستساعد في جمع كل المجتمعات في العالم من خلال طريق المعلومات السريع، هذه البنية الأساسية للمعلومات ستسمح للناس من أي قارة في أي بلد تقريباً في كل أجزاء العالم من التفاعل بطريقة كانت مستحيلة من قبل، وسيصبح نظام المؤتمرات البعدية المصورة أمراً عادياً وممكناً من خلال هذه البنية، مثله مثل الفاكس، والأكثر أهمية أنه من خلال هذه البنية الأساسية ستتمكن من الحصول على المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده من المكان الذي نريده»^(٢).

(١) فضيل الأمين. من ثورة الاتصال الجماهيري إلى ثورة الاتصال الإلكتروني. مجلة قضايا دولية. معهد الدراسات السياسية، إسلام آباد. باكستان. ٦، ١٢، فبراير ١٩٩٥ م ص ٥.

(٢) انظر: Al Gore. Information Highway. World Almanac. Pharos Publishing. New York. 1995 P:35.

جدول: أوجه استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديد:

لا	أحيانا	دائما	أوجه الاستخدامات
١ بنسبة ٥ بالمئة	٦ بنسبة ٣٠ بالمئة	١٣ بنسبة ٦٥ بالمئة	وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومات
٢ بنسبة ٢٠ بالمئة	٨ بنسبة ٤٠ بالمئة	١٠ بنسبة ٥٠ بالمئة	وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء
١١ بنسبة ٥٥ بالمئة	٣ بنسبة ١٥ بالمئة	٦ بنسبة ٣٠ بالمئة	استخدام التدوين المصغر تويتر في التعبير عن الذات
٨ بنسبة ٤٠ بالمئة	٥ بنسبة ٢٥ بالمئة	٧ بنسبة ٣٥ بالمئة	استخدام فيس بوك في التواصل الاجتماعي
٥ بنسبة ٢٥ بالمئة	٢ بنسبة ٢٠ بالمئة	١٣ بنسبة ٦٥ بالمئة	استخدام يوتيوب في استطلاع مقاطع الفيديو
٠ بنسبة ٠ بالمئة	٣ بنسبة ١٥ بالمئة	١٧ بنسبة ٨٥ بالمئة	استخدام واتس أب في التواصل ومتابعة أخبار الأهل والأصدقاء
٣ بنسبة ١٥ بالمئة	٢ بنسبة ١٠ بالمئة	١٥ بنسبة ٧٥ بالمئة	استخدام انستغرام في تبادل الصور والفيديو
٢ بنسبة ٢٠ بالمئة	١٠ بنسبة ٥٠ بالمئة	٨ بنسبة ٤٠ بالمئة	مطالعة متدييات الانترنت والصحف الالكترونية
٣٢ بنسبة ٢٠ بالمئة.	٣٩ بنسبة ٢٤ و ٤ من عشرة بالمئة	٨٩ بنسبة ٦٥ و ٦ من عشرة بالمئة	محصلة استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد

خلاصات ونتائج:

- ما يلي استخدام وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومات: فإن ٦٥٪ من المبحوثين أجابوا دائماً، و ٣٠٪ يستخدمون هذه الوسائل أحياناً، و ٥٪ فقط لا يستخدمونها في البحث عن المعلومات، وهذا يؤكد بأننا نتعامل مع جيل يعتمد بشكل كبير على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات.
- بالنسبة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء ٢ بنسبة ٢٠٪، فإن ٥٠٪ من المبحوثين يستخدمونها دائماً، و ٤٠٪ أحياناً و ١٠٪ فقط لا يستخدمونها، وهذا معناه أن طيفا واسعا من الشباب على تواصل اجتماعي عبر الشبكات الالكترونية.
- ٣٠٪ يستخدمون التدوين المصغر تويتر في التعبير عن الذات، ٣٠٪ يستخدمون التويتر أحياناً ١٥٪ فقط لا يستخدمونه، وهذا معناه أن التدوين المصغر تويتر لا يتمتع بشعبية وسط المبحوثين.
- نفس الوضع بالنسبة لفيس بوك، فإن ٤٠٪ يستخدمون فيس بوك في التواصل الاجتماعي بينما تكشف البيانات وجود ٣٥٪ يستخدمونه و ٢٥٪ أحياناً، أي أن فيس بوك له شعبية لدى ٦٠٪ من المبحوثين، ولكن يتراوح استخدامه بين دائماً وأحياناً.
- يستخدم ٦٥٪ يوتيوب في استطلاع مقاطع الفيديو، و ٢٠٪ يستخدمونه للمطالعة أحياناً ولا تستخدمه نسبة ٢٥٪، وهذا يؤكد شعبية فيس بوك وسط المبحوثين.

- يستخدم ٨٥٪ واتس اب في التواصل ومتابعة أخبار الأهل والأصدقاء، و ١٥٪ يستخدمونه أحياناً، ولا أحد لا يستخدمه، وهذه النسبة لا تحتاج إلى تعليق.
- كذلك الأمر بالنسبة لاستخدام انستغرام في تبادل الصور والفيديو فالنسبة الأعلى، وهي ٧٥٪ يستخدمونه دائماً، و ١٠٪ أحياناً، و ١٥٪ فقط لا يستخدمونه.
- تتراوح شعبية منتديات الإنترنت والصحف الإلكترونية ما بين ٤٠٪ يطالعونها بشكل دائم، و ٥٠ بالمائة يطالعونها أحياناً، بينما يقول ٢٠٪ من المبحوثين أنهم لا يطلعون عليها.
- محصلة استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد تقول إن استخداماتهم للهواتف المحمولة يسيطر على المشهد الاتصالي في التعامل مع وسائل الإعلام الجديد، ذلك أن ١٠٪ من الشباب يستخدمون واتس اب، إما دائماً بنسبة ٨٥٪، أو أحياناً بنسبة ١٥٪، كذلك الأمر بالنسبة لاستخدامات انستغرام في تبادل الصور والفيديو فالنسبة الأعلى، وهي ٧٥٪ يستخدمونه دائماً، و ١٠٪ أحياناً، و ١٥٪ فقط لا يستخدمونه.