

واقع القائم بالاتصال في ظل إفرازات الشبكات الاجتماعية

-دراسة مقارنة بين الوظائف التقليدية و الجديدة-

د.غروبة سلمى

جامعة باجي مختار -عنابة

labeled-presse@hotmail.fr-

تاريخ الاستلام 2019/02/25 تاريخ القبول 2019/05/23

ملخص

إن التطورات السريعة التي طرأت على ميدان الإعلام و الاتصال بظهور التكنولوجيات الحديثة أدت إلى تحول جذري في وظائف القائم بالاتصال ضمن المؤسسة الإعلامية من حيث طبيعة العلاقة بينه و بين الجمهور، طريقة تعامله مع المضمين المنتجة، و كذا كيفية تفاعله مع القائمين بالاتصال ضمن المؤسسات الأخرى.

و من خلال المقارنة بين الوظائف التقليدية و الجديدة التي اكتسبها الصحفيون من خلال استغلالهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، نحصر العديد من التحولات التي مست الخصائص و كذا التغير الحاصل في الوظيفة التي يقدمها القائم بالاتصال.

كلمات مفتاحية: التحولات الوظيفية، الفيسبوك، القائم بالاتصال، التفاعلية، الشبكات الاجتماعية

Communicator within social networks

A comparative study between traditional and new jobs

Abstract

The rapid developments in the field of information and communication with the emergence of modern technologies have led to a shift in the functionality of the various elements of the media process from the sender and the future and the nature of the content itself, especially after the traditional working methods were merged with the new media services and applications, As for the media, social media as a mainstay of their content, there are several problems that revolve mainly around the credibility of the article on the pages of these sites and the reality of their source

and their relation to the editorial policy on the one hand and the extent of their compatibility with the orientation of the journalist as such

All this has been reflected in the performance of the contact person within the media organization in terms of the nature of the relationship between him and the public, how he deals with the contents produced, and how he interacted with the communicators within other institutions.

In the course of the study, 30 questionnaires were distributed to Al-Shorouk TV employees from correspondents, program providers, editors and heads of departments. We found that their use of Facebook contributed greatly to increasing the interactive relationship between them and the public and made them take Facebook as an important source of news and monitoring. Audience views on what is being shown on the channel

Keywords: functional transformations, Facebook, communicative, interactive, electronic environment...

مقدمة

أصبحت القنوات التلفزيونية تلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي بسبب التفاعل الكبير بين هذه المواقع مع الجمهور المستخدم على المستويين الواقعي و الافتراضي، حيث سارعت لإنشاء صفحات لمحطاتها و برامجها تشرف مباشرة على إدارتها، مما يسمح لها بإشراك الجمهور بشكل منظم و فعال، إذ تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم مكوناً أساسياً من مكونات إنجاح هذه البرامج و إثرائها بما تقدمه كواجهة فعالة لإشراك المتابعين .

كما أن المؤسسات التلفزيونية أصبحت تلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إيصال رسالة معينة لمتابعيها سواء لتذكيرهم بمواعيد البرامج أو المسابقات أو العروض أو لتأمين واجهة تواصل من خلال تبادل التعليقات أثناء بث البرامج.

هذا الواقع الجديد أفرز عدة تغيرات في بنية العمل الإعلامي ككل، فما ميز العلاقة بين القائم بالاتصال و الجمهور فيما مضى يختلف عما هو عليه اليوم و ذلك في ظل الشبكات الاجتماعية التي أسهمت في بناء حقائق جديدة صارت تربط بين طرفي العملية الاتصالية.

كل هذه التطورات أفرزت واقعا مغايراً لذلك الذي ميز العمل الإعلامي في بداياته و هو ما دفع بالباحثين لاخوض في هذه المفارقة و اتجهوا للبحث في طبيعة العلاقة بين الأداء الإعلامي المستحدث و طبيعة الأداء الإعلامي الكلاسيكي.

يتمثل السؤال الجوهرى الذى يسعى هذا البحث إلى الإجابة عليه فى: كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعى على وظائف القائم بالاتصال ضمن الممارسة الإعلامية الحديثة؟

أهمية الدراسة:

تسربت مواقع التواصل الاجتماعى إلى جميع نواحي الحياة، حيث أصبحت تدل مساحة كبيرة فى حياة الأفراد و المؤسسات، و تأتي أهمية موضوع البحث انطلاقاً من معاينة مدى حضور مواقع التواصل الاجتماعى فى الفضاء الإعلامى، باعتبارها آليات اجتماعية لترسيخ حضورها وإدارة صورتها الذهنية، بحيث لم تعد هذه الوسائل مقتصرة على الاستخدام الفردى ذو الطابع الترفيهى، بل تجاوزته إلى السعى فى المشاركة الفعالة فى العمليّة الإعلامية و وصولاً إلى تغيير بعض كلاسكيات الأداء الإعلامى التقليدى.

انطلاقاً من هذا التصور، يمكن حصر أهمية الدراسة فى النقاط التالية:

1-إن تدنى الكثىر من المؤسسات الإعلامىة، على تنوع أشكالها و أنشطتها، لمواقع التواصل الاجتماعى فى أدائها المهنى قد غدا واقعاً يمكن ملاحظته بسهولة ويسر، و من هنا تتجلى ضرورة السعى إلى التعرف على ملامح هذا الحضور و تجلياته فى واقع الممارسة المهنية للقنوات التلفزيونية.

3-تعاظم تأثير الشبكات الاجتماعية لقدرتها الفائقة فى المجال الإعلامى، خاصة مع تطور أدواتها ووسائلها الاتصالية. و قلبها لوظائف القائم بالاتصال

4-الوقوف على المظاهر الجديدة فى الممارسة الإعلامية يمكننا من فهم التطورات الحاصلة على القائم بالاتصال كفاعل رئيسى فى العملية الإعلامية

5-قلة الدراسات التى تناولت هذه الظاهرة فى العالم العربى عموماً و الجزائر على وجه الخصوص. أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى:

- 1-التعرف على الدور الذى تساهم به الشبكات الاجتماعية فى تطوير أداء القائم بالاتصال
- 2-الكشف على علاقة التكامل بين الإعلام التقليدى و الإعلام الجديد داخل المؤسسة الإعلامية و انعكاسها على القائم بالاتصال أو الصحفى
- 4-إظهار أهمية الشبكات الاجتماعية فى تنافسية القائمين بالاتصال ضمن القنوات التلفزيونية .

منهج الدراسة و أدواتها

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تمت دراسة القائم بالاتصال ضمن مؤسسة الشروق تيفي لاستجلاء طريقة توظيفها لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء أدائها الإعلامي، متبوعة ببعض المقترحات حول كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي توظيفاً فعالاً، إذ أن الأخذ بها يساعد المؤسسات الإعلامية في تطوير أدائها الإعلامي، حيث تم الاعتماد على مصادر بحثية متنوعة ورقية و الكترونية و مقالات صادرة عن مخابر علمية، و تمت الاستفادة كثيراً من المناقشات و التفاعلات مع عدد كبير من الباحثين الأكاديميين المهتمين بنفس مجال البحث، إلى جانب الملاحظة المباشرة و المتابعة المستمرة لما يكتب و ينشر أكاديمياً و إعلامياً حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية.

كما اتبعنا منهج دراسة الحالة لصفحات العاملين في قناة الشروق من خلال صياغة استمارة تحليل مضمون هذه الصفحات لرصد أهم التغيرات الوظيفية التي طرأت على موظفي قناة الشروق تيفي كقائمين بالاتصال

مواقع التواصل الاجتماعي :

اجتهدت الكثير من القراءات في تقديم تعريفات متعددة لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بمراجعيات فلسفية مختلفة، لكنها تشترك في مجموعة من الملامح الكبرى تجمع بين الإحالة إلى فعل الاتصال و التقاسم و التشاور و التفاعل و التبادل و غيرها. وعلى ضوء هذا فإن انتشار و استخدام هذه الوسائط في الحقل الإعلامي يخضع اليوم للعديد من المعالجات و التحليل يصعب معها تقييم العديد من الآثار التي يمكن أن تترتب عن و لوج هذه الأخيرة في مجال تكنولوجيات الاتصال.

إن مواقع التواصل الاجتماعي ماهي إلا تعبير عن فلاسفة الويب 2.0 القائمة على تثمين المستخدم و الإغلاء من فردانية، و الإنتاج الماشترك للمعاني، إذ لم يعد هناك منتج وديد للدلالة، بل غدا هذا الإنتاج عملاً جماعياً تشارك فيه جماعات من مشارب شتى. و تستثمر هذه المواقع الاجتماعية الذكاء الاجتماعي ضمن رؤى قائمة على التعاون، فمن خلالها يتفاعل الأفراد و الجماعات في ما بينهم في خلق مضامين الكترونية و تنظيمها و فهرستها و تغييرها و إثرائها باستمرار. فبعض الباحثين يرى أن "مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن نسيج معقد من المواقع و البرامج و منصات البيانات التي تسمح بالتواصل بين الأفراد من مختلف الجنسيات المشارب الحضارية (01). حيث تهتم شبكات التواصل الاجتماعي "بالثقافة الرقمية التي تتيحها شبكة الانترنت

للبرشر على أنها أفق مفتوح لنصوص المبدعين و قرائها، و تتيح التجربة البصرية للنص الالكتروني عبرها إمكانيات التفاعل اللحظي بلا حدود و دون إعاقات جغرافية، تفاعل على كل الأصعدة قراءة و تأثرا و كتابة و تدخلا في الكتابة و تشاركا في الكتابة أيضا (02).

و تقوم شبكات التواصل الاجتماعي أساسا على المشاركة و التفاعل، و يمثل المتلقي محور العملية التفاعلية، فالنصوص و الصور و الفيديو و الرسوم تتسم بانفتاح البنية و مستمرة المصدر، فهي مرتبطة بوصلات تكميلية تعتمد على إسهامات المستخدمين، فشبكات التواصل الاجتماعي منظومة اتصالية تتعاظم بشكل مستمر، و يظهر في الشبكات الاجتماعية النشر و التدوين و القراءة و المشاهدة و الاستماع و البحث و الطباعة و الكتابة و الدرشدشة (03).

و يشير كورمز ملاؤه إلى إن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي "يستخدم لوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات و مناقشتها و تبادل التجارب الإنسانية بين الأفراد و ذلك بطريقة أكثر فاعلية قائمة على التفاعل و بناء العلاقات الاجتماعية بصيغ تختلف عن تلك الموجودة في الواقع الفيزيائي" (04) و رغم التباين الموجود بين مجموع هذه التطبيقات الاجتماعية إذ تفاوتت ميزة التفاعلية بينها، و بالتالي مدى الإقبال على تبنيها، و تميز بعضها ببساطة استخدامه بينما يحتاج البعض الآخر إلى مهارات لا تتوفر لكل المستخدمين، إلا أنها تتقاسم مجموعة من الخصائص التي يمكن إجمالها فيمايلي:

- التفاعل: هو نوعية برامج ما يتيح للمستخدم التدخل في سير الأحداث، أي إتاحة إمكانية التفاعل مع المعلومة. و الوسيط التفاعلي هو وسيط يعطي فرصة المشاهدة و التصرف معا، فمثلا عند تصفحك لقرص مضغوط فانه بالإمكان في كل لحظة الانتقال من موضوع لآخر، تقطيع فيديو، تنفيذ بحث...و لا يلزم ذلك سوى النقر على الأيقونات أو على كلمات المفاتيح (05).
- المشاركة: تشجع هذه الوسائط كل الأفراد المهتمين بموضوع ما على المساهمة في التبادل و التغذية الراجعة، حيث تسقط الحواجز و تصبح الحدود أكثر ضبابية بين الوسائط و الجمهور.
- التكامل: و يقصد به الجمع بين مجموعة من الوسائط (صور، نصوص، أصوات...) على نفس الوعاء لتجعل منه كلاً متكاملاً. أو هو المزج بين عدة وسائل لخدمة فكرة أو مبدأ العرض فمتعدد الوسائط هو مجموعة التقنيات و منتجاتها المشتقة التي تعرض المعلومة في شكل مركب بين النصوص، الأصوات، الحركات و الفيديو (06). فمتعددات الوسائط هي

ربط متكامل بين النصوص و الأصوات و الصور و الفيديو و تقنيات التحريك بشكل يجعل من الممكن عرض المعلومات في شكل نصوص تتزامن مع صور و صوت و حركة (07)

● كثافة الارتباط: يتأسس الويب الاجتماعي ويحتفي به مستخدموه بناء على إحدى الخصائص الأساسية، وهي تسهيل وتيسير الترابط بين الجماعات والمضامين، ويتجلى ذلك في خاصية الروابط أو الوصلات، حيث ترتبط المضامين والأفراد والمصادر ببعضها البعض.

● التحكم: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الإبحار بمختلف البرامج حسب قدراتها، كما يمكن الكمبيوتر من السيطرة على الوسائط الأخرى كشرائط الفيديو والأسطوانات وهو ما يساعد على تطوير الاستراتيجيات المعرفية. وتظهر القدرة على التحكم فيما يتم عرضه وضبطه عند اعتبار زمن العرض وتسلسله وتتابعه بما يجعل ذلك أكثر فاعلية وتشويق وإثارة (08)

● الجماعية: تسهل هذه المواقع قيام المجموعات بسرعة التواصل بفاعلية، وتتيح لها بناء على الاشتراك في الاهتمامات وتقاسم الأفكار والآراء والصور والفيديوهات وغيرها.

● الانفتاح: تميل إلى تهمين التغذية المرتدة والمشاركة، حيث تشجع على التصويت، والتعليق، وتقاسم المعلومات، وتقل فيها العوائق أمام الدخول أو الاستفادة من المضمون، فلا وجود لكلمات مرور للوصول إلى المضامين المتاحة والاستفادة منها.

● التقديم: يمكن استخدام الموضوعات المعرفية من خلق تقديم جيد يساعد المستخدم على تدصيل أفضل وهذا ما تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي من إتادته بحيث تقدم المعلومات بطرق غاية في الإثارة غير ربطها بأنظمة معلومات أخرى.

التحولات الوظيفية للقائم بالاتصال:

تعددت الرؤى لمفهوم القائم بالاتصال وفقا لنماذج بحثية مختلفة ومختلفة وأكدت التفاعلية مقاربات نظرية أثارت تغييرات ملموسة تخص المرسل أو القائم بالاتصال، وتكمن أهمية تحديد المفهوم في تحديد المعايير التي يلتزم بها الصحفيون في عملهم واختياراتهم ونشرهم للمواد الصحفية في ظل التغييرات التي رافقت استخدام الشبكات الاجتماعية في الممارسة الإعلامية كواقع إعلامي جديد.

مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاتصالية:

يرجع بعض الباحثين دوافع اعتبار القائم بالاتصال مصدرا للرسالة الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقبالها وجمعها، ولكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها وهو الأمر الذي أكدته دراسات "كورت لوين" Kurt Lewin أنه على طول المراحل التي تقطعها الرسالة الاتصالية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ القرارات عما يدخل ويخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها هذه الرسالة حتى تظهر في وسيلة الاتصال تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو الأفراد تقدير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد ادخال تغييرات عليها، لهذا فإن نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها والشخصيات التي تملك هذه السلطة التقريرية، يصبح لها أهمية كبيرة في انتقال المعلومات (09)

وتعتبر نظرية حارس البوابات من أهم المقاربات النظرية التي أعطت للقائم بالاتصال دورا مهما ومحوريا في السلسلة الاتصالية بالمنظور التقليدي لما كان له من أهمية بالغة في صناعة المحتوى الاتصالي وهذا ما تجلى بصفة أساسية من خلال مميزات القائم بالاتصال في العمل الإعلامي حيث أنه وعلى مدار عقود من الزمن ظل الصحفي أو من يبث المعلومة للجمهور في عديد الأحيان يفوق أهمية ما يبثه وهذا ما اتضح من خلال بروز نخبة من الإعلاميين في مختلف المؤسسات الإعلامية بأنواعها وانعكس ذلك على حضورهم وقوة تأثيرهم في الجمهور وهو ما تذهب نظرية حارس البوابة لاعتباره أهم عنصر في المنظومة الاتصالية.

فبرغم تعدد المؤسسات الإعلامية وتناولها في عديد المرات لنفس المادة الإخبارية إلا أن تأثيرها وسط الجمهور يختلف باختلاف من ينقل المعلومة للجمهور وهذا دليل آخر على الأهمية البالغة التي كان يحوزها القائم بالاتصال في العمل الإعلامي التقليدي باعتباره محورا أساسيا لسير العملية. كل هذا من خلال جملة من الخصائص والسمات التي كانت تميز القائم بالاتصال والتي سنستعرضها في شكل مقارنة مع أهم التغييرات التي طرأت على القائم بالاتصال في العملية الإعلامية أي "الصحفي".

وقد اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها".

أو أن القائم بالاتصال هو "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية". كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسائل الإعلامية".

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور (10)

مميزات القائم بالاتصال :

إن أهم المميزات التي تميز القائم بالاتصال كصحفي في العمل الإعلامي أو كمرسل بشكل عام على طول السلسلة الاتصالية لا تفرق كثيرا سوى باختلاف خصوصية الممارسة الإعلامية كمنشط كان على مدار عقود يعتبر نشاطا نخبويا .

- والتطرق لمميزاتها لا يمكن أن يتم سوى بالتطرق أولا لأهم ما يجب أن يتوفر فيه من أساسيات :
- امتلاكه للمهارات الاتصالية ، وقد حددها الباحثون الأوائل بخمسة مهارات وهي : الكتابة ، التحدث ، القراءة ، الإنصات ، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال. وقد ظلت هذه المهارات على مدار فترة طويلة من الزمن هي المحددة لمدى قدرة القائم بالاتصال على الإقناع وإيصال الرسالة في إطارها الصحيح وبالتالي تحقيق الغرض المنشود منها ،فما كان يصنع الفارق بين القائمين بالاتصال خصوصا في المنظومة الإعلامية القديمة كان يرتكز أساسا على امتلاك كل واحد فيهم لكم كبير من المهارات المذكورة ومدى تحكمه فيها بما يتيح له التموقع بين الجمهور وبالتالي تعزيز قدرته على الإقناع .
 - اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال .إذ أن القائم بالاتصال لا يمكن له ان يحقق أهداف الرسالة الاتصالية بشكل واسع إذا لم يكن مقتنع بما يقدمه و هذا بتضح جيدا في الحديث عن العمل الإعلامي فيما سبق إذ أن الصحفي لا يكتب في بدور ناقل لما تقررته إدارة التحرير من مضمون إعلامي للجمهور بل أنه عليه أولا ان يتقبل ما يقدم له من مادة كي ينقلها في قالب معين يمكنه من الحصول على القبول والاقناع لدى الجمهور وهذا ما يفسر تداول الصحفيين على العديد من المؤسسات الإعلامية ، بسبب عدم تطابق قناعاتهم مع الخط العام للمؤسسة أي السياسة التحريرية التي سنفسل فيها لاحقاً
 - الإطار المعرفي للقائم بالاتصال ومدى تخصصه بالموضوع الذي يعالجه فذلك يؤثر في مدة فعاليته. فكلما كان الصحفي على إمام واسع بالموضوع المقدم كلما زاد من أثره وبالتالي أضاف له الكثير من المصداقية والدجة وهو أساس العمل الإقناعي الذي يعتبر

جوهـر العـ مل الإعلـا مي التقلـا يدي
- الإطار المرجعي للقائم بالاتصال و تأثيره بالنظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال، لأن تموقع القائم بالاتصال وسط الجمهور ومدى توافقه مع الإطار المرجعي لهم يخلق نوعا من الجاذبية التي تعتبر مرحلة أساسية في نشاطه إذ أن تقبله كمرحلة أولى من قبل الجمهور يؤدي بالضرورة للإصغاء لما يبثه من معلومات وبفضل امتلاكه للمهارات السابقة والقدرة الإقناعية فهذا بالضرورة يؤدي إلى خلق تفاعل إيجابي من قبل الجمهور تجاه ما يتلقاه من مضمين وبالضامين والتالي إنجاح العملية الاتصالية
- معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته، ويتم ذلك حسب "وارين بريد" بعدت طرق منها:

- القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة
- عن طريق الاحتكاك مع زملاءه ذوي الخبرة في المؤسسة.
- عن طريق توجيهات رئيس التحرير.
- عن طريق الخبرة التي يحوزها مع مرور الوقت.(11)

كل هذا من شأنه أن يعزز لدى القائم بالاتصال إمكانية مواصلته في مؤسسة إعلامية دون أخرى فمدى توافقه مع خطها التحريري يحدد بالضرورة نوعية أدائه فيها، فكما أجمع المختصون في المجال فإن السياسة التحريرية لا تجدها مدونة عند مدخل المؤسسة بل نتيجة الاحتكاك والعمل المتواصل يتكون لدى القائم بالاتصال فهم طبيعي لها ويحدد انطلاقا منها استمراريته فيها من عدمها، فأى خلل في التوافق بين الطرفين يؤدي بالضرورة لمشاكل عديدة في بث الرسائل الاتصالية وبالتالي يخل بجوهر العمل الإعلامي باعتباره نشاطا اتصالي في الأساس.

أهم الفروقات بين سمات القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية و الإلكترونية :

أصبحت الشبكات الاجتماعية منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية، كما أصبحت تتمتع بجمهور كبير وسمات خاصة تجعلها قادرة على جذب الجمهور، وعلى تغيير المضمون الإعلامي وطريقة عمل الصحفيين وصناعة الأخبار وطرح تصور جديد للعلاقة بينها وبين الجمهور، ومن بين هذه السمات: التفاعلية والفورية والالتزامية وتجاوز الحدود المكانية واللامركزية والمرونة وغيرها، كما خلقت لذاتها مجموعة خاصة من القيم وأساليب العمل التي تتفق مع طبيعتها.

أما عن أبرز الفروق بين القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية و الإلكترونية فهي كالتالي(12):

- عدد القائمين بالاتصال : يصل عدد الأفراد القائمين بالاتصال إلى المئات في وسائل الإعلام التقليدية، لكل منهم دور و وظيفة و مهمات يقوم بها عند مرحلة معينة من مرور المادة الإعلامية، بينما وسائل الإعلام الحديثة في ظل الشبكات الاجتماعية قلصت إلى حد كبير عدد القائمين بالاتصال الذين يضطلعون بالمهمات التحريرية للمادة الإعلامية ، و اتخاذ القرارات الخاصة بالنشر و البث و الإذاعة ، كما أصبح الفرد الواحد يقوم بعدة مهام في نفس الوقت، منها جمع المادة الإعلامية ، و اتخاذ قرارات حراسة البوابة و لكن من ناحية أخرى تزايد من عدد القرارات التي ينبغي على القائم بالاتصال اتخاذها، كما تزايد من عدد المهام التي يقوم بها.
- طريقة توصيل الأذبار: أفرزت الشبكات الاجتماعية أشكالاً و وسائل حديثة من توصيل الأذبار و المعلومات لم تعدها و وسائل الإعلام التقليدية إذ أصبح بمقدور القائم بالاتصال دفع المادة الإعلامية إلى الجمهور باستخدام البرامج الحديثة التي تساعد في توصيل المادة الإعلامية إلى الجمهور بطريقة حديثة غير مسبوقه، و على نشآت حواسيبهم الخاصة مثل برامج "point cast" و هي آلية تساعد كلا من القائم بالاتصال و الجمهور على المشاركة في اتخاذ القرارات الإعلامية بشأن ما يبث و ما يقرأ و ما يشاهد ، إذ تسمح هذه الوسيلة الحديثة للجمهور بتحديد ما يريده من قوائم محددة و مصادر معينة ، و يتم بث مضامينها إلى الجمهور على مدار الساعة كما أصبح الجمهور قادراً على الوصول إلى الأخبار الخام أو الأصلية بشكل فوري فالأخبار و المعلومات تتدافع بلا توقف، و تتجدد دون فاصل زمني يذكر وفقاً لما يختاره منها.
- المضمون الرقمي و القائم بالاتصال : مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات في البيئة الالكترونية تغيرت مراحل العمل التقليدي في مجال القائم بالاتصال، سواء في طريقة إنتاج المواد أو استهلاكها، كما أثرت في كم و كيفية سرعة الإنتاج لهذه المواد الإعلامية و كذلك في طريقة استقبالها أو بثها و سهولة التعامل معها و تحريرها و صياغتها و نسخها و استرجاعها، و هو ما أدى إلى زيادة المهمات و سهولة التعامل معها و تحريرها في بعض المراحل عن غيرها ، إذ بينما قل الجهد الذي يبذله في الحصول على المادة الإعلامية فقد زادت مهماته في مجال معالجة المعلومات والأخبار و صياغتها و تحريرها عن ذي قبل كما زاد عدد القرارات التحريرية و التكنولوجية التي ينبغي اتخاذها ، كما أتاح الشبكات الاجتماعية إمكانية إلغاء بعض المهام التقليدية للقائم بالاتصال و اتخاذ قرارات بشأن مواد إعلامية معينة دون سواها أو تصنيفها أو تبويبها بطريقة ما أو أخرى ، إذ أصبح بمقدور

القائم بالاتصال في ظل مواقع التواصل الاجتماعي توليف موقعه الإعلامي لاختيار مواد أو أخبار أو معلومات معينة من مصادر محددة و بثها بشكل تلقائي و آلي بدون تدخل بشري في عملية اتخاذ القرارات.

لكن من ناحية أخرى أوجدت هذه الشبكات عدة إشكاليات أخلاقية منها سهولة التعدي على ممتلكات الآخرين و نسبها لغير أصحابها من القائمين بالاتصال الأصليين ، كما سهلت عملية التشويه و التحريف و التحوير في المضمون الإعلامي ، كما تراجع دور جامعي الأخبار في ظل الشبكات الاجتماعية في مقابل تصاعد دور معاجلي الأخبار و البيانات و المعلومات حديث لم يصبح من الضروري نزول الإعلامي إلى الميدان و جمع المادة الصحفية ، إذ أصبح بمقدوره تجميع هذه المادة و الاتصال بأطرافها و مصادرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي و هو أمر يؤدي إلى تراجع القائم بالاتصال بأداء أدوار مهنية مهمة .

طبيعة عمل القائم بالاتصال : بالرغم من السمات الخاصة و المتميزة للبيئة الإعلامية الالكترونية فإن القائم بالاتصال في هذه البيئة لا يزال يقوم بنفس المهام التي يقوم بها في البيئة التقليدية، سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها و إن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها ، و زادت أهمية بعضها عن بعضها ، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار أن للشبكات الاجتماعية سمات خاصة تفرض مهام جديدة على القائم بالاتصال العامل بها ، بحيث لم يعد يقتصر عمله على اتخاذ القرار بنشر مادة معينة و حجب غيرها ، إذ أصبح عليه اتخاذ عدة قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة و الروابط المتضمنة فيها و الصور الرقمية الخاصة بها و نوعيه الأصوات المصاحبة لها ، و الرسوم التوضيحية و الجرافيكية و الخرائط و قواعد المعلومات المناسبة لها ، و روابط البريد الالكتروني كما زادت من عدد التساؤلات التي يطرحها القائم بالاتصال على نفسه أثناء عملية اتخاذ القرار بشأن مادة معينة مثل : هل يكتفي ببث النص الإعلامي و الإخباري أم يتم إضافة مواد سمعية بصرية و مرئية له ، و هل يلاحق بريده الالكتروني على كل ما يكتبه و هل يدخل في محاوره مع الجمهور و غيرها من التساؤلات .

و قد خلصت الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجريت في هذا المجال إلى أن القائمين بالاتصال في ظل الشبكات الاجتماعية يستثمرون جل وقتهم في تحديد و معالجة الحزمة المعلوماتية و الإخبارية التي يقدمونها للجمهور أكثر من التركيز على عملية جمع المادة الإعلامية ، و تنوع طرق عرضها و تفسير حقائقها و بياناتها كما خلصت هذه الدراسات الإعلامية إلى أن القائمين بالاتصال أصبحوا أكثر ميلا لإعادة تغليف و تفسير المعلومات التي يلتقطونها من المصادر الأخرى عن تلك المعلومات التي يقومون بتطويرها بدواتهم .

- الأشكال و الصيغ الإعلامية : أثرت البيئة الإعلامية الحديثة على طبيعة العمل الإعلامي و على الأساليب الإعلامية و التحريرية المستخدمة في الميدان إذ أصبح أقل رسمية و روتينية ، مع تراجع في تأثير بعض العوا مل التنظيمية و المؤسسية و الروتينية على منتجاتها الإعلامية في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية و الذاتية و توفر العديد من الخيارات أمام القائم بالاتصال أثناء اتخاذ قرار بتمرير مادة إعلامية ما ، سواء فيما يتعلق بطريقة نشرها أو توقيتها أو الاحتفاظ بها أو إبرازها في عدة أشكال أو توزيعها أو بثها و هو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق قدراته الإعلامية ، و لا تقيده بقيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر طبع أو موعد توزيع.....إلخ.

فضلا عن كونها بيئة لا تسمح له بخلط الأشكال الإعلامية سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الدردشة أو المنتديات و غيرها ، مع إمكانية تقديم الأشكال الإعلامية التقليدية بصورة جديدة فالخبر يتم بثه بمجرد حدوثه و بشكل فوري و من الموقع و بوسائط إعلامية متعددة مع الكثير من التحليل و العمق، كما يمكن تقسيم القصة الإعلامية إلى مقاطع ملحق بها روابط تشعبية hyperlinks تقوم بعمليات التفسير و تقديم الخلفيات و توفير سياق معلومات متميز.

علاقة القائم بالاتصال بالأطراف التقليدية في العمل الإعلامي :

لقد غيرت الشبكات الاجتماعية من الصورة القديمة للعلاقة بين القائم بالاتصال و غيرهم من الأطراف المنخرطة في حراسة البوابة .

و فيما يتعلق بالمصادر تغيرت نوعيتها، بحيث أصبح معظمها من النوع الالكتروني أي يتم التعامل مع أجهزة و وسائل الكترونية أكثر من التعامل مع المصادر الحدية ، و بمقتضى ذلك يقوم القائم بالاتصال برصد و جمع و تصنيف و تحليل و تبويب المواد الإعلامية التي يتم استقبالها من المصادر الإعلامية الإلكترونية الأخرى كوكالات الأنباء و الشبكات الإخبارية و قواعد المعلومات و غيرهم ، و إن كانوا لا يزالون يتمتعون بالقدرة على الاتصال بالمصادر الحدية ، سواء لجمع المادة أو لرصد آرائهم أو مواقفهم أو غيرها ، كما تغيرت إلى حد كبير طرق الاتصال بالمصادر ، إذ أصبحت تتم عبر أجهزة الحواسيب الالكترونية أكثر منها عن طريق الاتصال المباشر بما لذلك من مزايا و عيوب ، كما أصبح شكل التراسل و التواصل يتخذ أشكالا جديدة مثل البريد الالكتروني و الدردشة الفورية و برامج التراسل الفوري و المؤتمرات الفيديوية و صفحات مواقع التواصل الاجتماعي و غيرها .

علاقة القائم بالاتصال بالجمهور:

من بين الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الالكترونية هي تراجع التوجه الأحادي القديم الذي يتخذ طابع تدفق الآراء و المعلومات بشكل رأسي من القائمين بالاتصال إلى الجمهور إذ أصبح يتخذ

شكلا تفاعليا و تبادليا ، كما تغيرت حركة أضلاع المثلث التقليدي في العلاقة بين الم صدر و القائم بالاتصال و الجمهور حيث أصبح بمقدور الجمهور الاتصال المباشر بالمصادر الأصلية دون المرور على القائم بالاتصال كما لم يعد الجمهور المتلقي سلبيا في هذه العلاقة بحث أصبح بمقدوره تقرير ما يتعرض له و يتوافق مع اهتماماته فضلا عن قدرته على المشاركة في صناعة الحدث و المضمون و الرأي.

كما تغيرت طبيعة العلاقة بين القائمين بالاتصال و قرائهم ، بحث أصبحوا يبذلون جهدا كبيرا في تطوير هذه العلاقة و قراءة رسائل عبر صفحات الشبكات الاجتماعية و الرد عليها و التفاعل و المشاركة في الحوارات و المنتديات و الإجابة على الأسئلة و غيرها في وقت يتمتعون فيه بميزة مهمة و هي قدرتهم على التعرف على أعداد جمهورهم ، و توقيت تعرضهم لما يقدمونه و الامدة الزمنية التي يقضونها في تعرضهم للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع و طبيعة المضمون التي يفضلونها و هو ما يساعدهم في اتخاذ قرارات تتلاءم مع طبيعة جمهورهم، و زيادة درجة التفاعلية بينهم.

العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الالكترونية:

زادت البيئة الإعلامية الالكترونية من بعض الضغوط على القائمين بالاتصال مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث و النشر على الويب، إذ أصبح عامل السرعة في ظل الشبكات الاجتماعية من أهم العوامل التي تتدخل في معايير اختيار الأخبار و نشرها ، إذ أصبح بمقدور القائم بالاتصال بث المادة الإعلامية على مدار الساعة ليلا أو نهارا و بمجرد الحصول عليها ، و إصدار أكثر من طبعة من ذات العدد بدون التقيد بعوامل أخرى، و هو ما يشكل بيئة إعلامية مختلفة تماما عما سبقتها، كما يمثل تحديا في ذات الوقت لأهم القيم المهنية و هي تحري الدقة و ضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها.

و من الضغوط الأخرى التي يتعرض لها القائم بالاتصال في ظل الشبكات الاجتماعية جدة و حداثة الأدوات الفنية و التكنولوجية التي يتم توظيفها إعلاميا، فضلا عن تغيرها و تطورها المستمر ، و كذلك كيفية مجابهة المنافسة مع الوسائل الإعلامية الأخرى و الجودة على الانترنت التي تزداد بشكل يومي، فضلا عن ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الأرباح كما يواجه القائم بالاتصال ضغوطا كبيرة في كيفية إثبات مصداقيته الإعلامية وسط زخم هائل من الوسائط المتدفقة على الانترنت و أيضا كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها ، و ضخامة المعلومات التي تتدفق إليه و التي تحتاج لجهد هائل في تبويبها و فهرستها فضلا عن تقييمها (13)

المصادر الخاصة بالقائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الالكترونية:

من بين الأسئلة الأساسية المطروحة حول القائم بالاتصال في ظل الشبكات الاجتماعية هي طبيعة السمات التي يجب أن يتصف بها، و نوعية المهارات التي يجب أن يتحلى بها ، و هي ذات سمات التي يتسم بها القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية، أم ثمة حاجة لمهارات مختلفة تكشف بعض المؤشرات التي يمكن رصدها من الدراسات الإعلامية الحديثة، إلا أنه فضلا عن ضرورة تمتع القائم بالاتصال بالسمات و المهارات المطلوبة من الإعلاميين في البيئة التقليدية كالقدرة على جمع المادة الإعلامية و تحريرها و صياغتها، و القدرة على تقييم صلاحيتها، و فهم طبيعة السياق الإعلامي الذي يحيط بالوسيلة الإعلامية التي يعملون بها فإن ثمة حاجة ماسة لأن يكتب القائم بالاتصال في ظل الشبكات الاجتماعية مهارات تقنية و خبرة بالوسائل المتعددة أو ما يعرف بـ "الميليميديا" سواء في جمع المادة الإعلامية و تغطية الأحداث أو معالجتها أو استرجاعها أو تصميمها أو بثها مع القدرة على توظيفها إعلاميا فضلا على الخبرة التنظيمية ، و العمل كموردين للمضمون أكثر منهم كتابا و محررين، و مهارة جمع المادة الإعلامية و تقييمها و اختيار الموضوعات و المقالات و الخلفيات المعلوماتية المناسبة للخبر و القدرة على التواصل و التفاعل مع الجمهور (14) كل هذا جعل من القائم بالاتصال في ظل ثورة المعلومات أمام حتمية التكامل مع الخصائص التي تتيحها مختلف روافد الإعلام الجديد بما فيها الشبكات الاجتماعية، حيث أضى بإمكانه القيام بنقد ذاتي سواء للمادة التي يقدمها للجمهور أو الكيفية التي يقدمها بها انطلاقا من تواصله المباشر مع جمهوره حتى خارج أوقات البث بالنظر للكفاءات الهائل للفاعل مع المضمون و الذي يعتبر أهم ميزة أتاحتها الشبكات الاجتماعية للجمهور.

قائمة المراجع

- 1- مرسى، مشري. شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف. مجلة المستقبل العربي، عدد 395. جانفي 2012. ص 168
- 2- يسرى، أحمد علوش. النص الأدبي و الوسائل المتفاعلة في الانترنت، الاقتصاد الجديد لوسائل الإعلام. مجلة الرافد. عدد 61. فبراير 2011
- 3- يوسف النعيمي. سياقات انتشار الفايسبوك في العالم العربي. مجلة الرافد. عدد 130. مارس 2011. ص 92
- 4- Kunar, p.hsiao, m.chiu, B, 2009. generation of consumers and the consumers generated. journal of integrated marketing communication, 20-26 retired august 6, 2011, from : <http://jimc-medill.northwestern.edu/jimcwebsite/2009/generations-of-consumers.pdf>
- 5- Jerome colombai, le dico du multimedia. milan, les dicos essentiels, 1988 : p108
- 6- كمال عبد الحميد، زيتون. تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات و الاتصالات. عالم الكتب. 2002. ص 263
- 7- David grystal. the cambridge encyclopedia : 2em .ed london, cambridge university press. 1994. p245

- 8- محمد فتحي، عبد الهادي. اتجاهات حديثة في المكتبات و المعلومات. القاهرة. دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع. 2002 ص76
- 09- نهلة عيسى ، عساف .العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الفيلم التسجيلي. القاهرة. دار القاهرة للنشر. 1996. ص11
- 10 - http://www.ijschool.net/news.php?action=view&id=343#.VyEbfdThDIU - زينب سالم. مقال بعنوان : القائم بالاتصال و الأساسيات المتوفرة فيه. تاريخ زيارة الموقع 27 أبريل 2016 . الساعة 20.00
- 11 - زينب ، سالم .مرجع سبق ذكره
- 12 - السيد ، بخت. صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الالكترونية ,دراسة في المفهوم و بيئة العمل . العربي للنشر و التوزيع. القاهرة. 2000.ص123-124
- 13- السيد ، بخت.. صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الالكترونية ,دراسة في المفهوم و بيئة العمل .مصدر سبق ذكره.ص131
- 14- السيد، بخت. صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الالكترونية ,دراسة في المفهوم و بيئة العمل .مرجع سبق ذكره.ص132