نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية.

Theories of Social Networks and their Impact on Traditional Media: A Study in Media Models.

لامية طالة [*1].

[1] كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

تاريخ الارسال: 2018/09/29 تاريخ القبول:2019/04/29 تاريخ النشر: 2019/06/16

****

ملخص: يشهد العالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام بشكل عام، والذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة ، كالنصوص والصور والأصوات والبيانات والرسومات والفيديو ؛ هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، ودفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال. وكان في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أشكال الإعلام الإلكتروني، فتأثير وسائل الإعلام الإلكتروني ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، إذا قطعت أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً ، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وخلقت الأهم بتوفير التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة، لتجد وسائل الإعلام التقليدية نفسها مجبرة على استنشاق نسيم الحداثة ومواكبة التطور المتلاحق في وسائل الإعلام الإلكترونية حتى لا تصبح جزءاً من الماضي.

كلمات مفتاحية: الشبكات الاجتماعية؛ الإعلام التقليدي؛ رأس المال الاجتماعي؛ الإعلام الشبكي، نظريات الشبكات الاجتماعية.

Abstract: The world today is witnessing rapid developments in the field of communication, which have been largely reflected in the field of information in general, which combined information technology and communication technology, resulting in a real multimedia market that allows the integration of many data from different sources, such as text, images, sounds, data and graphics And video, aiming to develop new forms of interactive multimedia products, and prompt users to buy them at a time when their use was limited to traditional media, while the user himself sought better spaces for expression and communication. The impact of electronic media has been increasing and unprecedented, if it has made great strides in mobilizing people to participate in public and political life in particular. It has undoubtedly surpassed the role of the traditional media. Communication and interaction between people to participate themselves and at different levels of culture in the making of the news and dissemination as quickly as possible, to find the traditional media itself is forced to breathe the breeze of modernity and keep abreast of the evolution of electronic media so as not to become a Part of the past.

Keywords: Social networks; Traditional media; social capital; Network Media, Theories of Social Networks.

[*] لامية طالة. **lamia.tll@gmail.com**

مقدمة: يعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني في توقيتات متزامنة "**فتحاً تاريخياً**" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، كما أعطى قنوات للتعاطي المباشر والحي والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر نظريات النظريات الاتصالية المعروفة ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال.

فتأثير وسائل الإعلام الإلكتروني ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، إذا قطعت أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وخلقت الأهم بتوفير التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة، لتجد وسائل الإعلام التقليدية نفسها مجبرة على استنشاق نسيم الحداثة ومواكبة التطور المتلاحق في وسائل الإعلام الإلكترونية حتى لا تصبح جزءاً من الماضي.

وقد أكدت الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية على قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح الدول، كما أنه قرع جرس الإنذار محذرا الإعلام التقليدي من الخطر المقبل، لأنه ببساطة يوجه دعوة مفتوحة للانحياز إلى لوحة المفاتيح "الكيبورد" بدلا من الورق، خصوصا أن المؤشرات لإحصائية كلها تشير إلى استمرار هذا النوع من الإعلام الجديد القائم على تكنولوجيا الانترنت والهاتف المحمول.

في المقابل لا يخفى على أحد أن الإعلام التقليدي ينطوي على تراتبية وينتظم بصورة بيروقراطية صارمة، كما أن الخبر والمعلومة يخضعان للطابع المميز للمؤسسة الإعلامية، وكل قارئ ومشاهد يتوقع نمطاً من المواد، بينما يستبعد نمطاً معيناً من المواد، يجعله أكثر مهنية في استقاء الأخبار وطرح الأخبار والموضوعات، كما أن لكل مؤسسة إعلامية أيديولوجيتها الخاصة التي تمثلها بشكل مباشر أو غير مباشر، وأغلب المؤسسات تقدم نفسها على أنها مؤسسة محايدة، إلا أننا يجب أن نكون حذرين من ادعاء الحياد، فالمؤسسة بناء واع على أصول وأسس محددة أي أن ثمة أسسا أخرى مستبعدة.

1-مو اقع التواصل الاجتماعي: مقاربة مفاهيمية: يعد مصطلح التواصل الاجتماعي مصطلح مركب من مفهومين، مفهوم التواصل ومفهوم الاجتماعي، وفي جمع بين المفهومين تعرف Evans التواصل الاجتماعي على أنه مشاركة تواصلية عبر الانترنت يتم من خلالها تداول

مختلف المعلومات والأخبار والصور والفيديوهات والمدونات الموجهة للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها.

يعد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة[1].

يحيل هذا المفهوم إلى مجموعة من المواقع على شبكة الانترنيت، ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما عرفه أحمد زايد بأنه العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية.

تعريف مو اقع التواصل الاجتماعي: مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، عكَس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

وقد شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنيت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات، ويأتي في مقدمتها موقع Facebook، Twitter، LinkedIn، Myspace، وغيرها.

وتتعدد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس Balas على أنها:" **برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة**".

وبالمثل يعرف بريس Preece ومالوني كريشمار Maloney Krichmar مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: " **مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج**"[2].

---

[1] رضوان بلخيري: **مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، الطبعة الأولى، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية-الجزائر، 2014، ص 19.

[2] خالد سليم: **ثقافة مو اقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية**، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2005، ص 56.

الإعلام الاجتماعي: "**وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل.**"

وتشير أيضاً 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 للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع** "[1].

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بكونها: "**منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهو ايات نفسها** "[2].

وتعرف أيضا على أنها: " **مو اقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم، يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال؛ مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الرو ابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر** " [3].

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها: " **مو اقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية** "[4].

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.

---

[1] بشرى جميل الراوي: **دور مو اقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، جامعة بغداد، 2012، ص 96.

[2] زاهر راضي: **استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

[3] Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison.: **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship,** Journal of computer Mediated Communication, vol (13) (1) , (2010) , p71.

[4] أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير: **فهم الإعلام البديل**، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009، ص24.

وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها:" **مجموعة من المو اقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة، ...)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحوها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الو اقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية** ".

وحسب بويد وإليسون Ellson &Boyd فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات عبر شبكة الانترنيت تسمح للأفراد بـ:

-بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.

-توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونهم الاتصال.

-عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة بهم والقوائم الخاصة بآخرين خلال نفس النظام [1].

ومن هنا نلاحظ أن تعريفات الشبكات الاجتماعية تتعدد وتختلف من باحث إلى آخر غير أن التعريفات التي أوردناها سابقا تتفق في عدد من النقاط وتختلف في أخرى، حيث نجد أن أغلبية التعريفات التي تتناول مواقع الشبكات الاجتماعية تركز في مجملها على تشكيل هذه الشبكات لما يعرف بالمجتمع الافتراضي وكذا للعلاقات التي تجمع أفراده والتفاعل بينهم هذا، إلى جانب التركيز على قضية الهوية التي تحدد من خلالها قوائم الأصدقاء الذين يكون التفاعل معهم عبر الشبكة، في حين يميل بعض الباحثين إلى تعريف الشبكات الاجتماعية عبر الانترنيت من خلال الخدمات التي تقدمها وهذا ما نلاحظه من خلال تعريف كل من بويد وإليسون.

يأتي هذا في الوقت الذي تركز فيه بعض التعريفات على الهدف من الدخول للشبكة وهذا ما ذهب إليه كل من بريس Preece ومالوني كريشمار Maloney Krichmar حيث ينظران إلى الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت على أنها موجهة من طرف سياسات معينة، وتخضع لمعايير ونظام معين يحدده البرنامج[2].

[1] Jamel Alrshad: **Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users : A Case Study of Facebook Beacon,** Master of Science Thesis, Department of Computer and Systems Sciences, Stockholm University : Royal Institute of Technology, 2010, p11.

[2] Michel Grossetti : **Communication électronique et réseaux sociaux**, In: Flux n°29, 1997. P11.

ومن خلال النقاط السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي التالي: " **مو اقع الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من المو اقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المو اقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون رو ابط مشتركة** ".

دواعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي أحد أشكال ومظاهر الإعلام الجديد الذي مهدت له شبكة الانترنت ويتسم هذا النوع من الإعلام بقدرته على مخاطبة الجميع دون وساطة عكس الإعلام التقليدي الذي يبقى مؤطرا ومهيكلا في مؤسسات وقد تمكنت وسائل الإعلام الاجتماعي من فرض نفسها عبر ساحة العمل الإعلامي وتحولت إلى منفذ اتصالي هام للصحفيين والمدونين الذين يتخذون من الإعلام البديل فضاء لتمرير رسائلهم وما يريدون نشره إعلاميا عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.

وتنفرد شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص إعلامية يرى الباحثون إنها محفز هام للإقبال عليها من قبل فئات واسعة من المجتمع وخاصة الشباب الذي يبدو أنه أكثر الفئات إبداعا وتحكما في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ومن الخصائص الإعلامية التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي نذكر الخصائص الآتية:

- تشكل إعلاما بلا وسيط يتيح المجال الفئات وساعة من أفراد المجتمع التعبير بآرائها وأفكار ونقل رسائل إلى مؤسسات وجماعات أخرى.
- تمتلك قدرة فائقة على تكوين وتغيير المواقف وإثارة الجماهير.
- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للجميع أن يكونوا مراسلين ومتلقين في آن واحد للمضامين الإعلامية.
- توفر شبكات التواصل الاجتماعي مساحات واسعة لمشاركة المستخدمين والتفاعل مع ما ينشر عبر فضائها الاتصالي.

إلى ذلك فشبكات التواصل الاجتماعي تستقطب الممارسين للعمل الإعلامي التقليدي وتتيح لهم التعبير عن أرائهم خارج الإطار المؤسساتي كما أنها تتوفر على خدمات نشر المادة الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية بشكل سهل غير معقد، وقد أسهمت الوسائط المتعددة في توفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الانترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة كما أنها

ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية وصورا ورسوما كاريكاتورية وفي المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الانترنت[1].

ومن الخصائص العامة المميزة لوسائل الإعلام الجديدة أنها قضت على مركزية وسائل الإعلام والاتصال ويتم إعداد بيئة وسائل إعلام المستقبل وفقا لاهتمامات الجماهير ورغباتهم، كما أن تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة جعلت من الصحافة تفقد أهميتها التقليدية، إذ أصبح فيض المعلومات الخام متاحا للجميع وأصبح أفراد المجتمع قادرين على مجادلة الصحفيين وتفنيد أرائهم بل ومنافستهم مما جعلهم يفقدون هيمنتهم على الأخبار والمعلومات وتتيح التكنولوجيات الحديثة في المجال الإعلامي والاتصالي خلق منتدى واسع للتواصل الاجتماعي حيث يستطيع الجمهور الانخراط في حوار متواصل ومتفاعل.

شبكات التواصل الاجتماعي من منظور النظريات والنماذج الإعلامية:

من بين النماذج النظرية التي يتم الاستناد إليها في وضع المؤشرات النظرية لتقييم أداء مواقع شبكات التواصل ما يلي:

أولا: <u>منظور التفاعلية الرمزية</u>: وهو يهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة ويركز على المفاهيم والمعاني، والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، ويرى أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضًا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا.

وهو يعد من بين الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين[2].

ثانيا: <u>نظرية ثراء وسائل الإعلام</u>: والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على

[1] فيصل أبو عيشة: الإعلام **<u>الالكتروني</u>**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، 2010، ص 94.

[2] أحمد فلاح العموش: **<u>الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي</u>**، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2009، ص 13.

القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر علي الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدي تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً.

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة[1].

ثالثا: <u>نظرية الشأن العام</u>: ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظراً للسمات التفاعلية التي تتسم بها، والتي يمكن أن تقود إلي مزيد من دمقرطة المجتمع من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الإلكترونية، ومعرفة إلى أي مدي يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا السياسية[2].

رابعا: <u>نظرية المشاركة الديمقراطية</u>: حيث تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري، وتؤكد علي دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال، وتؤسس حقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات ومعبرة عن معني التحرر من الأنظمة المسيطرة، وتفترض عدة فروض تتواءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية وهي: حق المواطن في النفاذ والوصول إلي وسائل الإعلام واستخدامها طبقاً للاحتياجات التي يحددونها، وأن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها، وأن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعاً

[1] وائل إسماعيل عبد الباري: **<u>مصداقية المو اقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري</u>**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، جامعة عين شمس، مصر، 2009، ص 78.

[2] وائل إسماعيل عبد الباري: **<u>مصداقية المو اقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري</u>**، مرجع سابق، ص 81.

للسيطرة المركزية القوية، وأن وسائل الإعلام التي تتسم بالتفاعل والمشاركة بتعاظم دورها في المجتمع الديمقراطي من الوسائل التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد[1].

2-نظرية الشبكات الاجتماعية: " المقولات الرئيسية":

من منطلق حقيقة مؤداها أن الشبكات الاجتماعية تعبر عن مرحلة من مراحل الوعي الإنساني، ومن منطلق أنها باتت تشكل واقعي اجتماعي له مردوده على الكيانات السياسية والاجتماعية، فإن الوقوف على إطار نظري تحليلي أصبح أمر مهم لتفسير واقع الشبكات الاجتماعية.

إلا أن الأمر يزاد صلابة في هذا الاتجاه وخصوصا بعد سقوط النماذج الكبرى والمستويات الكبرى من التنظير السوسيولوجي، فإن بؤرة الاهتمام النظري في تفسير هذا الواقع الجديد يقبع تحت منظار النظريات الصغرى، مع الأخذ في الاعتبار أن التنظير المرتبط بالشبكات الاجتماعية يحتاج إلى مرونة تفسيرية كونها ارتبطت بفكر ما بعد الحداثة وذلك على حد تعبير ماكسوايت Mc.Swite.

لقد ولدت فكرة التنظير للشبكات الاجتماعية من رحم علم الاجتماع، فلقد تبني التنظير الاجتماعي أطر تحليلية أبرزها التحليلات المرتبطة برأس المال الاجتماعي كمردود لدراسة فاعلية الشبكات، وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى مفارقة أساسية تتبلور في أنه على الرغم من ذيوع الشبكات الاجتماعية وانتشارها في الآونة الأخيرة إلا أنها لم تستطع أن تشكل نظرية متماسكة إلى حد كبير كأداة تحليلية في العلوم السياسية.

وتتزايد الصيحات على مستوي التنظير السياسي إلي تبني أطر تحليلية خاصة وأن فكرة الشبكات الاجتماعية أصبحت متغير سياسي فاعل في الآونة الأخيرة، وهنا برزت دعوة مؤداها ضرورة الاستفادة من الفرضيات النظرية المطروحة في علم الاجتماع في تفسير واقع الشبكات الاجتماعية، مع الأخذ في الاعتبار تأثيراتها على واقع الحياة السياسية.

[1] عيسى عبد الباقي: **الصحافة والإصلاح السياسي:" دراسة في تحليل الخطاب "**، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 123.

ويمكن بلورة الإطار النظري التحليلي في جزأين أساسيين الأول يتعلق بالمقولات الأساسية للشبكات على مستوي التنظير الاجتماعي، والثانية التركيز على رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية للشبكات الاجتماعية[1].

المقولة الأولى للتحليل النظري: مقولة البناء الشبكي:

تنطلق هذه المقولة من حقيقة مغزاها أن البناء الشبكي يمثل مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتمثل في الأفراد أو الجماعات أو كيانات مثل الشركات والمؤسسات، ويمثل البناء الشبكي الرابط بين الأفراد والمجموعات، وتعتمد هذه المقولة على فرضية عدم التداخل بين عناصر البناء الشبكي، فالبناء الشبكي ليس متفاعل كله كما في الفرضيات المرتبطة بالبناء الاجتماعي في التنظير التقليدي، فالتفاعلات المتبادلة التي تتم داخل البنية الشبكية لا يشترط أن تسري في الكيان الشبكي كله.

فالتفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم البعض أو الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو تهمل الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين داخل الشبكة، وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لدي بعض الأفراد داخل الشبكة ويسمي هؤلاء الأفراد بالسلبيين، ويعتمد البناء الشبكي علي دعامتين أساسيتين تتمثل **الدعامة الأولى في قوة الرو ابط**: والتي تعني أن الشبكات الاجتماعية والبناء الشبكي يستمد طاقته التي تسبب ذيوع وانتشار الشبكة على قوة الروابط بين الأفراد أو الجماعات، والتي يتمخض عنها متانة البناء، **والدعامة الثانية تتمثل في خواص الرو ابط**: والتي تتنوع بتنوع مجالات الاهتمام، التي تتعدد بدورها داخل البناء الشبكي.

ويتمحور البناء الشبكي في مجالين يتمثل الأول في **البناء الشبكي العالمي** والمتمثل في بنية تفاعلية عالمية تتضمن موضوعات ذات مجال عالمي لا تخص جماعة أثنية أو أقلية معينة ولكن تنصهر كل الأقليات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمي للشبكة، والثاني يتمثل في **البناء المحلي للشبكات الاجتماعية**: وهنا تظهر دور الجماعات المحلية التي خلقت لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية والتي يتمحور التركيز فيها علي الموضوعات والسياسات المحلية أو التي تخص جماعات بذاتها في إطار اهتمام داخلي، وتخضع البنية الشبكية في هذا المحتوى إلى تجانس الثقافي إلي حد كبير.

[1] وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012، ص 09.

ويضيف الباحثون في هذا الصدد رؤية مؤداها أن الأفراد والجماعات في إطار الشبكات الاجتماعية لهم القدرة علي التزامن بين البنية الكوكبية والبنية المحلية، وهنا يتهجن البعد الثقافي للأفراد ويجمع بين المحلية والعالمية ويترجم ذلك بوضوح فكرة الثقافة الرمزية cyber culture التي تتلخص في أنها ثقافة المتفاعلين في السياقات الافتراضية [1].

المقولة النظرية الثانية: مقولة الاعتماد المتبادل:

يمثل الاعتماد المتبادل مقولة أساسية مرتبطة بتحليلات الشبكات الاجتماعية، مع ملاحظة أن هذه مقولة تختلف باختلاف أدبيات العلوم الإنسانية، فإذا كان الاهتمام في أدبيات علم النفس النظرية تركز على المحور السلوكي في تفسير مرجعية الاعتماد المتبادل، فإن أدبيات العلوم السياسية ترتكز على فكرة نقل المعلومات باعتبار أن لها دور في تحليل الشبكات الاجتماعية من ناحية، ولها مؤثراتها السياسية من ناحية أخرى، بينما تركز أدبيات علم الاجتماع على تفسير الاعتماد المتبادل في سياقاته الاجتماعية.

والفرضية الأساسية للمقولة يمكن بلورتها في الجملة الآتية: " يلعب الاعتماد المتبادل دورا أساسيا في تبادل المعلومات بما يؤثر علي المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية والمنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات"، مع الأخذ في الاعتبار أن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات، وتتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية فالدوافع الترفيهية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية، مع ملاحظة دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية إذ أنها من الممكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تتهاون في قوتها بما يؤثر علي فاعلية الاعتماد المتبادل[2].

3-رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية للشبكات الاجتماعية:

لقد اشتق مفهوم رأس المال الاجتماعي من رأس المال، وكانت الوجهة الأولى اقتصادية من خلال كتابات كارل ماركس، إلا أن المفهوم اتسع ليشمل على أشكال متعدد من رأس المال منها رأس المال الاجتماعي والثقافي والديني.

ويرجع أول استخدام لرأس المال الاجتماعي عام 1916 وذلك إلى Lj Hanifan وهو المشرف الحكومي للمدارس الريفية في غرب فرجينيا والذي عرف المفهوم على أنه قوة اجتماعية كامنة

[1] وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، مرجع سابق، ص 09-10.

[2] وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، مرجع سابق، ص10.

تكفي لتحسين ظروف المعيشة يستفيد منها أفراد الجماعة تنشأ من التعاون بين أفراد الجماعة، أما على مستوي انتشار المفهوم فقد ظهر هذا المفهوم في أعمال بورديو Pierre Bourdieu، ثم تطور بشكل واضح في أعمال جيمس كولمان James Coleman ، وروبرت بوتنام Robert Putnam ، ورونالد بيرت Ronald Pert وغيرهم ، ويعد إسهام بورديو هو الأكثر إسهاماً في علم الاجتماع، إلا أنه لم يقدر له أن يكون الأكثر تأثيراً ، فالتأثير الأكبر كان مع جيمس كولمان ، أما الأفضل في الكتابات السياسية الأكاديمية يرجع إلي روبرت بوتنام.

فقد ربط بورديو 1984 بين رأس المال الاجتماعي والتحليل الطبقي حيث عرف رأس المال الاجتماعي علي أنه "رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الفرد من رأس المال المادي"، فهو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام، فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلي أحزاب سياسية أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية، فإنما يكون لنفسه رصيد اجتماعي وثقافي يزيد من مصالحه ومن رصيده من القوة والهيبة، ومن ثم تظهر الإمكانية في تحويل رأس المال الاجتماعي إلي رأس مال مادي مثلما يتحول رأس المال المادي إلي رأس مال اجتماعي[1].

وقد عرف كولمان رأس المال الاجتماعي 1988 علي أنه ليس كصور رأس المال الأخرى فهو لا يوجد في الأشخاص ولا في الواقع المادي وإنما يوجد في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ويتشكل من الالتزامات والتوقعات فيما بين الأفراد وإمكان الحصول علي المعلومات والمنافع [2].

لسنا بصدد طرح أطروحات رأس المال الاجتماعي النظرية لدى منظريه أمثال بورديو وكولمان وبوتنام ولين، ولكننا بصدد الوقوف عليه كأداة تحليلية يمكن من خلالها تفسير واقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، خاصة وأن الكتابات عن رأس المال الاجتماعي ارتبطت بالسياقات الواقعية، أما المفارقة هنا هو تأصيله على المستوى الافتراضي.

[1] انجي محمد عبد الحميد: **دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي: دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر**، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، المركز المصري للحقوق الاقتصادي والاجتماعي، القاهرة، 2010، ص 18.

[2] نادية أبو زاهر: **محاولة لفهم إشكالية رأس المال الاجتماعي**، مجلة علوم إنسانية، العدد 46، السنة الثامنة، 2010، ص 03.

ويتأسس رأس المال الاجتماعي على شبكة العلاقات الاجتماعية التي يملكها الفرد، والتي يحصل منها على رصيده في التفاعلات التي من الممكن أن تحقق مآرب ذات أبعاد متباينة له، ويتأسس ذلك على الثقة والمعايير، هذه الفرضية الأساسية لرأس المال الاجتماعي على السياق الواقعي[1].

أما على الصعيد الافتراضي يتأسس رأس المال الاجتماعي بناء علي شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الإنترنت، فالنقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي هي مجال التفاعلات، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الإنترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، وذلك عبر عدة من الخصال والسمات منها ما طرح لها Anita Blanchard بلانشرد وهورن Tom Horan على النحو التالي:

أولا: <u>الارتباط المدني الافتراضي</u>:

من خلال الدراسة المعنونة برأس المال الاجتماعي والمجتمع الافتراضي أشار كلا من بلانشارد وهوران إلي أن هناك نوع من الارتباط المدني بين أفراد التفاعلات في السياقات الافتراضية، ويقصد بهذا الارتباط التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلي السياقات الافتراضية والعكس، بمعني الاشتراك في المجموعات المنظمة عبر الإنترنت ذات الأبعاد الاجتماعية يؤسس على عنصرين الأول متمثل في **التبادل المعلوماتي**: ويدرك المتأمل لهذه المقولة أن التبادل المعلوماتي يسهم في طرح مجال للاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية والاجتماعية، وهذه الفكرة تربط مع الاعتماد المتبادل كمقولة لتحليل الشبكات الاجتماعية، ولقد اعتبر بلانشارد أن فكرة تبادل المعلومات من محددات تشكل رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية، حيث تطرح أوجه للتبادل الفاعل.

ويتمثل العنصر الثاني في **الدعم الاجتماعي:** والمقصود به هنا هو الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتأرجح هذه المنافع بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي[2].

ثانيا: لا <u>جغرافية رأس المال الاجتماعي الافتراضي</u>:

[1] عزت حجازي: **<u>رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية في العلوم الاجتماعية</u>**، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثالث والأربعون، العدد الأول، 2006، ص 21.

[2] وليد رشاد زكي: **<u>رأس المال الاجتماعي بين السياق الو اقعي والافتراضي</u>**، مجلة الديمقراطية، منشورات الأهرام، 2009، ص 12-13.

الفرضية الأساسية عند بوتنام لرأس المال الاجتماعي في سياقاته الواقعية تتبلور في مقولته: " كلما قلت تفاعلات الشبكات الاجتماعية الكثيفة، كلما قل احتمالية تشكيل رأس المال الاجتماعي"، ويربط هذا المنظور رأس المال بسياقاته الواقعية ذات الطابع الجغرافي والإطار الفيزيقي في التفاعل.

إلا أن الإنترنت ساهم في تشكلات جديدة وشبكات اجتماعية يطلق عليها بلانشارد شبكات اجتماعية كثيفة، وفي خضم هذا الإطار يمكن الإشارة إلى أن احتمالية تشكل رأس مال اجتماعي في المجتمع الافتراضي أمر يسير، وذلك لأن تفاعلات سياقاته لا تتم في إطار شبكة واحدة من العلاقات ولكن هناك شبكات كثيفة من التفاعلات يمكن الاستفادة منها في تحقيق منافع شتى، مع الأخذ في الاعتبار أن العلاقات الشبكية التي من الممكن أن تسهم في خلق رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية ترتبط باهتمامات المتفاعلين، فالتحليلات النظرية المرتبطة بتنظير رأس المال الاجتماعي يجب أن تراعي بعده الافتراضي في الشبكات الاجتماعية[1].

ثالثا: <u>رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتجانس الاهتمامات</u>:

يؤسس رأس المال الاجتماعي الواقعي بناء على مجموعة من المعايير والثقة التي تظهر خلال امتلاك الفرد لشبكة من العلاقات الاجتماعية، بينما في سياقات المجتمع الافتراضي تعطي الأولوية لمشاركة الاهتمامات، فالفرضية الأساسية لتفاعلات المجتمع الافتراضي تنطلق من خلال مشاركة الاهتمامات وذلك احد محددات تعريف المجتمع الافتراضي الذي يجمع بين أفراد من هويات متباينة ولكن استنادا إلي اهتمامات متجانسة.

فقوة رأس المال الاجتماعي الافتراضي مستمدة من شبكات العلاقات الاجتماعية التي تتم في رحاب الإنترنت، والتي تقوم على المصالح المتجانسة، والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة.

وتجدر الإشارة إلي إن تفاعلات المجتمع الافتراضي لا ترتبط بوقت معين، وهذا يعطي رصيد أكبر لشبكة العلاقات، إذ أن تفاعلات السياقات التي تتم عبر الانترنت تحدث خلال اليوم، فالمجتمع الافتراضي لا ينام [2].

[1] المرجع السابق، ص 14.

[2] وليد رشاد زكي: **<u>رأس المال الاجتماعي بين السياق الو اقعي والافتراضي</u>** مرجع سابق، ص 15.

4-أثر شبكات التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية:

أثار التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الاتصال وتقنية المعلومات في السنوات الماضية، عدداً من التساؤلات لاسيما بعد ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد "الرقمي"، الذي حول المتلقي إلى مرسل ومصدر للمادة الإعلامية، ومن هذه الأسئلة التي تفرض نفسها بقوة، «هل يمكننا القول إن زمن الإعلام التقليدي انتهى ؟»، أم إننا ينبغي أن ندرك حقيقة أن وسائل الإعلام لا تلغي بعضها؟، وهل يمكن اعتبار هذا الحراك الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والصحف الإلكترونية... ظاهرة طبيعية وعالمية؟، وهل يمكن لهذه المواقع والاجتهادات أن تنتزع لقب"**صاحبة الجلالة**"؟، أم يجدر ألاَّ يتم تضخيم كل ما سبق، واعتباره متنفسا وبوحا للجمهور فقط، من المؤكد أنه لا يمكن إخفاء الأثر الكبير الذي تركته شبكات التواصل الاجتماعي، على وسائل الإعلام التقليدية، فقد تحولت تلك الشبكات إلى ما يمكن تسميته بـ" **إعلام الشارع الحديث** "، مقابل إعلام النخبة " السلطة، السياسية، المعارضة، الاجتماعية...".
من الآثار الآنية التي أظهرتها شبكات التواصل الاجتماعي في المحيط العربي، على وسائل الإعلام التقليدية هي:

-**الأول: <u>التدفق الحر للمعلومات</u>**: فقد وفرت تلك الشبكات كمّا هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب، بل بالصوت والصورة، فيما سجلت وسائل الإعلام، محدودية في المعلومات التي تخص الاحتجاجات في المناطق العربية.

وقد لاحظنا كيف أفادت وسائل الإعلام بمختلف أصنافها، من المعلومات التي وفرتها تلك الشبكات، وأصبحت لدى الغالبية الساحقة منها، إن لم تكن جميعها المادة الأساسية والأكثر صدقية بخصوص أحداث الثورات والاحتجاجات.

يقول تركي العواد: « إن الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي يُعد ظاهرة عالمية تشكلت بسبب ثورة الاتصالات وتقنية المعلومات التي مكنت شعوب العالم من التواصل مع بعضها وأفرزت ما يسمى بصحافة المواطن »، مبيناً أن الإنسان في السابق كان يصوت لاختيار أشخاص يمثلونه ويتحدثون بالنيابة عنه في البرلمانات وحالياً أصبح يمثل نفسه بنفسه ويعبر عن رأيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات.

-**الثاني: <u>كسر احتكار الدولة، والطبقات السياسية، والاجتماعية القديمة للإعلام</u>**: وذلك بظهور وسائل إعلام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب وسائل أخرى مثل: المحمول والمدونات، وعموم الانترنت.

ذلك أن الإعلام التقليدي ما زال يحتل مساحة لا بأس بها على الخريطة، ويتمتع بمصداقية أكبر من الإعلام الجديد الذي لا يزال ينظر إليه بأنه إعلام غير المحترفين أو إعلام هواة، ولا يؤخذ به كمصدر للأخبار والتحليلات، ويشير إلى أن هذا لا يقلل من قدرته على فرض نفسه في الساحة، ولا يقلل من دوره في كونه أجبر كثيراً من المؤسسات الصحافية والإعلامية الرسمية، على إعادة النظر في أساليبها وأدواتها، وأكد أن الجهات الرسمية والنخب في الوطن العربي، لا يزالون يعولون كثيراً على الإعلام الرسمي ،ومتى ما أراد للإعلام التقليدي الاستمرار، يجب عليه إعادة النظر في أساليبه والاعتماد على التفاعلية بشكل أكبر، والعناية بالمضمون.

-**الثالث: تبدل الأدوار بين الشارع والسلطة**: فقد كان الشارع دائما يأخذ دور المستقبل والمتلقي، بينما بقيت السلطة تمسك بدور المرسل والمؤثر وصانع الخطاب الإعلامي، وقد أنقلب الأمر بعد الاحتجاجات، فقد أصبح الشارع في الغالب هو الفاعل، والصانع، وصارت السلطة، والنخب التقليدية معها في دور المنفعل، والمفعول بها والمستقبل.

-**الرابع: انتهاء عصر الأبوية الإعلامية**: لصالح عصر مفتوح، لا يخضع للصيغ القمعية الفوقية، التي تحكمت بوسائل الإعلام التقليدية.

حيث على الرغم من كونها ظاهرة عالمية إلا أن الشباب هم من الأكثر استخداما وتفاعلا عبر الانترنت ويعود ذلك إلى عدة أمور أهمها عدم وجود مجالات أخرى للتعبير، فالإعلام التقليدي له وجهات محددة، وهو انعكاس للمثقفين والنخب بالإضافة إلى عدم وجود وسائل أخرى للتعبير» [1].

وأوضح أن هذه العوامل تجعل الشباب يلجئون إلى عالم افتراضي للتعبير والتنفيس عما بداخلهم، مستدلاً بأنه عندما فتح المجال عبر الانترنت وبالتحديد عبر الصحف الإلكترونية، وجد المجتمع نفسه أمام حراك كبير على عدة مستويات.

ويرى عبد الرحمن الحبيب أن الإعلام الرسمي أو الخاص، يعكس ما يحدث في المجتمع ولكن بتحفظ، بينما النشاط الإعلامي في الانترنت يعكس كل ذلك بلا تحفظ وبفوضوية أحياناً، وهنا الاختلاف الرئيس بين الإعلاميين التقليدي والجديد.

[1] علي الحسيني: **أثر شبكات التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية**، مقال منشور في صحيفة صوت عراقي حر الالكترونية، شوهد بتاريخ 2018/09/17، على الساعة: 18:45 مساء، http://www.freeiraqivoice.com/2011/11/25/

ويؤكد أن الإعلام الجديد رفع سقف الحرية الإعلامية، وأصبحت من مصادر الأخبار، وهذا لا غضاضة فيه ولا يدعو لعبارة «الاعتراف»، فحتى في أمريكا أصبح الكثير من الأخبار تؤخذ من هذه المصادر.

والنتيجة هي؛ أن تأثير شبكات التواصل أرغم، وسيرغم وسائل الإعلام القديمة على إعادة النظر بكل مفاصلها، بدءا من إداراتها، وسياساتها، وتوجهاتها، وتعاطيها مع المعلومات الواردة، وحتى في تقنياتها التي هي بحاجة إلى تطوير سريع يختصر الكثير من محددات العمل الصحفي.

-**الخامس: <u>السلم الحضاري</u>**: إن العالم تقدم لمرحلة جديدة في السلم الحضاري من الصناعة إلى المعرفة والتقنية، وإذا لم يلحق المجتمع بالحضارة فسيجد نفسه في العالم القديم، فمن المهم أن يكون لنا مساهمات ولا نكتفي بالتعامل مع التقنية، وألاَّ نكون مستهلكين فقط، فلا بد من التوازن، ومن يصنع التوازن في أي مجتمع هو التعليم والمثقفون ولابد أن تكون علاقة الإعلام من صحف ومجلات وتلفزيون وسينما وغيرها، بالتقنية علاقة تفاعلية تناظرية، حيث أن مواقع التواصل أبرزت عدداً من المبدعين يمكن أن يكون لهم تأثير إيجابي كبير، لصالح الوطن والمجتمع.

في هذا الصدد يقول أحد الباحثين:" إن الواقع يقول إن هذه الاجتهادات الحالية على الشبكة العنكبوتية تنطلق بدون سقف، وهنا الخطورة، فالإعلام يقوم على أهداف والسؤال الذي يطرح نفسه هل هناك رابط بين الاجتهاد والهدف؟، وما الرابط بين الحرية المطلقة والاستراتيجيات؟، ففي أي بلد متقدم في العالم، لا يوجد شيء اسمه حرية بالمعاني التي نفهمها، فالحرية لديهم قائمة على أمرين مهمين، هما المعرفة والهدف، أي أن كل صحافي يفهم ماذا يريد، ومن لا يفهم فلن يجد له مكانا في الصحافة الحديثة في الدول التي تفهم تأثير الإعلام".

-**السادس: <u>نهاية الورق</u>**: يرى سلطان البازعي أن دور الورق في نقل المعرفة والمعلومات قد تضاءل وأن التقنية ستحل بديلا له، وقال: " دخلت التقنية في طريق التعليم، فالأجيال الجديدة تتلقى التعليم عن طريق الإلكترونيات، وأن الجيل الحالي الذي يشكل 60 % من المجتمع يُعد من أكثر مستخدمي الانترنت، فقد أتاح الإعلام الإلكتروني الفرصة للفرد أن يقول رأيه ويتلقى المعلومات دون سيطرة من أحد، فالإعلام التقليدي الذي يشمل الصحف والإذاعات والتلفزيون حتى في الدول الديمقراطية يمثل مؤسسات، لذلك هي لا تقبل الرأي الآخر، بينما أتاح الانترنت أو الإعلام الجديد للجميع أن يتقبل جميع الآراء، وأن يأخذ المتلقي الخبر والمعلومة من مصادر متنوعة".

وأكد البازعي أن الإعلام الجديد رفع سقف الحرية لدى الإعلام التقليدي وجعله يعيد النظر في طرق تقديم رسائله الإعلامية وأجبره على الانتقال إلى التفاعلية، مشيراً إلى أن عددا من القنوات الحالية أعطت مجالا للتفاعلية، حتى لا تفقد جزءا كبيرا من جمهورها[1].

-**السابع: قرية صغيرة**: الملاحظ أن الإعلام الجديد حقق حلم العالم الكندي مارشال ماكلوهان الذي كان يشير إلى أن وسائل الاتصال الجماهيري (الصحف، والإذاعة، والتلفزيون) ستجعل من العالم قرية صغيرة، إلا أن الإعلام التقليدي لم يحقق هذا الحلم، ليأتي الإعلام الجديد ويحقق هذه الرؤية، وأضاف " الإعلام الجديد أعطى المواطن حرية التعبير عن رأيه، ومكنه من التعبير والبوح بمشاعره وعواطفه، وبما لديه من مخزون ومشاعر، ومن مواقف وانطباعات، وهموم وآمال وطموحات وآراء في المشهد السياسي والاقتصادي والاجتماعي وكل مناحي الحياة". فقد وجد الشباب على صفحات هذه الشبكات الالكترونية ساحة واسعة ورحبة للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم ومواقفهم نحو الكثير من القضايا والأحداث والأنظمة والتواصل الفعال وتبادل الآراء والأفكار فيما بينهم، على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، بكل حرية وشفافية، وهو ما لم تستطع معظم وسائل الإعلام ووسائل الاتصال التقليدية تحقيقه لهؤلاء الشباب في العصر الحديث.

-**الثامن: دراما مثيرة**: إن التطورات المتسارعة في تقنيات الاتصال وتطبيقاتها الإعلامية تتسم بشيء من الدراما المثيرة، لذا تجدنا دائما نتسابق في وضع التوقعات حول تأثيراتها المحتملة، وكثيرا ما نميل إلى المبالغة في ذلك، ولو عدنا قليلا إلى التاريخ لوجدنا أن ظهور الإذاعة قد أثارت شيئا من القلق لدى الصحف، تخوفاً من تأثيرها السلبي عليها، وكذلك عند ظهور التلفزيون، ساد الاعتقاد بأنه سيؤثر سلبا على الإذاعة، وعندما ظهرت أجهزة الفيديو المنزلية، حسبنا أنه سيقضي على دور العرض السينمائي، ولا يعتقد بعض الباحثون أن القنوات والإعلام الجديدين سيقضيان على القنوات التقليدية، لكنه سيجبرها على تغيير قواعد اللعبة في العمل والممارسة الإعلامية، والدخول في حلبة المنافسة معها لاستقطاب أكبر شريحة من الجمهور المتمثل في القراء والمستمعين والمشاهدين[2].

[1] عبير الرحباني: **الإعلام الرقمي " الالكتروني"**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 89.

[2] Jean-Luc Michel : **Les réseaux sociaux et la communication politique : Entre identification et distanciation**, Université Jean Monnet, Saint Etienne, Version du 4 juin 2010, p 13.

وفيما يلي أبرز بعض **النقاط التي يتداخل ويختلف فيها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:**

-الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.

-أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أمانا لرجال الإعلام.

-ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.

-يشهد الإعلام الجديد نشاطا اقتصاديا غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.

-يشهد سوق الإعلام اليوم سباقا محموما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.

-يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

-ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد[1].

في الأخير يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق، ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

[1] أحمد عاشور: نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مقال منشور على شبكة الانترنت، شوهد بتاريخ 2019/01/28، على الساعة 15:04 زوالا، https://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html

5-علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي... بين التكامل والتصارع:

في علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، هناك مواجهة تثار بين أنصـار الطرفين، فبعض المتحمّسـين للإعلام التقليدي يرفضـون بشـدة الإعلام الجديد وبعض المتحمّسـين للإعلام الجديد يتنبئون بزوال بعض أشـكال الإعلام التقليدي كالصـحف الورقية مثلاً، لكن الواضح أن العلاقة بين الإعلامين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليسـت علاقة تصـادم أو إقصـاء، والدليل أن كل إعلام ظهر لم يلغِ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يلغِ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبوه ومحبوه.

ولعل الفروقات بين الإعلام الجديد والتقليدي تبقى متمركزة حول قضية (الحرية الفردية) التي تعدّ الفرق الجوهري بين هذين الشـكلين من الإعلام، فكل شـخص عبر وسـائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد، وبالتالي فالمحتوى الجيد للإعلام الجديد أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي، ولكن المحتوى السيئ للإعلام الجديد أيضاً أسوأ من المحتوى السـيئ للإعلام التقليدي، لعل أبرزها تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشـورة، وعدم الثقة بـالإخبـار والمواد الموجودة، ويبقى أهم تحـديين يواجههمـا الإعلام الجـديـد همـا جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.

ومن هذا المنطلق فإن مسـالة **التعايش بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني** تتمثل في بعض النقاط المهمة ندرجها فيما يلي:

1-أن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضـي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، يو اس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشارا.

2-العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الأخر، حيث أن صـناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات.

3-تعد سـرعة انتشـار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسـرع في التداول اعتمادا على شـبكة الإنترنت والأسـرع انتشـارا نظرا لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسـبة للإعلام الإلكتروني.

4-أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتليفزيون، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.

5-يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الأخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي، بينما قنوات التواصل الاجتماعي مثل (Facebook, Twitter, you tube, Blogs) فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الفردية.

6-الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيما وضبطا بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.

7-عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقا شاسعا، في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.

8-هيأ الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.

9-مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن إغفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.

10-في عالمنا العربية ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، فإن الرقابة دائما ما تكون سببا مقنعا لتنافر الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.

11-أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبيا، ولكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.

12-تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي، وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدية[1].

خاتمة:

ختاما يمكن القول بأن أساليب الشباب الجديدة في التواصل والتفاعل الالكتروني فيما بينهم قد تمكنت من التغلب على تأثير أجهزة الإعلام الرسمية والحزبية والخاصة، ووضعت هذه الأساليب العديد من قيادات هذه المؤسسات وقيادات المنظمات والأحزاب السياسية في مأزق كبير بعد أن اكتشفوا أن الزمن قد تجاوزهم وتجاوز أساليبهم البدائية، وشعورهم بالعجز عن مجارات تقنيات العصر واستيعابها، الأمر الذي أفقد الكثير من هذه القيادات السياسية والإعلامية التقليدية بريقها وقدرتها على التأثير في الشارع العربي الذي يشكل الشباب ابرز مكوناته وعناصره الفعالة في العصر الحديث.

ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

في الأخير يمكن القول أن تناولنا للإعلام الجديد وربطه بالإعلام التقليدي من منظور الإعلام الاجتماعي وشبكاته التواصلية مردُّه في الأصل إلى أن الإعلام الجديد ليس فقط إعلامًا جديدًا على مستوى التقنية بل إن جدَّته تكمن أيضًا على مستوى المضمون والمحتوى، وخاصة الفكر الذي يحمله والأنساق الجديدة التي من المفترض أن يفرزها سوسيولوجي ا داخل المجتمع لاسيما من داخل النسق التقليدي لحاجة الناس الأزلية للأخبار والصحافة.

[1] قينان عبد الله الغامدي: **التو افق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني**، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012، ص 16-17.

قائمة المراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1-أبو عيشة فيصل: الإعلام **الالكتروني**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

2-الرحباني عبير: **الإعلام الرقمي " الالكتروني"**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

3-بلخيري رضوان: **مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، الطبعة الأولى، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية-الجزائر، 2014.

4-بيلي أولجا جوديس ، كاميرتس بيلي ، كاربنتيير نيكو: **فهم الإعلام البديل**، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009.

5-سليم خالد: **ثقافة مو اقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية**، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2005.

6-عبد الباقي عيسى: **الصحافة والإصلاح السياسي:" دراسة في تحليل الخطاب "**، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.

المجلات العلمية:

1-أبو زاهر نادية: **محاولة لفهم إشكالية رأس المال الاجتماعي**، مجلة علوم إنسانية، العدد 46، السنة الثامنة، 2010.

2-الراوي جميل بشرى: **دور مو اقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، جامعة بغداد، 2012.

3-حجازي عزت: **رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية في العلوم الاجتماعية**، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثالث والأربعون، العدد الأول، 2006.

4-راضي زاهر: **استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.

5-رشاد زكي وليد: **رأس المال الاجتماعي بين السياق الو اقعي والافتراضي**، مجلة الديمقراطية، منشورات الأهرام، 2009.

6-رشاد زكي وليد: **نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا**، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012.

7-محمد عبد الحميد انجي: **دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي: دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر**، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، المركز المصري للحقوق الاقتصادي والاجتماعي، القاهرة، 2010.

الأطروحات الأكاديمية:

1-عبد الباري وائل إسماعيل: **مصداقية المو اقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، جامعة عين شمس، مصر، 2009.

المؤتمرات العلمية:

1-العموش أحمد فلاح: **الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي**، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2009.

2-الغامدي عبد الله قينان: **التو افق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني**، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012.

المو اقع الالكترونية:

1-الحسيني علي: **أثر شبكات التواصل الاجتماعي فـي وسائل الإعلام التقليدية**، مقال منشور في صحيفة صوت عراقي حر الالكترونية، شوهد بتاريخ 2018/09/17، على الساعة: 18:45 مساء، http://www.freeiraqivoice.com/2011/11/25/

2-عاشور أحمد: **نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي**، مقال منشور على شبكة الانترنت، شوهد بتاريخ 2019/01/28، على الساعة 15:04 زوالا، https://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1-Alrshad Jamel: **Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users : A Case Study of Facebook Beacon,** Master of Science Thesis, Department of Computer and Systems Sciences, Stockholm University : Royal Institute of Technology, 2010.

2-Boyd Danah M., Ellison Nicole B.: **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship,** Journal of computer Mediated Communication, vol (13) (1), (2010).

3-Grossetti Michel: **Communication électronique et réseaux sociaux**, In: Flux n°29, 1997.

4-Michel Jean-Luc: **Les réseaux sociaux et la communication politique : Entre identification et distanciation**, Université Jean Monnet, Saint Etienne, Version du 4 juin 2010.