

رقمنة الإعلام: دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمداخل النظرية لدراسته وأبرز سماته

## Digitalisation of Media: An Analytical Study of Digital Media's Concept, Theoretical Approaches and Prominent Features

\*

د/ شعاع الجاسر

### الملخص:

على الرغم من التغييرات الكبيرة التي أوجدها الإعلام الرقمي اليوم في حياتنا وعلى الرغم من انعكاسات استخداماته البارزة في كل المجالات من حولنا من مجالات تربوية ونفسية واجتماعية وسياسية واقتصادية إلا أنه لا يزال وحتى اليوم مفهوم الإعلام الرقمي مبهماً بشكل كبير ولا تزال الرؤية حول كيفية دراسته غير واضحة خاصة في الدراسات العربية، وبالتالي فإن هذا البحث يهدف إلى تقديم دراسة تحليلية عن الإعلام الرقمي من خلال تعريفه لمصطلح "وسائل الإعلام الرقمي"؟ ولماذا أطلقنا عليها وسائل الإعلام الرقمي عوضاً عن الإعلام عن طريق الإنترنت أو وسائل الإعلام الاجتماعي؟ كما يقدم هذا البحث دراسة تحليلية حول أبرز المداخل النظرية لدراسة الإعلام الرقمي وما تناوله أشهر منظريه في هذا السياق، ويجب على السؤال الذي يطرح نفسه دائماً في أي حديث عن الإعلام الرقمي وهو: لماذا تعد بعض وسائل الإعلام رقمية وما الذي يميزها عن غيرها من وسائل الإعلام؟ بهدف تقديم خارطة طريق لدراسة الإعلام الرقمي، هذا التحليل حول النقاط المفصلية للإعلام الرقمي يساعد الباحثين في تحديد الأسس التي من الممكن أن نبدأ على أساسها في إيجاد إجابات من خلال الدراسات والأبحاث المستقبلية للأسئلة التي أدى انتشار وسائل الإعلام الرقمي اليوم إلى طرحها.

### Summary:

Despite the great changes created by digital media in our lives today and the implications of its outstanding uses in fields around us, such as the educational, psychological, social, political, and economic fields, the concept of digital media is still very vague. In addition, the vision on how to study social media is still unclear, especially in Arabic studies. Therefore, this research aims to provide an analysis on the concept of digital media through defining the term "digital media" and explaining why we have used this term instead of new media, online media or social media. It also aims to provide an analytical discussion about the most important theoretical approaches to

\*أستاذ مشارك، كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة المملكة العربية السعودية [shaljasir@kau.edu.sa](mailto:shaljasir@kau.edu.sa)

the study of digital media and the views of the most famous thinkers in this context. Besides, this research answers the question that always arises in any discussion about digital media: why are some media tools considered digital, and what distinguishes them from others? Addressing these issues will help provide a roadmap for the study of digital media. The analysis of these points will also help to identify the basis on which we can begin to find answers through future studies and research on the questions that digital media has introduced.

**Key words: Digitalisation/ Media/ Prominent/ Features**

مقدمة:

مما لا شك فيه أن الإعلام يلعب دوراً أساسياً بل ومحورياً في تفسير التحولات والتغيرات في تاريخ البشرية، وبالتالي فإن فهم الإعلام يعد وسيلة لفهم الإنسانية، حيث أن فهمنا لطبيعة الإعلام يعطينا تصوراً أكبر ليس فقط عن التقنيات أو الأجهزة المستخدمة لنقل المادة الإعلامية بل أيضاً عن التحولات الاجتماعية المرتبطة به، لذلك فإنه من المتوقع أن يؤدي فهمنا للإعلام إلى مساعدتنا على التعرف على الأعراف والأفكار والعمليات والممارسات الاجتماعية لمجتمع ما، وبما أن الإعلام مرتبط بطريقة لا يمكن فصلها عن المجتمع فإن دراسة أحدهما تقتضي دراسة الآخر بهدف تفكك فهم أعمق للمعرفة (Siapera, 2012)، وعلى الرغم من أن طبيعة العلاقة الدقيقة بين الإعلام والمجتمع تعد مسألة جدلية كما سيتضح لنا لاحقاً، إلا أنه وحتى وإن لم نصل إلى استنتاج حاسم بخصوص هذه العلاقة فإن الدور الرئيسي الذي يلعبه الإعلام - وخاصة الإعلام الرقمي - لا يخفى على أحد، فلقد كان لأجهزة التلفاز والراديو وجودها الثابت لوقت طويل في غرف المعيشة - على الأقل في الدول المتحضرة، في حين أن ظهور الإعلام الرقمي مرتبط بانتشاره - حيث أنه موجود في كل مكان: في البيوت والمكاتب والمرافق الخدمية والمدارس والجامعات وأماكن الترفيه وحتى في الشارع، كما أنه لم يقتصر في انتشاره على ما يطلق عليهم دول العالم الأول بل وأيضاً في الدول النامية، حيث تشير بيانات المسح السنوي لمركز بيو للأبحاث عن استخدام الإنترنت حول العالم والذي صدر في بداية عام 2016م إلى أن متوسط 54% من البالغين من دول الاقتصاديات الناشئة والنامية عرفوا أنفسهم بأنهم "مستخدموا الإنترنت" في حين ترتفع هذه النسبة في دول الشرق الأوسط لتصل إلى 72% (Pew Global, 2016)، هذا الانتشار طرح العديد من الأسئلة حول ما يتعلق بالوضع الراهن للمجتمع ومؤسساته الاقتصادية والسياسية والثقافية بل وأيضاً حول ما يخص خبراتنا، حيث أن تغلغل إعلام الرقمي في كافة نواحي المجتمع الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية، بل وحتى في ذات وهوية أفراد المجتمع لم يترك أياً منهم على حاله، وبالتالي فإن فهمنا للإعلام الرقمي يساعدنا في التعرف على

طبيعة تفاعله مع سلسلة من العمليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والنفسية والتي أدت إلى تشكل العالم بصورته التي هي عليها حالياً.

ما هو واضح بالنسبة لنا اليوم، وبعد ما يزيد عن عشر سنوات منذ انطلاق الثورة الخضراء في إيران عام ٢٠٠٩م والتي تم استخدام الإعلام الرقمي فيها من قبل المواطنين أنفسهم للتعبير عن آرائهم بشكل بارز - وعلى الرغم من أنها لم تنجح - إلا أنه كان لها دور بارز في التأثير على العالم بأسره، حتى أن بعض العلماء يجزمون بأن حرية التعبير عن الرأي بمهذ الطريقة المباشرة والتي أتاحتها الإعلام الرقمي تشبه إلى حد كبير شكل الحكومة التي بدأت في أثنينا القديمة والتي لم تشاهد بعد ذلك في أماكن كثيرة من العالم منذ ذلك الحين، فبدلاً من ذلك نجد أن المجتمعات الديمقراطية كالولايات المتحدة وأوروبا، وفي أجزاء أخرى من العالم وبشكل متزايد في القرن العشرين قد بدلت هذه الديمقراطية بطريقة غير مباشرة بمجموعة من المسؤولين المنتخبين يعبرون - من حيث المبدأ - عن إرادة الشعب وآرائه، وقد تم التسهيل لهذه الديمقراطيات الممثلة من خلال ما نسميه اليوم بـ "الإعلام القلم" - أولاً تحديداً من خلال المواد المطبوعة ثم من خلال الإذاعة في القرن العشرين ثم التلفزيون، ولا يزال هذا النوع من الإعلام يحتل موقفاً قوياً إلى حد ما في عصرنا الحاضر كما كان الحال في الماضي، فمن خلال وجود عدد قليل من الأشخاص في الجزء العلوي - ممثلين بالخرين والمنتجين أو ما يعرفون في نظريات الإعلام بـ "حراس البوابة" (Gatekeepers) - يمكن التحديد والتحكم بالمعلومات التي تظهر في الصحف والراديو وقنوات التلفزيون، وبالتالي فإن الجمهور يستطيع الحصول بسهولة على المعلومات المنتقاة من قبل هذه النخبة فقط دون إمكانية التفاعل معها وإبداء آراءهم نحوها أو حتى إعادة نشرها (Levinson, 2013).

على النقيض من ذلك، فإن وسائل الإعلام الرقمي سمحت لمستخدميها اليوم بإنتاج المحتوى ونشره وفي نفس الوقت مكنتهم من تلقي واستهلاك المعلومات، حيث غالباً ما يكون المستخدمون أنفسهم هم المستهلكين والمنتجين في نفس الوقت والذي يصل عددهم في عصرنا الحاضر بمئات الملايين حول العالم، كما أنها أتاحت الفرصة لمستخدميها لإيصال أصواتهم فيما يتعلق باتخاذ القرارات المتعلقة بالمجتمع والمساهمة في إحداث التغيير فيه، فقد استخدمت وسائل الإعلام الرقمي لتبادل وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية والمطالبة بتحسين الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات، علماً بأن هذا التغيير لم يكن قاصراً على هذه النواحي فقط، وإنما شمل أيضاً تفاصيل حياتنا اليومية التي نعيشها، فعلى سبيل المثال أضحت المطاعم التي نتناول فيها الطعام أينما كنا معروفةً على الفور للأشخاص الذين نصادقهم ويتابعوننا على الانستغرام، أو تويتر، أو سناب شات، لدرجة أن حياتنا في الواقع ونشاطاتنا على الإنترنت أصبحت متداخلة إلى الحد الذي يصعب فيه الفصل بينهما، مما يظهر أهمية الحاجة إلى التعرف أكثر على عالمنا الحالي والذي من الممكن أن نطلق عليه عالم الإعلام الرقمي وهو العالم الذي اندمجت فيه حياتنا المادية بحياتنا الرقمية،

إلا أنه وعلى الرغم من التغييرات الكبيرة التي أوجدها الإعلام الرقمي في حياتنا وعلى الرغم من انعكاسات استخداماته البارزة في كل المجالات من حولنا من مجالات سياسية واقتصادية واجتماعية وحتى شخصية إلا أنه لا يزال وحتى اليوم مفهوم الإعلام الرقمي مبهماً بشكل كبير ولا تزال الرؤية حول كيفية دراسته غير واضحة خاصة في الدراسات العربية وبالتالي فإن هذا البحث يهدف إلى تقديم خارطة طريق لدراسة الإعلام الرقمي، كما أن النقاش حول هذه النقاط المفصلية يساعد في تحديد الأسس التي من الممكن أن نبدأ على أساسها في إيجاد إجابات للأسئلة التي أدى انتشار وسائل الإعلام الرقمي اليوم إلى طرحها من خلال الدراسات والأبحاث المستقبلية.

كخطوة أولية في فهمنا للإعلام الرقمي فإننا نحتاج إلى مناقشة المصطلحات: ماذا نعني بمصطلح "وسائل الإعلام الرقمي"؟ ولماذا أطلقنا عليها وسائل الإعلام الرقمي عوضاً عن الإعلام عن طريق الإنترنت أو وسائل الإعلام الاجتماعي؟ ولذلك فإن القسم الثاني من هذا البحث سيناقش هذه المصطلحات مع ذكر خصائصها وافترضاؤها ولماذا تبنى هذا البحث مصطلح وسائل الإعلام الرقمي عوضاً عن غيره من المصطلحات، إن تحديدنا لمصطلح الإعلام الرقمي لإطلاقه على وسائل الإعلام في عصرنا الحالي يعد أحد جوانب القضية، حيث يتبقى لدينا العديد من التساؤلات التي تحتاج إلى إجابات: كيف وما هي طرق ارتباط الإعلام الرقمي بالمجتمع؟ وما هي طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والمجتمع؟ وهل الإعلام الرقمي هو من يقوم بتحديد مصير المجتمعات؟ أم أن المجتمعات هي من تتحكم بالإعلام وأدواته؟ هذه التساؤلات وغيرها من الافتراضات سيتم تناولها نقدياً في القسم الثالث من البحث من خلال تناول أبرز المداخل النظرية لدراسة الإعلام الرقمي وما تناوله أشهر منظريه في هذا السياق، ويبقى السؤال الذي يطرح نفسه دائماً في أي حديث عن الإعلام الرقمي هو: لماذا تعد بعض وسائل الإعلام رقمية وما الذي يميزها عن غيرها من وسائل الإعلام؟ وحتى تتم الإجابة على هذا التساؤل سيتم استعراض أبرز السمات التي ميزت الإعلام الرقمي في القسم الأخير من هذا البحث.

مفهوم الإعلام الرقمي

مما لا يخفى على الباحثين أن الإعلام بصورته الحديثة اليوم قد أطلقت عليه العديد من المسميات، فمنهم من يطلق عليه الإعلام الجديد ليميزه عن صفة التماثلية في الإعلام التقليدي، ومنهم من يطلق عليه الإعلام عن طريق الإنترنت عوضاً عن أو مقارنة بالإعلام التقليدي، ومنهم من يطلق عليه الإعلام الاجتماعي التفاعلي ليركز على أنه أصبح إعلاماً أفقياً أو شبكياً لا وجود للإعلام الرأسي فيه، في حين يفضل البقية إطلاق مصطلح الإعلام الرقمي عليه، وعلى الرغم من استخدام البعض لعدة أسماء عند الإشارة إلى وسائل الإعلام بصورتها الحالية، إلا أن السؤال الذي يطرح نفسه: هل سيحصل أي فرق إذا ما كنا ندعو هذه الوسائل بوسائل الإعلام الرقمي، أو الإعلام على الإنترنت، أو الإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد؟ أم أنها جميعها تحمل نفس المعنى؟ مما لا شك فيه أن اختيار اسم لإطلاقه على

شيء ما يهدف إلى إظهار سمات معينة للصدارة تخص هذا الاسم وتدفعنا نحو التركيز والاهتمام على هذه السمات وإغفال جوانب أخرى تخصه، وبالتالي فإن إطلاق أسماء معينة على وسائل الإعلام لا تعطيها فقط وصفاً عاماً لها، ولكنها تحدد أيضاً أبرز سماتها، ومن هنا تكمن أهمية اختيار مفهوم محدد لإطلاقه على وسائل إعلام بصورتها الحالية، ولذلك فإن هذا القسم من البحث يقوم بتوضيح لماذا تم اعتماد مصطلح الإعلام الرقمي عن دونه من المصطلحات لوصفها، وذلك من خلال مناقشة أبرز المفاهيم التي قد تستخدم كمرادفات له، وهي: الإعلام الرقمي، والإعلام عن طريق الانترنت، والإعلام الاجتماعي.

### 1- الإعلام عن طريق الانترنت Online Media:

إن أول مصطلح يمكن أن يطلق على الإعلام في عصرنا الحالي هو الإعلام عن طريق الانترنت وهو مصطلح يشير صراحة إلى الإنترنت - والذي تعود بدايات ظهوره إلى الستينات من القرن الماضي، وعلى الرغم من أن هذه هي الصورة النمطية المأخوذة عن وسائل الإعلام اليوم، إلا أن سيابيرا Siapera (٢٠١٢م) يشير إلى أن مصطلح الإعلام عن طريق الإنترنت يعطي الأولوية لعنصر التواصل أو كيف ترتبط وسائل الإعلام ببعضها البعض، وتحديدًا كيف ترتبط أجهزة الكمبيوتر ببعضها، ومؤخرًا كيف ترتبط أجهزة الجوال والأجهزة الكفية وغيرها، ومما لا شك فيه أن عنصر التواصل هو أحد العناصر الرئيسة التي تصف الإعلام في وقتنا الحالي، فالقدرة على الربط بين أجهزة قليلة أو كثيرة، قريبة أو بعيدة مع بعضها البعض لها تأثيراتها الكبيرة على حياتنا اليوم، فقد أحدثت تحولاً في مفهوم الحداثة والتي كانت ترتبط عادة بالعزلة والفردية، كما أنها أحدثت أو بشكل أدق أكملت وسرّعت من التحول من المنظمة الثقافية الاجتماعية والسياسية الاقتصادية للدولة القومية والتي كانت منفصلة نسبياً لتتجه نحو العولمة، وبالتالي فإن الإشارة إلى وسائل الإعلام قيد الدراسة كوسائل الإعلام عن طريق الانترنت يضيف عليهم في المقام الأول سمة كونهم وسائل الإعلام المتصلة.

ولكن السؤال هنا: هل هذه السمة هي السمة المميزة لوسائل الإعلام الحالية؟ إنه لمن المؤكد أن التواصل هو عنصر أساسي لوسائل الإعلام الحالية، إلا أن التركيز على هذا العنصر يجعلنا نغفل عن الالتفات إلى النواحي الأخرى التي من الممكن أن نرى بها وسائل الإعلام الحالي، وعلاوة على ذلك فإن التواصل مع الآخرين وحتى وإن تواجدوا في أماكن بعيدة كان ممكناً بالفعل منذ القدم عن طريق استخدام التليغراف والذي تم اختراعه عام ١٧٩٢م وفي وقت لاحق عن طريق الهاتف والذي ظهر في عام ١٨٩٠م، ومن وجهة النظر هذه، فإن التغيرات التي قدمها التواصل عن طريق الإنترنت لم تحدث تحولاً جذرياً وإنما قدمت اتصالاً أكثر جودة، وأفضل نوعية، وبالتالي يمكن القول بأن وسائل الإعلام عن طريق الإنترنت يعد مصطلحاً يجسد بعداً مهماً آخر للإعلام المعاصر، ولكنه يحتاج إلى أن يكون جنباً إلى جنب مع غيره من الأبعاد حتى يصف الإعلام في صورته الحالية اليوم.

## 2- الاعلام الاجتماعي Social Media:

تويتر، وإنستغرام، وسناب شات تعد من أكثر التطبيقات استخداما في حياتنا اليوم والتي عادة ما يطلق عليها وسائل التواصل الاجتماعي، وتعد هذه الوسائل الإعلامية الأحدث نسبياً حيث يعود تاريخ إنشاء أول وسيلة تواصل اجتماعي معروفة إلى حوالي عقدين من الزمن، حيث تم إنشاء موقع سيكس دغري والذي يتيح للمستخدم إنشاء حساب خاص به وإضافة أصدقائه عام ١٩٩٧م، ويعرف علم الدين (٢٠١٣م) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها تلك الأنشطة والممارسات والسلوكيات التي يقوم من خلالها الأفراد باستخدام تقنيات التفاعل والتواصل التي قدمها الإنترنت ووفرتها شبكاته الاجتماعية لصناعة ومشاركة والتفاعل مع المعلومات، وبالتالي فإن مصطلح الإعلام الاجتماعي يعد أحد المصطلحات الحديثة التي من الممكن أن تصف الإعلام في صورته الحالية.

ويذكر ليفينسون Levinson (٢٠١٣) أنه ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام الحالية والتي تتيح للمستهلكين من أن يصبحوا منتجين هي بلا شك وسائل اجتماعية وأكثر تفاعلية بكثير من وسائل الإعلام القديمة ذات الاتجاه الواحد كالتلفزيون، فنحن ومن خلال هذه الوسائل لا نقوم فقط بكتابة ما نفكر أو نشعر به ولكننا أيضاً نستطيع الرد على غيرنا من المستخدمين الآخرين لهذه الوسائل الإعلامية الاجتماعية والتفاعل معهم سواء كنا نعرفهم في حياتنا الواقعية أو تعرفنا عليهم عن طريق الإنترنت أو حتى لو كانوا غرباء عنا، ولكن وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام هذه قد أظهرت الجانب الاجتماعي لها بوضوح إلا أنه لا يمكن حصر هذه السمة على وسائل الإعلام الحديثة فقط، فمن الممكن الاحتجاج بأن وسائل الإعلام القديمة مثل الإذاعة والتلفزيون وحتى المطبوعات من الممكن أن تحمل جانباً اجتماعياً كذلك، فالناس يتحدثون دائماً عن الكتب التي يقرأونها، والموسيقى التي يستمعون إليها، والأفلام والبرامج التلفزيونية التي يشاهدونها، ويظهر ذلك بوضوح من خلال مجموعات مكتبة القراءة، ومن خلال حديث الناس حول المرشحين السياسيين الذين شاهدوهم على شاشة التلفزيون، حتى أن التحدث مع صديق حول ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون أو ما تمت قرأته في صحيفة ما هو مثال على الخاصية الاجتماعية الجوهرية لوسائل الإعلام القديمة، وبالتالي فإن التواصل أو بعبارة أخرى الحصول على المعلومات في اتجاه واحد هو تواصل اجتماعي.

لذلك فإن الجانب الاجتماعي من وسائل الإعلام الحديثة - وعلى الرغم من أهميته وظهوره بشكل أكبر بكثير فيها مقارنة بوسائل الإعلام القديمة - لا يعد سمة فريدة من نوعها بما فيه الكفاية في وسائل الإعلام الموجودة اليوم لتبرير استخدامها لمصطلح الإعلام الاجتماعي لوصفها، وبالإضافة إلى ذلك فإن الميزة الأساسية التي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعي والتي تكمن في إمكانية أن يصبح المستهلك منتجاً يمكن بسهولة أن تمارس من قبل شخص واحد يعمل وحده ودون الحاجة إلى أن يتواصل اجتماعياً مع غيره، ككتابة تغريدة على تويتر أو تسجيل فيديو على اليوتيوب أو

تصوير لقطة على السناپ شات، كما أنه وعلى الرغم من أن الملايين من الأشخاص يمكنهم الوصول إلى الإنترنت كل يوم إلا أنهم يتصفحون مواد مختلفة خاصة إذا ما علمنا بأن هنالك حوالي خمس مليارات صفحة موجودة بالفعل على شبكة الإنترنت في يومنا الحاضر (World Wide Web Size, 2017)، وبالتالي فنحن بحاجة إلى مصطلح أشمل من كونه إعلام اجتماعي يعكس وبدقة صورة وسائل الإعلام المعاصرة دون حصرها في جانب معين دون غيره.

### 3- الإعلام الجديد New Media:

برز مصطلح "الإعلام الجديد" كما يذكر كل من ليستر ودوفي وجدنغنز وغرانت وكيلي Lister, Dovey, Giddings, Grant, and Kelly (2009م) في أواخر الثمانينات من القرن الماضي للتعبير بأن عالم وسائل الإعلام والاتصال أصبح يبدو مختلفاً تماماً عن ما سبق، هذا الاختلاف لم يقصد به الاقتصار على قطاع أو عنصر محدد من هذا العالم - على الرغم من أن التوقيت الفعلي لهذا الاختلاف قد يختلف من وسيلة إلى أخرى ابتداءً من الطباعة والتصوير مروراً بالتلفزيون وحتى تقنيات الاتصال اليوم، وبالطبع فإن وسائل الإعلام هذه كانت وما زالت في حالة من التغير والنمو التقني والمؤسسي والثقافي المستمر، إلا أن النقلة التي حدثت في الإعلام منذ ذلك الحين استدعت تمييزها عما كانت عليه في العقود السابقة، هذا التغيير حقيقةً لم يقتصر فقط على وسائل الإعلام في تلك الفترة وإنما تضمن أشكالاً أوسع من التغيير الاجتماعي والثقافي والتي كانت بدرجات متفاوتة ابتداءً من عام ١٩٦٠م وما بعده، ولعل أبرز هذه التغييرات التحول من عصر الحداثة إلى ما بعد الحداثة والتي تمثل المحاولة لوصف التغييرات العميقة والبنوية في المجتمعات والاقتصاديات مع التغييرات الثقافية المرتبطة بها وكان يُنظر إلى وسائل الإعلام كعلامة رئيسة لمثل هذا التغيير، كما أن تكثيف عمليات العولمة تعد أحد أهم هذه التغييرات والتي عملت على إلغاء الحدود الوطنية بين الدول فيما يتعلق بالتبادل التجاري وتنظيم الشركات وحتى العادات والثقافات والهويات والمعتقدات والتي عدت وسائل الإعلام عنصراً مساهماً في تسهيلها، بالإضافة إلى التحول في المجتمعات الغربية تحديداً من "العصر الصناعي" في قطاع الصناعات إلى "عصر المعلومات" والذي شهد تحولات فيما يتعلق بالعمل والمهارة والاستثمار والربح، وذلك من خلال الانتقال من التركيز على إنتاج السلع المادية إلى زيادة الصناعات المتعلقة بالخدمات والمعلومات والتي شهدت استخدامات عديدة لوسائل الإعلام، وتعد وسائل الإعلام على أنها جزء من هذا التغيير - كسبب ونتيجة له على حد سواء - ودلالة على "العصر الجديد" الذي ظهر في أعقابها، وفي هذا السياق يمكن القول بأن إطلاق مصطلح الإعلام الجديد لا يزال يُنظر إليه على أنه جزء من مشهد أكبر بكثير من التغيير الاجتماعي والتقني والثقافي في المجتمعات؛ وباختصار فإنه يُنظر إليه كجزء من ثقافة تقنية جديدة.

مما لا شك فيه أن كلمة "الجديد" عند إلحاقها بكلمة "الإعلام" تحمل في معناها الإيديولوجي أن الجديد يساوي الأفضل بالإضافة إلى تضمينه مجموعة من المعاني البراقة والمثيرة كالتقدم والتطور، هذه الدلالات لكلمة الجديد مستمدة من الاعتقاد الحدائي بأن التقدم الاجتماعي يتم عن طريق التقنية، ويبدو بأن هذا الاعتقاد - والذي ظل مسيطراً وبقوة طوال القرن العشرين والذي تعود جذوره إلى ما قبل القرن التاسع عشر - تم تضمينه حالياً وبشكل واضح في وسائل الإعلام الحديثة من قبل المستثمرين فيها، فظهرت وسائل الإعلام الجديد وظهرت معها الادعاءات والآمال بأنها سوف تقدم مزيداً من الإنتاجية والفرص التعليمية، وتفتح آفاقاً جديدة من الإبداع والتواصل، فإطلاق كلمة "الجديد" على مجموعة من التطورات - والتي قد تكون أو لا تكون جديدة - هو جزء من حركة فكرية قوية لتعزيز فكرة التقدم في المجتمعات الغربية والتي اشترك فيها ليس فقط رجال الأعمال والشركات المنتجة لأجهزة الوسائط والبرامج هذه ولكن أيضاً قطاعات كاملة من الإعلاميين والصحفيين والفنانين والمثقفين والتقنيين والإداريين والتربويين والناشطين الثقافيين، هذا الحماس الذي يبدو عفويًا من المستبعد حالياً - أكثر من أي وقت مضى - أن يكون فكراً محايداً، فالاحتفال والتشجيع المتواصل لوسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة في قطاعات كل من الدولة والشركات لا يمكن أن ينفصل عن أشكال الليبرالية الرقمية لعولمة الإنتاج والتوزيع والتي كانت سمة من سمات السنوات العشرين الماضية.

واختلف العلماء في الوصول إلى تعريف واضح للإعلام الجديد، فيذكر لوغان Logan (٢٠١٦م) بأن مصطلح "الإعلام الجديد" يشير بشكل عام إلى تلك الوسائط الرقمية التفاعلية والتي تتضمن اتجاهين من الاتصال وتنطوي على شكل من أشكال الحوسبة مقارنة بـ "وسائل الإعلام القديمة" مثل الهاتف والإذاعة والتلفزيون، فهذه الوسائط القديمة في صورتها الأصلية لا تتطلب تكنولوجيا الكمبيوتر إلا أنها الآن وفي شكلها الحالي استفادت من تكنولوجيا الكمبيوتر كما تفعل العديد من التقنيات الأخرى كذلك والتي لا تحتاج بالضرورة إلى وسائل الاتصال مثل الثلاجات ومحركات السيارات، فكثير من وسائل الإعلام الجديد ظهرت من خلال الجمع بين وسيلة إعلام قديمة وتقنيات الكمبيوتر والقرص الصلب، في حين يرى علماء آخرون بأن الإعلام الجديد يشير إلى القدرة على الجمع بين النص والصوت والفيديو الرقمي والوسائط المتعددة التفاعلية والواقع الافتراضي، والإنترنت والبريد الإلكتروني والدرشة، والهاتف الجوال، والأجهزة اللوحية، وتطبيقات الحاسب الآلي، وأي مصدر للمعلومات يمكن الوصول إليه عن طريق الكمبيوتر الشخصي، فعلى سبيل المثال يصف بولتر وغروسن Bolter and Grusin (١٩٩٩م) وسائل الإعلام الجديد من حيث المعالجة حيث يذكران بأن المعالجة هي السمة المميزة لوسائل الإعلام الجديد ويذهبان بالقول إلى أن جميع الوسائط الموجودة حالياً هي وسائط قديمة تمت معالجتها، ولكن إذا كان هذا هو الحال فكيف يمكن للمرء أن يميز وسائل الإعلام

الجديد عن وسائل الإعلام القديم؟ في الواقع يبدو أن فكرة بولتر وغروسن هذه تتوافق مع أفكار ماكلوهان McLuhan أحد أبرز العلماء المهتمين بالإعلام الرقمي والذي لاحظ أن أول محتوى لوسيلة إعلام جديد هو محتوى قديم - وسيتم الحديث بالتفصيل عن أفكار ماكلوهان بالتفصيل لاحقاً في هذا البحث، وإذا ما نظرنا إلى تعريف الإعلام الجديد لدى ليفينسون Manovich (٢٠١٣م) نجد بأنه عرفه بأنه العناصر الثقافية التي تستخدم تكنولوجيا الكمبيوتر الرقمية للتوزيع والعرض، على سبيل المثال - وعلى الأقل في الوقت الحالي - الإنترنت ومواقع الويب والوسائط المتعددة للكمبيوتر وما إلى ذلك، إلا أن المشكلة في هذا المصطلح هي أنه يجب مراجعة التعريف كل بضع سنوات نظراً لأن ما هو جديد اليوم قد يصبح قديماً لاحقاً وبالتالي فإن هذا التعريف يفتقر إلى الدقة.

كما يتفق العلماء أيضاً في عالمنا العربي على أنه يصعب إيجاد تعريف موحد وشامل للإعلام الجديد، فيذكر صادق (٢٠٠٨م) بأن ذلك يرجع إلى أن الإعلام يمثل حقيقةً مرحلة انتقالية فيما يتعلق بكل من الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتشكل بشكل كامل وواضح، وأن ما يبدو اليوم جديداً قد يصبح قديماً بعد مدة، وبالتالي فإنه إذا ما تم وضع تعريف للإعلام الجديد الآن فإنه من المتوقع بأن يصبح قديماً حال ظهور تقنيات ومبتكرات جديدة، ويذكر كل من عبد الرازق والساموك (2011م) بأنه ونظراً لكون مصطلح الإعلام الجديد حديث العهد فقد أثار العديد من الجدل ولم يجد تعريفاً موحداً بين المنظرين العرب نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته والتي انقسمت إلى رؤيتين: الأولى هي دراسة الإعلام الجديد كونه بديلاً للإعلام التقليدي والثانية هي دراسة الإعلام الجديد كونه تطوراً للإعلام التقليدي، ويؤكد أمين (2015م) على أنه لا بد من الاعتراف بصعوبة تحديد مفهوم يتفق عليه الباحثون للإعلام الجديد، ويرى بأنه إذا ما كان العلماء يسلمون بوجود إشكاليات حول التعريفات المتنوعة كالاختلاف بين المشاركة والمغاربة في مفهوم (الإعلان - الإشهار) وغيرها من المفاهيم، فإن الاختلاف في تعريف مصطلح الإعلام الجديد أعمق وأكبر بين الباحثين العرب كذلك، بل أنهم يختلفون في توحيد تعريف المصطلحات الجزئية تفصيلية متعلقة بالإعلام الجديد، كما أن مصطلح الاعلام الجديد يتسم أيضاً بالعمومية، ففي الوقت الذي يستخدم فيه شخصاً ما مصطلح الإعلام الجديد قد يكون واضحاً في اعتباره شيئاً واحداً (الإنترنت) في حين أن شخصاً آخر قد يعني (التلفزيون الرقمي، طرقاتاً جديدةً لتصوير المجسمات، بيئة افتراضية، لعبة كمبيوتر، أو مدونة)، هذه العمومية تدعونا للبحث بشكل أعمق عن مصطلح دقيق نستطيع أن نصف به إعلامنا اليوم.

#### 4-الإعلام الرقمي Digital Media:

حتى تتمكن من الحكم على ما إذا كان بإمكاننا أن نطلق على الإعلام المعاصر الإعلامي الرقمي نحتاج بداية إلى التعرف على معنى كلمة رقمي في هذا السياق، فيذكر كل من ليستر ودوفي وجدنغنز وغرانت وكيلي Lister, Dovey,

Giddings, Grant, and Kelly (2009م) أنه وفي أي عملية لوسائل الإعلام الرقمية فإن الخصائص الفيزيائية لإدخال البيانات - الموجات الصوتية والضوئية - في برنامج ما يتم تحويلها إلى أرقام، أي أنها تتحول إلى رموز مجردة بدلاً من أشياء مادية، ومن الممكن إخضاع البيانات المدخلة في إنتاج الوسائط الرقمية من أول ما أن يتم تشفيرها رقمياً لعمليات حسابية كالجمع والطرح والضرب والقسمة من خلال الخوارزميات الموجودة في هذا البرنامج، وغالباً ما يُفترض خطأً أن الرقمية تعني تحويل البيانات الفعلية إلى معلومات ثنائية، أما في الواقع فإن الرقمية تعني تحويلها إلى قيم عديدة من (0-9)، إلا أنه غالباً ما يتم تحويل هذه القيم العددية إلى أرقام ثنائية (0 و 1) كونها تجعل تصميم واستخدام المكونات على الكمبيوتر أسهل وأرخص، ويرجع علماء الاتصال تاريخ رقمنة البيانات إلى نهاية القرن السابع عشر على يد الفيلسوف لايبنتز Leibniz، مروراً بالقرن التاسع عشر على يد عالم الرياضيات والمخترع باباج Babbage، إلى أن تمت صياغته على يد تورينج Turing في أواخر 1930م، وقد لعبت التطورات السريعة في مجال الهندسة الإلكترونية خلال الحرب العالمية الثانية دوراً كبيراً في تطورها، وفي العقود الأخيرة من القرن العشرين بدأ الترميز الرقمي للبيانات بالخروج من المختبرات العلمية والعسكرية ليتم تطبيقه على مجال الاتصال والإعلام ووسائل الترفيه.

ويرى علم الدين (2014م) أن من أهم السمات التي ميزت البيانات الرقمية هي إمكانية تغييرها وتعديلها في كل مراحل صناعتها وسهولة تبادلها بين عدد كبير من المستخدمين بغض النظر عن المسافة التي تفصل بينهم، كما يمكن ضغط هذه البيانات الكبيرة إلى مساحات صغيرة جداً مع سهولة الوصول إليها بسرعة عالية جداً، ويذكر سيابيرا Siapera (2012م) أنه ونتيجة لذلك أصبحت معظم النصوص الإعلامية "غير مادية"، بمعنى أنها انفصلت عن الشكل المادي كطبعة فوتوغرافية أو كتاب أو شريط لفيلم، وما لا شك فيه أن عملية رقمنة الإعلام هذه كان لها تأثيراتها التي لا تخفى على الجميع، كما أنه من المتوقع أن عملية الرقمنة ستحول قريباً كل أنواع الإعلام إلى إعلام رقمي، فمصطلح الإعلام الرقمي يقر ببعض التغييرات الكبيرة التقنية والأيدولوجية والتجريبية التي تدعم في الواقع مجموعة من الظواهر المختلفة، كما أنه في نفس الوقت مصطلح عام ومجرد نستطيع القبول به لوصف واقع الإعلام في العصر الحالي، وبالتالي، فمتى ما قبلنا استخدام هذا المصطلح على وسائل الإعلام في عصرنا اليوم فإن السؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: كيف يمكننا أن نعرف الإعلام الرقمي؟

يعرف بين (2016م) الإعلام الرقمي بأنه الفئة الديناميكية العليا من الإعلام والتي تتضمن عناصر متعددة الوسائط (مثل الصور المرئية والصوت)، أما كوتريل Cottrell (2016م) فيعرف الإعلام الرقمي بأنه أي عنصر أو مجموعة عناصر تجمع بين النص والصوت أو الفيديو أو الصور بغرض نقل المعلومات التي تؤدي إلى معنى في ذهن المستخدم، كما يعرف ألفيرمان وبيتش وبوغس Alvermann, Beach & Boggs (2018م) الإعلام الرقمي بأنه

مصطلح يطلق على أدوات الاتصال التي تتضمن تحويل البيانات إلى تنسيقات قابلة للقراءة آلياً داخل الشبكات التي يستطيع الأشخاص الوصول إليها، ويعرف تاسكران (Taşkıran 2019م) الإعلام الرقمي بأنه الوسيلة التي يتم من خلالها التواصل مع البيانات المحولة إلى أرقام من خلال الأجهزة مثل الهواتف المحمولة ومنصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية ورسائل البريد الإلكتروني.

أما عربياً، فتعرف فقيه (2017م، 129) الإعلام الرقمي بأنه "استخدام تقنية الإنترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي"، كما يعرف كلاً من مصطفى ونوشي (2019م: 55) الإعلام الرقمي بأنه "الإعلام الذي يستخدم الوسائل الاتصالية الإلكترونية كافة المتاحة على شبكة الانترنت للوصول إلى الجمهور اينما كان وكيفما يريد"، أما المرشد (2019م: 318) فتري بأن الإعلام الرقمي يعبر عن "الأساليب والأنشطة الرقمية التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل ووجود نوع من التحكم الانتقائي للجمهور للمحتوى الذي يرغبون فيه في الوقت والمكان الذي يريدون"، وتذكر فضل السيد (2018م) أنه وبالرغم من تعدد المصطلحات والتعريفات التي تحاول أن تصف الإعلام في عصرنا الحالي، إلا أن هنالك شبه إجماع بين العلماء حول تميز مفهوم "الإعلام الرقمي" بخصائص حديثه ومختلفة تميزه عن غيره من الوسائل التقليدية المقروءة والمرئية والمسموعة، إلا أن هذا لا يعني بأن الإعلام الرقمي يتطور بمعزل عن الإعلام في شكله التقليدي، وبالتالي فإنه من الممكن الخلوص بالقول إلى أن ما هو جديد حول "الإعلام الرقمي" اليوم هو أن هذا النوع من الإعلام رقمي وتفاعلي ومرتب مع بعضه البعض والمعلومات التي يتوسطها تتم معالجتها بسهولة جداً، ويمكن تخزينها وتحويلها واسترجاعها والوصول إليها بسهولة أكثر مما كان عليه محتوى الإعلام سابقاً، الأمر الذي يدعونا إلى التساؤل عن الكيفية التي يمكننا بها فهم ودراسة هذا النوع الرقمي من الإعلام وتأثيره على مجتمعاتنا.

المدارس الفكرية لدراسة الإعلام الرقمي وعلاقته بالمجتمع

السؤال المحوري الذي يظهر عند حديثنا حول الاعلام الرقمي يتعلق بطبيعة علاقة هذه الوسائل بالناس والمجتمع، هل وسائل الاعلام والاتصال هذه هي التي تحدد وتشكل وتؤثر على المجتمعات وحياة الناس؟ أوفي المقابل، هل يقوم الأفراد والهيئات المجتمعية بإنتاج واستخدام وإضفاء معنى على وسائل الاعلام والاتصال؟ مما لاشك فيه أن كلا الجانبين يملكان مبررات مقنعة تدعم الفكرة الرئيسية التي يؤمن كلاً منهما بما ولكنهما يتشاركان في شيء واحد مهم وهو التركيز على الدور المحوري أو الأساسي لوسائل الاتصال والإعلام والتقنيات التي تدعمها، فيشير سيابيرا (Siapera 2012م) إلى أن هنالك عدد من المنظرين كانوا من أهم من أثروا النقاش فيما يتعلق بدراسة العلاقة بين الحياة الإنسانية والتقنية

وهم: ماركولوهان وكنتلير وستغلير وكاستيلز، ويستند هذا الاختيار الانتقائي من قبله للباحثين على مفاهيم الجدة والأصالة، فيعد ماركولوهان McLuhan أول من أعطى الأولوية لدراسة وسائل الإعلام والتقنيات، وقد شهدت كتاباته - على الرغم من تشعبها - الكثير من التطورات مؤخراً، من ناحية أخرى فإن نخب كلاً من كنتلير Kittler وستغلير Stiegler يملك أفكاراً ذات جدة وأصالة بشكل كبير فيما يتعلق بإعادة النظر في العلاقة بين التقنية والمجتمع والتي من شأنها أن تسمح لنا بأن ننتقد التطورات المعاصرة بشكل مستمر، وأخيراً، فإن كتابات كاستيلز Castells تقدم أسساً ومبادئ تجريبية قيمة تحديداً للرد على بعض ادعاءات المنظرين فيما يتعلق بالدور الذي تلعبه التقنية، في حين يؤكد كل من ليستر ودوفي وجدنغز وغرانت وكيلي Lister, Dovey, Giddings, Grant, and Kelly (2009م) على الدور الكبير الذي لعبته كتابات وليامز Williams في دحض هيمنة الحتمية المطلقة للتقنية وتأكيده على أهمية الدور الإنساني في تطوير وتغيير تقنيات وسائل الإعلام، وبالتالي فإن هذا القسم سيناقش نقدياً المداخل النظرية لدراسة الإعلام الرقمي من وجهة نظر هؤلاء العلماء الخمسة والتي قد تبدو في ظاهرها مناهج متنافسة أو مختلفة لدراسة وسائل الإعلام الرقمي، فقد أسهمت وجهات نظرهم في إثراء الجدل الدائر حول قضية علاقتها بالمجتمع ويتردد صدى كتاباتهم حتى الآن في أي نقاش بين أولئك الذين يرون وسائل الإعلام الرقمي كوسائل ثورية من جهة وأولئك الذين يعدونها وسائل معتادة كسابقتها من جهة أخرى، وبالطبع فإن التركيز على هؤلاء المنظرين لا يعني أنهم هم وحدهم أو هم العلماء البارزون الذين بحثوا في علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع، فمجال المعرفة لا يمكن حصره أو تشكيله من قبل عدد قليل من الأفراد - بغض النظر عن مدى موهبتهم، إلا أن هذا القسم سيقترن على مناقشة المبادئ الرئيسية التي من الممكن أن تفسر العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمي والمجتمع أو بعبارة أخرى تأثير الإعلام الرقمي على الحياة الإنسانية من خلال تسليط الضوء على كتابات هؤلاء العلماء.

### أولاً- ماركولوهان McLuhan:

مما لا شك فيه أن أي جدال نظري حول العلاقة بين الإعلام الرقمي والمجتمع يبدأ عادة بمناقشة آراء ماركولوهان، ويعود ذلك إلى أن ماركولوهان هو المنظر الأول القائل بأن أهمية وسائل الإعلام لا تكمن في المحتوى الذي تنشره ولكن في أشكال وسائل الإعلام نفسها، في الواقع فإن عبارته الشهيرة والمبهمة نوعاً ما "وسائل الإعلام هي الرسالة" يمكن أن تفسر بطريقتين، الطريقة الأولى أنها تدل على الأولوية المطلقة لأشكال وسائل الإعلام والتي في الواقع تقوم بنقل رسائل حاسمة، والطريقة الثانية أن محتويات أي وسيلة إعلام جديدة هي في حقيقتها وسائل إعلام قديمة، فطريقة التفسير الثانية ترى بأن تفسير مقولة ماركولوهان يعتمد نوعاً ما على التطور التاريخي لمختلف وسائل الإعلام، وبالتالي فإن ماركولوهان يرى بأن الخطاب الشفهي كان أول وسيلة إعلام، وفي وقت لاحق ومع تطور وسائل الإعلام وظهور اللغة المكتوبة -

والتي اعتبرت الكلام هو المحتوى الذي تقوم بنقله - استخدم اختراع الطباعة اللغة المكتوبة كمحتوى له، ثم استخدمت السينما الطباعة كمحتوى لها وهكذا دواليك، لذلك فإن الرسائل المحددة أو محتويات وسائل الإعلام ليست مهمة أو ذات علاقة قوية بقدر أهمية وسيلة الإعلام الفعلي نفسها، وهو ما يفسر إصرار ماكلوهان على أن محتويات وسائل الإعلام الرقمي تتضمن جميع وسائل الإعلام الأخرى السابقة، في حين يركز التفسير الأول لمقولة ماكلوهان على أولوية وسائل الإعلام في علاقتها بالناس والمجتمع، ويرجع هذا التفسير إلى مقولة ماكلوهان الشهيرة بأن وسائل الإعلام هي امتداد لحواس الإنسان، فعلى حد تعبيره يذكر ماكلوهان بأن جميع وسائل الإعلام - من الأبجدية الصوتية إلى الكمبيوتر - هي امتداد للإنسان وتسبب تغيرات عميقة ودائمة فيه وتؤدي إلى تحول بيئته، وبشكل أكثر تحديداً فإنه ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها إما امتداد للبشرية أو تحييد لها إلا أنها في كلتا الحالتين مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياة الناس، فبالنسبة لماكلوهان يمكن لوسائل الإعلام أن تمد من حواسنا ولكنها من الممكن أيضاً أن تحد منها، فأى وسيلة يمكن أن تزيد أو تسرع من العمليات أو الحواس البشرية أو تبطئ منها، وهذا هو في الحقيقة تأثيرها على الأفراد، فعلى سبيل المثال يعد الهاتف امتداداً للصوت البشري ولكنه أيضاً وفي نفس الوقت يحد من عملية التفاعل وجهاً لوجه بين الناس، ومما لاشك فيه أن الحد من التفاعل المباشر لا يقتصر فقط على وسيلة الهاتف والهاتف النقال وإنما يعد أيضاً هو نفس النقد الذي كثيراً ما يوجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأيام.

وبشكل أكثر عمومية يمكن القول بأن العلاقة التي يفترضها ماكلوهان بين وسائل الإعلام والناس - والتي بلورها

في كتابيه فهم الإعلام (1964 - 2001) *Under standing the Media* وجمرة غوتنبرج *The Gutenberg Galaxy* (1962 - 2002) - هي تلك العلاقة التي من خلالها تُحدد صورة أو شكل وسائل الإعلام ما يمكن أن يحدث للبشرية، فينظر للناس - أو بشكل أكثر دقة حالة الإنسان الحالية - على أنها من "تأثير" وسائل الإعلام والتقنية، الأمر الذي لا يدعونا إلى الاستغراب حين نعلم بأن ماكلوهان واجه العديد من الانتقادات لتكيزه على حتمية وسائل الإعلام أو الحتمية التقنية *Technological Determinism* وإغفاله للدور البشري في هذه العلاقة، في الواقع يبدو أن العلاقة التي افترضها ماكلوهان هي تلك التي ترى بأن التقنية والإعلام الرقمي هما السبب والمحدد الرئيسي للتغيرات التي تطرأ على النشاط الإنساني سواءً كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، وعلاوة على ذلك فهي تقترض بأن الناس غير مدركين لهذه الآثار التي سببتها وسائل الإعلام في حياتهم بنفس الطريقة التي تكون فيها الأسماك غير مدركة للماء الذي تسبح فيه، ونتيجةً لذلك يرى ماكلوهان أنه نتيجة لانتشار وسائل الإعلام الرقمي وقيامها بالتأثير على البيئة من حولنا فإنها تسحر توازننا الحسي فتصبح غير مرئية بالنسبة لنا، الأمر الذي يفسر - من وجهة نظره - لماذا ينقاد الناس خلف وسائل الإعلام دون إدراك بأن لها العديد من الآثار والعواقب المختلفة.

ويرى ماكلوهان أن كل عصر من عصور وسائل الإعلام - من الكلمة المنطوقة إلى المخطوطات المكتوبة بخط اليد ومن الكتابة اليدوية إلى الطباعة ومنها إلى وسائل الإعلام الرقمي - يتميز بأنماط حياة مختلفة وثقافات واتجاهات واقتصاديات بل وكذلك بأنظمة سياسية متميزة، فربط ماكلوهان عصر الكلمة المنطوقة بالأشكال القبلية للتنظيم الاجتماعي والسياسي والتي كان التركيز فيها على الذاكرة، في حين أن ثقافات القراءة والكتابة - مثل تلك التي وجدت في عصر الإغريق والرومان - أوجدت معها النزعة العسكرية وممارسة السلطة من بعيد (الإمبراطورية)، وأخيراً فإن ظهور وسائل الإعلام الرقمي - وفقاً لماكلوهان - سيؤدي حتماً إلى نهاية ثقافة الطباعة والخصائص والمبادئ الرئيسة التي ظهرت معها مثل الدعوة إلى القومية والتمايز الوظيفي والترشيد والتجانس والاعتزاز والتي تعد جميعها من الخصائص المميزة لبداية عصر الحداثة، فظهور الطباعة - على سبيل المثال - يرمز بلا شك إلى نوع من التجانس الذي أوجدته الآلات الطباعة، ويضيف ماكلوهان أيضاً أن عصر الطباعة أعطى الأولوية والسيادة لحاسة البصر عن باقي الحواس مجتمعة والتي ركزت عليها عصور الكلمة المنطوقة والقراءة والكتابة السابقين، ولكن ماذا عن العصر الذي نعيشه حالياً؟ يرى ماكلوهان أننا انتقلنا اليوم من عصر الطباعة والإعلام الجماهيري إلى العصر التقني، فقد قادتنا وسائل الإعلام الرقمي إلى ثقافة جديدة لا يهم فيها كثيراً الزمان أو المكان ويرجع ذلك إلى وجود تقنية الاتصالات الفورية والمتراصة من قبل الدوائر الإلكترونية، وبالتالي فإن المبادئ التنظيمية الرئيسية لهذا العصر الرقمي ستكون وبلا شك: لا مزيد من الدول القومية أو التقسيمات الفردية، بل سنكون مرتبطين مع بعضنا البعض كمجتمع في عصر العولمة بسلسلة من الترابطات، وبالتالي يمكن الخلوص بالقول إلى أنه من الواضح أن المحرك الرئيس للتاريخ الانساني - وفقاً لماكلوهان - ليس كما كان يدعو ماركس سابقاً الصراع الطبقي الإنساني، وإنما وسائل الإعلام الرقمي والتطور التقني، إلا أن إحلال وسائل الإعلام محل الطبيعة الإنسانية التي ركز عليها ماركس يؤدي بلا شك إلى طرح عدد من التساؤلات المهمة، وهي: ما السبب الذي يؤدي إلى التغيير التقني؟ كما أنه إذا ما سلمنا بأن الناس والمجتمعات يتم التحكم بهم من خلال وسائل الإعلام، فما الذي يفسر التحولات التي تطرأ على وسائل الإعلام نفسها؟ علاوة على ذلك، هل تتأثر نحن جميعاً بنفس القدر مهما اختلفت أعمارنا بوسائل الإعلام هذه؟ إن غياب الإجابة عن هذه الأسئلة لدى ماكلوهان جعل من أفكاره عرضة للانتقاد، ومن الممكن إيجاد بعض الإجابات لهذه الأسئلة في كتابات كتليلر والتي اعتمدت على - أو امتدت - من مدرسة ماكلوهان في فهم العلاقة بين الإعلام الرقمي والمجتمع.

ثانياً: كتليلر **Kittler**:

"وسائل الإعلام هي التي تحدد وضعنا" هي الجملة الافتتاحية لكتاب كتليلر "اللاقط الصوتي، الفيلم، الآلة الكاتبة" (1999) Gramophone, Film, Typewriter - وهي العبارة التي تعيد مجدداً وبجراً مقولة

ماكلوهان "وسيلة الإعلام هي الرسالة"، فقد أكد كتلير أنه وحتى يمكننا فهم حالتنا الحالية فإنه يجب علينا أن نأخذ بعين الاعتبار الطرق التي يتم بها معالجة المعلومات من قبل وسائل الإعلام وتخزينها، ويشير كتلير إلى هذه الطرق باسم "شبكات الخطاب" والتي يعرفها بأنها الشبكات التقنية والمؤسسات التي تسمح لثقافة معينة بتحديد وتخزين وإنتاج البيانات، فمن خلال سرده للتطور التاريخي لوسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع يصف كتلير شبكة الخطاب في خلال فترة ١٨٠٠م بفترة محو الأمية، والتي اعتمدت على الكتابة كوسيلة وحيدة لمعالجة المعلومات وتخزينها، ويرى بأن جميع الأنواع الأخرى من علامات وأصوات وصور وغيرها يجب عليها أن تمر من خلال اللغة المكتوبة من أجل تخزينها، وترتبط فكرة شبكة الخطاب هذه بالحركة الرومانسية في الفنون والأدب والتي كانت ترى بأن اللغة مكتوبة تعد البداية الأولى لتقنية الترميز، وتم تفسير الأدب والشعر على أنها الأشكال الظاهرية لأصواتنا الداخلية والتي تهدف إلى التقاط المشاعر والأفكار بطريقة "أصيلة"، إلا أنه تم كسر احتكار اللغة المكتوبة بخط اليد للمعلومات بعد اختراع وسائل الإعلام الأخرى مثل ملتقط الأصوات ومصور الحركات والتي سمحت بتسجيل وبث الأصوات والصور، في حين أن اختراع الآلة الكاتبة يعد الوسيلة التي كونت شبكة الخطاب خلال فترة ١٩٠٠م، ففي هذه الفترة دارت الشبكة حول تقنيات الكتابة ولم تعد تمثل الصوت الداخلي وإنما مثلت الحاجة إلى الحداثة من خلال الضبط والترشيد وتسجيل البيانات بطريقة موحدة، أما المرحلة التي تليها - والتي لم يكملها كتلير حتى الآن - هي التحول من القطع المكتوبة إلى التقنيات الرقمية والتي تؤدي إلى - أو كانت السبب في - ظهور أشكال متميزة من المعلومات التي تشكل مرحلة الألفية.

هذه الروابط بين تقنيات الإعلام والوعي أو الذات تظهر أهمية وسائل الإعلام الرقمي، وتبرر مقولة كتلير بأن وسائل الإعلام هي من تحدد وضعنا الحالي، فهي تقوم بذلك من خلال تزويدنا بالأدوات المادية التي يمكننا من خلالها الكتابة والتواصل أو حتى فهم أنفسنا والعالم من حولنا، ومن هنا يبدو واضحاً موقف كتلير المناهض للدور الإنساني، حيث أنه لا يترك مجالاً أو يضع في عين الاعتبار دوراً للإنسان في التطور التاريخي، فمن وجهة نظره تتكون الحياة الإنسانية كنتيجة نهائية لتطورات شبكة الخطاب: ابتداءً بالأصالة من خلال الحركة الرومانسية مروراً بالطباعة وما صاحبها من حركة الضبط والتوحيد وصولاً إلى تقنيات وسائل الإعلام الرقمي والتي أدت إلى التمايز والاختلاف، وقد أدى تجاهله للدور الذي يمكن أن يلعبه الإنسان في هذه التطورات والتغييرات إلى طرح نفس الأسئلة التي تم توجيهها إلى ماكلوهان وانتقاد أفكاره بسببها، وهي: ماذا عن دور الإنسان؟ وما هو السبب الذي يكمن وراء ظهور وسائل الإعلام؟ وما هو السبب وراء التغيير الذي يطرأ عليها ويؤدي إلى تطورها؟ إن إجابة كتلير عن هذه الأسئلة يمكن تلخيصها في قوله بأن التقنيات هي من تصنع الناس، بمعنى أن وسائل الإعلام الرقمي هي التي جعلت من الممكن وجودنا بالصورة التي نحن عليها اليوم وهي التي حددت أشكال المجتمعات التي نعيش فيها حالياً، ولكن بعد ذلك قام الناس - ونتيجة

لتمكين وسائل الإعلام لهم - بردود فعل تجاه وسائل الإعلام من حولهم، الأمر الذي أدى إلى ظهور تحولات وتغيرات على هذه التقنيات، ومن ثم إنتاج وسائل إعلام جديدة، والتي بدورها أدت إلى تشكيل حياة الناس بطريقة مختلفة وظهور مجتمعات متميزة وهكذا دواليك، وبالتالي فإن المحرك لتاريخ الإنسانية - من وجهة نظر كتليلر - هو التقنية بدلاً من الإنسان، وعلى الرغم من أن آراء كتليلر هذه قدمت لنا معلومات قيمة حول الدور الذي تلعبه تقنيات وسائل الإعلام الرقمي في تحديد حياة الإنسان والمجتمع والثقافة، إلا أن قبولنا لأولوية التقنية في التغيير فيه التقليل من دور الإنسان، فمن الممكن القبول بأن الإنسان لا يعد المسيطر الوحيد في هذه الحياة، ولكن على أقل تقدير لا يمكننا إغفال قدرته على القيام بردود فعل انعكاسية وهادفة تجاه وسائل الإعلام الرقمي، الأمر الذي يظهر أهمية الدور البشري عند حديثنا عن علاقة الإعلام الرقمي بالناس والمجتمع، والذي اعتبره وليامز الأساس الذي بنى عليه آراءه حول علاقة وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على المجتمعات.

### ثالثاً- وليامز Williams:

على الرغم من أن وليامز يؤكد على فكرة ماكلوهان بأن وسائل الإعلام الرقمي هي امتداد للإنسان وذلك عندما يذكر في كتابه التلفزيون والتقنية وتشكيل الثقافة *Television, Technology and Cultural Form* (1974) بأن الوسائل الحديثة حين يتم اختراعها يمكن اعتبارها ملكية بشرية وامتداداً للقدرة الإنسانية عامة، إلا أنه يختلف مع ماكلوهان في تركيزه على الإجابة عن سبب تطور وسائل الإعلام وعدم بقائها على حالها، وهو السؤال الذي لم يكن يهتم ماكلوهان أو من تبنوا فكره من بعده بالإجابة عليه، فيرى وليامز بأن هذه الوسائل تم تطويرها وتحسينها من قبل الأفراد وذلك لمساعدتهم على ممارسة أعمالهم المعروفة أو تلك المتوقع منهم عملها، لذلك يرى وليامز أن تطور أي وسيلة إعلام ناتج عن رغبة من قبل الإنسان نفسه - والذي يعيش ضمن مجموعة اجتماعية - لتلبية بعض رغبات أو مصالح هذه المجموعة، وعلى خلاف من ماكلوهان وكتليلر، يرى وليامز بأن التطور في تقنيات وسائل الإعلام لا يؤدي إلى تغيير في الوظائف البدنية والعقلية للبشرية وإنما يقوم بتطوير الممارسات الحالية الخاصة بمجموعة اجتماعية ما والتي ترى هذه الجماعة بالفعل أنها ذات أهمية أو ضرورة لهم، وبالتالي فإن آراء وليامز حول سبب تطور وسائل الإعلام تنطلق من وجهة نظر إنسانية، فهي تنشأ من تطوير وإعادة تشكيل التقنيات التابعة لثقافة ما من أجل تحقيق أهداف اجتماعية، ويرى وليامز بأن القوة التي تتمتع بها فئات اجتماعية معينة هي التي تحدد وتيرة وحجم التطور الذي تمر به وسائل الإعلام

والتقنيات، لدرجة أنه يرى بأنها هي التي تحدد تطور تقنيات معينة من عدمها، وبالتالي فقد ركز وليامز على الأسباب التي بسببها تم تطوير هذه التقنيات، واهتم بالعوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تشكلها، والطرق التي يتم بها استخدام هذه التقنيات لتحقيق أغراض معينة بدلاً من التركيز على السمات التقنية لها، وهو الاتجاه الذي بدأ التيار الرئيس لدراسات وسائل الإعلام حالياً باتخاذ ونقد الآراء السابقة التي تدعم الحتمية المطلقة لوسائل الإعلام.

ويؤكد وليامز بأنه ومهما كان السبب الأساسي لتطوير وسيلة إعلام ما، فإنه في وقت لاحق ستأتي فئات اجتماعية أخرى ذات مصالح أو احتياجات مختلفة تؤدي إلى تكييف أو تعديل أو تطوير الاستخدامات التي تم وضعها لهذه الوسيلة، وبالتالي فإن وليامز هنا يدحض التبعية الإنسانية لتقنيات وسائل الإعلام ذات النتائج المحددة، فالعلاقة بين الحاجة والاختراع والتطوير ومن ثم الاستخدام وأخيراً التأثير ليست علاقة خطية من الممكن التنبؤ بها، كما أن هذه التقنيات المطورة من الممكن أن يكون لها استخدامات وآثار لم تكن متوقعة من قبل مطوريها، وعموماً فإن نقد وليامز لماكلوهان ومن تبعه يضيف إلى الفرضية التي تقول بأنه لا يوجد ما يضمن بأن تقنية معينة سيتم استخدامها بطريقة محددة يمكن التنبؤ بدقة بآثارها على المجتمعات، فمن وجهة نظره يصل وليامز إلى النتيجة المقابلة لما توصل إليه ماكلوهان وهي أن تشكيل ثقافة إنسانية ما لا يعد نتيجة مباشرة لطبيعة وسائل الإعلام الموجودة في هذه الثقافة، ومما لا شك فيه أن النقاش بين مواقف وليامز وماكلوهان وانتصار وليامز الظاهري في هذا النقاش كان له تأثير كبير على المنظرين المهتمين بالثقافة ووسائل الإعلام في دحض فكرة الحتمية التقنية المرتبطة بفكر ماكلوهان، كما كان لها أثر قوي في التشكيك في الطريقة التي كانت تتناول بها الدراسات الثقافية والإعلامية التقنية من خلال تأكيدها على أن التقنية بمفردها قادرة على إحداث التغيير، وأن كل ما يدور حولنا من تغيير وتطور تقني سريع ناتج عن مصالح عقلانية من قبل الناس أنفسهم وهي التي تقود هذه التقنيات إلى التطور في اتجاهات معينة، وهو ما يجب أن نوجه في المقام الأول اهتمامنا إليه - من وجهة نظر وليامز - في دراساتها لعلاقة الإعلام الرقمي بالمجتمع، وعلى الرغم من أن هنالك أسباباً وجيهة للاعتقاد بما قاله وليامز بأن التقنية لا يمكن تحليلها بشكل كاف إلا ضمن الإطار الإنساني، إلا أن إغفال الدور الذي من الممكن أن تحدثه هذه الوسائل المتطورة على حياة الناس بعد ذلك يحتاج إلى تسليط المزيد من الضوء لفهم العلاقة الكاملة بين وسائل الإعلام الرقمي والمجتمع بشكل أعمق، الأمر الذي اهتم به ستغليير في كتاباته حول الإعلام الرقمي.

#### رابعاً: ستغليير Stiegler:

في حين أن كلاً من ماكلوهان وكتليير يرون بأن العلاقة بين تقنيات الإعلام والمجتمع هي تلك التي يسيطر فيها الأول على الثاني ويرى وليامز بأن الغلبة والسيطرة هي للإنسان، يؤكد ستغليير بأن العلاقة بين الإعلام والمجتمع هي علاقة مشاركة وتساوٍ في الجدة، وأن البشر والتقنية مرتبطان ارتباطاً وثيقاً وينتميان إلى بعضهما البعض وأن كلاً منهما يشارك

في تشكيل طبيعة الآخر، حيث يرى ستغليير بأن هذا التعايش بين البشرية والتقنية مهم لأنه يتيح لنا أن ندرس تطور كل منهما في نفس الوقت من دون إعطاء الأولوية بالضرورة لأحدهما على الآخر، وبالتالي فإنها تجنبا من جهة وجهة النظر الإنسانية والتي ترى بأن تقنيات وسائل الإعلام هي أدوات في أيدي الأفراد، ووجهة النظر الأخرى المتمركزة حول حتمية وسائل الإعلام والتي ترى بأن الطبيعة الإنسانية يتم تحديدها من قبل هذه الوسائل، وقد بنى ستغليير آراءه هذه والمذكورة في كتابه أدوات التقنية والوقت (1998) *Technics and Time* مستنداً على كتابات لوري-غورهان *Leroi-Gourhan* المعنية بطبيعة التطور البشري، فيرى لوري-غورهان بأنه - ومن خلال التطور البشري - استطاع الإنسان صنع واختراع الأدوات، وقام بتطوير تقنيات لحفظ المعلومات والتي ينظر إليها لوري-غورهان على أنها نوع جديد للذاكرة بل أنه يعد النوع الثالث من ذاكرة الإنسان والتي يستخدمها جنباً إلى جنب مع ذاكرته الوراثية (الحمض النووي) والذاكرة الفعلية (الجهاز العصبي)، ويرى بأن ما يميز الإنسان عن غيره من المخلوقات تحديداً هو هذا النوع الثالث من الذاكرة والتي تعد ذاكرة خارج نطاق جسده لأن تخزينها يتم في أشكال مادية، ويؤكد لوري-غورهان على أن ولادة الجنس البشري هو بمثابة ولادة للتقنية، إلا أن ستغليير انتقد لوري-غورهان كونه يعطي الأولوية للإنسان، وبالتالي فإنه يعطي الأولوية - كما فعل وليامز - لعلم الأحياء على التقنية، في حين يؤكد ستغليير على أنه إذا ما أردنا أن نفهم نشأت وتطور كل من البشرية والتقنية فإنه يجب علينا أن نضع في اعتبارنا كلاً من ذاكرة الإنسان "الداخلية" و"الخارجية" بصورة متبادلة ومتزامنة ونسلم بتأثير وتطوير كلاً منهما للآخر، فردود الفعل الانعكاسية والقدرة على التفكير الرمزي والتي تعد من وظائف الدماغ الداخلية تم تمثيلها بشكل خارجي من خلال التقنية، والتي تمكنت بدورها من المحافظة على هذا الانعكاس والقدرة على الرمزية، وقد أطلق ستغليير على هذه العملية اقتران البشرية مع التقنية *Epiphylogenesis*، الأمر الذي يمكننا من حفظ واسترجاع المعلومات حتى بعد وفاة الأفراد.

إن هذه القدرة على حفظ الذاكرة بشكل خارجي ومادي لا يعد فقط ميزة فريدة طورها الإنسان، ولكنها أيضاً من وجهة نظر ستغليير السبب الرئيس في تطور حياة الناس ومجتمعاتهم، وبالتالي فإن هذا التطور يعد بيولوجياً وتقنياً في نفس الوقت، وعلى وجه التحديد فإن العلاقة بين التقنية والبشرية هي علاقة متبادلة وديناميكية تقوم بتحديد مستقبل البشرية، ويؤكد ستغليير على أن وسائل الإعلام الرقمي تمثل الشكل الظاهري أو المادي من ذاكرة أفكارنا، والتي نقوم نحن بتحديد طبيعتها ومحتواها، إلا أنه يذكر بأن الاعتماد على مثل هذه الوسائل الرقمية لحفظ المعلومات يؤدي إلى فقدان المعرفة لدى الإنسان وانتقالها إلى هذه الوسائل، ففقداننا للهاتف النقال - على سبيل المثال - يعني فقداننا لكل أرقام الاتصال الخاصة بمعارفنا والتي لم تعد في ذاكرتنا الداخلية بعد الآن، كما أن فقداننا لشريحة تخزين المعلومات ينطوي عليها فقدان المعرفة المخزنة فيها، حيث أننا لن نتمكن من استرداد كل الكم الهائل من المعلومات التي تحويها هذه الشريحة

من ذاكرتنا الداخلية، وبالتالي يؤكد ستغليز أنه يجب علينا أن نفكر في عواقب هذا الانتقال للمعلومات من الذاكرة البشرية لتقنية ما من أجل مستقبلنا، فعندما يتم تخزين المعلومات في تقنيات هذه الأجهزة الرقمية والتي يسيطر عليها آخرون - على سبيل المثال الشركات والحكومات - فقد ينتج عنها أحد الأمرين: الأمر الأول أنه قد يؤدي إلى تكاسل الناس والتقليل من مستوى مهارتهم في الحفظ حتى يصبحوا فقط مستهلكين، والأمر الثاني أننا نعطي الصناعات المعرفية والثقافية التي تدير مجتمعاتنا اليوم قوة أكبر وتأثيراً أعلى على حياتنا، الأمر الذي قد يؤدي إلى ظهور صراعات بين الشركات وحتى بين الدول من أجل السيطرة على هذه التقنيات التي تحوي على المعرفة والمعلومات التي تتحكم بنا، وعلى الرغم من أن كتابات ستغليز تقدم لنا وجهة نظر جديدة للعلاقة بين وسائل الإعلام الرقمي والمجتمع والتي تحمل الطابع الديناميكي للعلاقة بينهما مع الاعتراف أيضاً بوجود روابط وثيقة لا تنفصل بين التقنية والبشرية، إلا أن آراء ستغليز التحليلية - كما هو الحال مع كتليلير - تظل ذات توجه تاريخي، فهي لا تخرج عن كونها نوعاً من أنواع تتبع العلاقة بين التقنية والإنسانية ولا تحمل أي طابع اجتماعي، في حين أن وجهة النظر الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمية - من ناحية أخرى - يمكن أن توفر معلومات مفصلة وغنية تجريبياً في جميع مجالات الحياة، والتي بدورها تمكننا من فهم أفضل لحاضرنا اليوم، ولعل من أبرز العلماء الذين وضحو هذه العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمي والمجتمع العالم كاستلنز.

#### خامساً: كاستيلز Castells:

من خلال استعراضنا لآراء العلماء السابقين يتضح لنا بأنه لم يقم أي منهم بالتركيز على الطبيعة الاجتماعية لوسائل الإعلام والتقنيات الرقمية وذلك من خلال دراسة أنواع محددة من وسائل الاعلام الرقمية في مجتمعات معينة بطريقة واعية وتجريبية، وهو الأمر الذي ركز عليه كاستيلز في مجلداته الثلاثة عصر المعلومات: الاقتصاد والمجتمع والثقافة (1996; 1997; 1998) *The Information Age: Economy, Society, and Culture*، فقد ركز كاستيلز على الفهم التجريبي للتغيرات التي تطرأ على المجتمعات المعاصرة بسبب وسائل الإعلام الرقمية والتقنيات، ففي حين يتجنب كاستيلز التركيز على الحتمية التقنية لوسائل الإعلام إلا أنه حريص على إظهار آثار هذه التقنيات الرقمية في حياتنا، حيث انه يحاول إلقاء الضوء على التحولات الاجتماعية الأخيرة التي طرأت على مجتمعاتنا المرتبطة بوسائل الإعلام الرقمي، وبما أنه لا يزال يعطي الأولوية لدراسة التقنية فإنه من الممكن وصف موقفه حيال تأثيرها ب"الحتمية اللينة"، فمن وجهة النظر هذه يمكن القول بأن آراءه كاستيلز هي الأقرب إلى آراء ستغليز، ولكن من دون أن يقدم تنظيرات واسعة لدعم هذه الآراء، فمبرر كاستيلز الرئيس هو أن وسائل الإعلام الرقمية مرتبطة بأشكال جديدة من التنظيم الاجتماعي والتي تدور حول فكرة الشبكة، ويرى بأنه من الممكن فهم مجتمعاتنا كمجتمعات الشبكة، والتي لم تعد تتمحور حول الفرد أو حول المجتمع التقليدي كما هو الحال في المجتمعات السابقة ولكن حول الشبكة، فينظر إلى

مجتمع الشبكة على أنه بناء يتألف من نقاط مختلفة ولكن مترابطة، وأن هذا "التشكيل الرقمي" غير محدود بحدود مكانية أو زمانية، وأن هذا البناء أتى ليحل محل كل من الفردية والدولة القومية التي كانت تعد الشكل الأساسي للتنظيم الاجتماعي قبل ذلك، ولذلك يؤكد كاستيلز أننا اليوم دخلنا عهداً جديداً بسبب تقنيات وسائل الإعلام الرقمي، فيرى بأن فهمنا للعالم من حولنا حالياً لا يعد مسألة إدراك - كما كان يرى ماكلوهان على سبيل المثال - وإنما هو نتيجة للترتيب الاجتماعي في الشبكة، وأن وسائل الإعلام الرقمية أدخلت فعلياً ترتيباً اجتماعياً جديداً أعطى تصوراً مختلفاً للحدود المكانية من حولنا، فالمساحة من حولنا لا تحدد من قبل الأبعاد الجغرافية ولكن عن طريق التبادلات بين الأماكن المختلفة التي يوجد بها الأفراد داخل الشبكة، ويشير كاستيلز إلى أن تدفق المساحة يتكون من ثلاث طبقات: الأولى هي طبقة من الدوائر الإلكترونية التي تمكن من تدفق المساحة مادياً، والثانية هو طبقة من العقد أو المحاور وتحوي الأماكن المفككة التي تكون الشبكة وتدعم التبادلات والتفاعلات بين الجهات الفاعلة المحتملة لهذه الأماكن، وأخيراً تشير الطبقة الثالثة إلى التنظيم المكاني للنخب المسيطرة، التي توجه وتوضح مساحة التدفقات.

كما أن الوقت بالنسبة لكاستيلز داخل فضاء التدفقات هذا لا منتهى، ولفهم هذا المفهوم يمكننا أن نشير إلى تسلسل الوقت الذي ميز العصر ما قبل الحديث بأنه قد تم تحديده من خلال المواسم وتأثيرها على الإنتاج الزراعي، ثم أدخلت الحداثة تقسيماً مختلفاً للوقت من خلال التفريق بين وقت العمل ووقت الفراغ، أما الوقت في مجتمع الشبكات فإنه يقضي على التسلسل الزمني، فعلى سبيل المثال السوق المالي العالمي والذي يعمل في الوقت الحقيقي يتم من خلاله تبادل كميات هائلة من رؤوس الأموال في ثوان معدودات، وبالتالي فإن الوقت من خلال هذه الشبكات لم يعد من الممكن تتبعه أو قياسه، ولذلك يرى كاستيلز بأن هذه السمتين - مساحة التدفقات والوقت غير المنتهي - المكونة للشبكة تعد الطريقة الرئيسة التي تنظم المجتمعات المتقدمة تقنياً، فمجتمع الشبكة يختلف عن عصر الحداثة الذي يسمح للأفراد داخل الدول القومية بالاعتماد على بعضهم البعض على أساس التمايز الوظيفي فيما بينهم، بدلاً من ذلك فإن الروابط بين الناس في مجتمع الشبكة هي روابط غير قوية ومؤقتة وغالبا ما تقوم على الآراء والمعتقدات المشتركة بين الناس، مما يوضح أن كاستيلز يبدو غير مبال بالتنظير الجرد لطبيعة العلاقة بين التقنية والمجتمع، بدلاً من ذلك فهو يفترض أن وسائل الإعلام الرقمي تمثل تعبيراً تاريخياً معيناً، فبقدر ما مكنت هذه الوسائل التكوين الاجتماعي الرقمي للشبكة فإنها أيضاً ترتبط بالتغيرات المتعلقة بالعمليات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية بالمجتمعات، ومن وجهة النظر الاجتماعية هذه فإنه من المهم دراسة تفاصيل هذه التحولات، هذا الرأي يعطي الأولوية للدراسات التحريية على الرؤى النظرية، أو على الأقل هو يرى بأن التنظيرات المتعلقة بوسائل الإعلام الرقمي والمجتمع تنبع من الفهم التحريي لمختلف مجالات الحياة.

## سمات الإعلام الرقمي

عند حديثنا سابقاً عن المفهوم الأنسب الذي يمكن أن نطلقه على وسائل الإعلام في عصرنا الحالي خلصنا إلى أن مصطلح "الإعلام الرقمي" يشير حقيقةً إلى مجموعة واسعة من التغييرات في الإنتاج الإعلامي الرقمي والتوزيع والاستخدام للبيانات الرقمية والتي تعد تغييرات تقنية ونصية وتقليدية وثقافية، ومع وضعنا لذلك بعين الاعتبار، إلا أن عدداً من العلماء قاموا بتحديد الخصائص الأساسية لوسائل الإعلام الرقمي ككل والتي من وجهة نظرهم تعد السمات الرئيسية التي غالباً ما تذكر عند الحديث عن وسائل الإعلام هذه، وقد اختلف العلماء في حصر عدد هذه السمات وطبيعتها، ففي الوقت الذي يذكر فيه مانوفيتش (2013) Manovich أن هنالك خمس خصائص تميز وسائل الإعلام الرقمي وهي: التحويل الرقمي للبيانات والاحتفاظ بالخصائص الأساسية والآلية والتحول إلى أشكال أخرى وتشفير البيانات، يذكر كل من غان وبيير (2009) Gane and Beer ست خصائص ميزت الإعلام الرقمي وهي: الشبكية والمعلوماتية والواجهة التفاعلية والأرشفة والتفاعل والمحاكاة، في حين تذكر شيخاني (2010م) أن أهم ما يميز الإعلام الرقمي كونه إعلام متعدد الوسائط يمزج بين النص والصورة والفيديو، بالإضافة إلى أن المعلومات التي يقوم بنقلها هي معلومات رقمية يتم القيام بإعدادها وحفظها والتعديل عليها، كما يتميز بتعدد أدواته وسهولة استخدامه، أما علم الدين (2014م) فيحصرها في خاصيتين: التنوع والمرونة، في حين يذكر كل من ليستر ودوفي وجدنغنز وغرانت وكيلي Lister, Dovey, Giddings, Grant, and Kelly (2009م) أنه من الممكن إجمال أهم هذه السمات المميزة لوسائل الإعلام الرقمي في ست سمات رئيسية وهي: الرقمية والتفاعل والنصوص التشعبية والشبكية والافتراضية، والمحاكاة، وبالتالي فإن هذا القسم يقدم لمحة عامة عن هذه الست سمات الرئيسية لوسائل الإعلام الرقمي، وبالطبع فإنه لا يمكن القول بأن كل وسيلة إعلام رقمية تحمل هذه السمات جميعها، فهي لا تعد أحكام مطلقة تحكم وجود وسيلة إعلام رقمي من عدمه، وإنما هي سمات عامة شكلت ما يمكن أن نطلق عليه اليوم بثورة الإعلام الرقمي.

## أولاً: الرقمنة Digital:

سبق وأن أشرنا في حديثنا عن المصطلح الأمثل الذي من الممكن أن نطلقه على وسائل الإعلام الحديثة بأن أهم السمات المميزة لهذا النوع من وسائل الإعلام قيد الدراسة هي أنها رقمية لذلك قررنا أن نطلق على عصرنا اليوم بعصر الإعلام الرقمي، وتعني الرقمنة بأن جميع المعلومات أو البيانات الخاصة بوسائل الإعلام هذه يتم ترميزها على صورة أرقام، وأن النظام العددي الأكثر شيوعاً في هذا الترميز هو الترميز الثنائي (0 و 1)، وبالتالي فإنه يتم تحويل كافة المعلومات إلى سلسلة من الأصفار أو الرقم واحد، فأبي معلومة، كاسم ما - على سبيل المثال - يمكن أن يمثل أي جمع عشوائي من الأرقام، لذلك فإنه من وجهة النظر هذه يكون تفسير الرمز بشكل مستقل عن الشيء الذي يمثله خلافاً لما كان

يحدث سابقاً، حيث كانت وسائل الإعلام القديم تقوم بترميز وتخزين المعلومات على هيئة أشياء مادية، وبالتالي كانت الأصوات والنصوص والصور يتم ترميزها على هيئات مماثلة لها كطباعتها على ورقة أو لغة فيلم، ولذلك كانت توجد علاقة أكبر بين المعلومات المشفرة والأشياء المادية التي تمثلها والتي كان من الصعب التلاعب بها بعد ذلك، على خلاف ذلك فإن مبدأ وطريقة القيام بالرقمنة مهمة لأنها تتيح لنا أن نفهم الكيفية التي يتم بها إنتاج نصوص وسائل الإعلام في عالم حسائي، ولعل من أهم النتائج الأساسية لهذا التحول هي أن نصوص وسائل الإعلام الرقمي أصبحت غير مادية، بمعنى أنها أصبحت منفصلة عن الشكل المادي على نحو كتاب مطبوع أو صورة أو لغة فيلم وغيرها، وأصبح من الممكن ضغط البيانات مهما كانت كبيرة من خلال عمليات الرقمنة إلى مساحات صغيرة جداً، هذه البيانات يمكن الوصول إليها بسرعة عالية جداً كما أنه يمكن التلاعب بها بسهولة، لذلك فإن سمة الرقمنة هيأت الظروف لإدخال كميات عالية جداً من البيانات، وسهلت من إمكانية الوصول بسرعة كبيرة إلى تلك البيانات، كما أنها أتاحت الفرصة لتغييرها أو التعديل عليها بشكل كبير، وعلى الرغم من ذلك إلا أنه لا يمكننا القول بأن رقمنة البيانات أدت إلى الفصل الكامل لوسائل الإعلام عن العالم المادي، فعلى الرغم من أن الاتصالات اللاسلكية بين أجهزة الكمبيوتر والخوادم والشبكات أصبحت شائعة ومنتشرة بشكل كبير وعلى نحو متزايد حول العالم، إلا أنه ما تزال العديد من تقنيات الاتصالات تعتمد على الكابلات وخطوط الهاتف الأرضية خاصة في دول العالم الأقل تحضراً.

### ثانياً: التفاعل Interactivit:

منذ أوائل العام ١٩٩٠م خضع مصطلح "التفاعل" للعديد من النقاشات وتم إعادة تعريفه بشكل متكرر، وما يزال حتى اليوم معظم علماء الإعلام والاتصال متفقين على أن هذا المفهوم ما يزال في حاجة إلى مزيد من الإيضاح للوصول إلى معنى محدد له، إلا أنه ومما لا شك فيه أن هذا المصطلح يحمل مفهوماً أيديولوجياً قوياً، فإعطاء أي نظام سمة التفاعل تعني المصادقة على امتلاكه لقوة سحرية، فعلى المستوى الأيديولوجي كان التفاعل أحد أهم الأبعاد الرئيسة للقيمة المضافة لسمات وسائل الإعلام الرقمي، ففي الوقت الذي قدمت فيه وسائل الإعلام "القديمة" الاستهلاك السلبي قدمت وسائل الإعلام الرقمي التفاعل، وبشكل عام يمكن القول بأن هذه السمة تشير إلى درجة اندماج أكبر من قبل المستخدم مع نصوص وسائل الإعلام، وإلى وجود علاقة أكثر استقلالية لمصادر المعرفة، وإلى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام، إضافةً إلى زيادة اختيارات المستخدم، هذه الأفكار حول قيمة "التفاعل" استمدت وبشكل واضح من الخطاب الشعبي لليبرالية الجديدة التي تعامل المستخدم - وقبل كل شيء - على أنه مستهلك، حيث تهدف المجتمعات الليبرالية الجديدة إلى تقديم مجموعة كبيرة من السلع للمستهلك للاختيار منها وينظر إلى الأفراد في هذه المجتمعات على أنهم قادرين على الاختيار بين خيارات متنوعة لنمط الحياة الفردية من مجموعة لا نهاية لها من الإمكانيات التي يوفرها لهم

السوق، هذا السياق الأيديولوجي أثر على الطريقة التي يفكر بها علماء الإعلام والاتصال عند حديثهم عن سمة التفاعل في وسائل الإعلام الرقمي، حيث أصبح ينظر إلى التفاعل على أنه وسيلة لتحقيق أقصى قدر من اختيار المستهلك فيما يتعلق بنصوص وسائل الإعلام، إلا أن ما يهمنا الآن في هذا الجزء عند الحديث عن سمة التفاعل هو المستوى الآلي من المعنى الذي يحمله هذا المصطلح، ففي هذا السياق يشير التفاعل إلى قدرة مستهلكي وسائل الإعلام الرقمي على التدخل المباشر في إحداث تغيير على الصور والنصوص التي يصلون إليها، وبالتالي يصبح جمهور وسائل الإعلام الرقمي "مستخدمين" بدلاً من "مشاهدين" للثقافة البصرية والسينما والتلفزيون أو "قارئين" للأدب، ففي نصوص الوسائط المتعددة التفاعلية تظهر الحاجة لضرورة قيام المستخدم بالتدخل بنشاط فضلاً عن قيامه بعرض أو قراءة نص ما من أجل إنتاج المعنى، هذا التدخل يضم أيضاً وسائل أخرى للمشاركة مثل اللعب، والتجربة، والاستكشاف والتي تندرج جميعها تحت مظلة التفاعل، مما جعل هذه السمة أحد أهم ما يميز الإعلام الرقمي، وفي مقارنته بين الإعلام التقليدي والرقمي، يؤكد كاتب (٢٠٠٢م) بأن التفاعل يعد أهم ما يميز الإعلام الرقمي، حيث يرى بأن سمة توفر المعلومات للعامّة بسهولة وبأسعار مناسبة هي سمة مشتركة بين كل من وسائل الإعلام التقليدي والرقمي، لكن الفرق هو أن الإعلام الرقمي يملك سمة جديدة لا يقدر عليها الإعلام التقليدي وهي التفاعل، أي أن وسائل الإعلام الرقمي قادرة على الاستجابة بدكاء لمدخلات المستخدم مثلما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، ويرى كاتب بأن هذه السمة أضافت بعداً مهماً لأنواع وسائل الإعلام الجماهيري تحديداً والتي عادة ما تقوم بإرسال رسائل ذات اتجاه واحد من مصدر رئيس مثل مؤسسة صحفية أو قناة تلفزيون أو راديو إلى المستهلك.

### ثالثاً: النصوص التشعبية Hyper textuality:

مثل سمة التفاعل، تحمل سمة النصوص التشعبية دلالات أيديولوجية وهو مصطلح أساسي آخر تم استخدامه لإبراز ما تقدمه وسائل الإعلام الرقمي مقارنة بوسائل الاعلام التقليدي، فيعد النص التشعبي جزءاً هاماً من تاريخ الحوسبة، ولا سيما في الطريقة التي تعالج الأفكار المتعلقة بالأنظمة تشغيل الكمبيوتر والبرمجيات وحتى العمليات المعرفية والتعلم، فالبادئة "hyper" مشتقة من الكلمة اليونانية "أعلاه، أو أدناه، أو من الخارج"، وبالتالي فإن النص التشعبي يشير إلى النص الذي يوفر شبكة من الروابط إلى نصوص أخرى قد تكون خارجه، أو أعلاه أو أدناه، ويحمل النص التشعبي تاريخاً مزدوجاً يعود تاريخه إلى بداية عام 1990م، فيربط أحد هذه الجوانب تاريخ المصطلح بالنظرية التمثيلية والأدب الأكاديمي، حيث رأى بعض علماء الأدب بأنه لا يمكن الوصول إلى الفهم الكلي لعمل في ما دون ربطه بأعمال أخرى، وبالتالي فيمكن اعتبار أي نص كنص مفهوم فقط عند وضعه داخل شبكة من الارتباطات النصية التي هي في آن واحد أعلى أو أدنى أو خارج النص نفسه، في حين يستمد آخرين تاريخ النصوص التشعبية من لغة تطوير

صناعة الكمبيوتر، فمن الممكن اعتبار أي من البيانات اللفظية أو المرئية أو الصوتية التي لديها في حد ذاتها ارتباطات إلى البيانات الأخرى بأنها نص التشعبي وهو ما ينطبق على وسائل الإعلام اليوم، ومما لا شك فيه أن وجود هذه السمة في وسائل الإعلام الرقمي أدى إلى سهولة الوصول إلى مصادر أكثر للمعرفة من قبل المستخدم وساهمت في التوسيع من مدارك فهمه، فعلى سبيل المثال قراءة الشخص لنص تشعبي ما استدله على أن بإمكانه النقر على روابط أخرى متصلة بهذا النص الذي يقرأه، وأنها موجوده بمثابة مراجع لهذا النص أو قراءات مقترحة توجهه إلى نصوص أخرى قد تختلف أو تتفق مع ما كان يقرأه بدلاً من تقييده بآراء كاتب ما عند قراءته للكاتب بصورتها التقليدية.

#### رابعاً: الشبكية Net worked:

على مدى الخمسة وعشرين عاماً الماضية أثر تطوير الشبكات اللامركزية على عمليات وسائل الإعلام والاتصال، فيزعم بعض علماء الاتصال أننا اليوم دخلنا مرحلة جديدة أصبحت فيها هذه الخصائص أكثر وضوحاً، فلم تعد فقط - وعلى نحو متزايد - الأسواق وجمهير وسائل الإعلام بجميع أنواعها متخصصة ومجزأة وتنطوي على عدم التفريق بين المنتج والمستهلك، ولكن قطاعات كاملة من صناعات وسائل الإعلام الرقمي أيضاً عملت على توفير وسائل وفرص للمستخدمين لإنتاج المحتوى الخاص بهم، وفي نفس الوقت ظهرت وبوضوح اقتصاديات وسائل الإعلام الرقمي والتي لا تهدف إلى التوجه إلى شريحة واحدة كبيرة من الجمهور لكنها تسعى لتلبية عدد لا يحصى من رغبات الأقلية والأسواق المتخصصة من خلال دعم الشبكة لذلك، فصفحات المواقع والشبكات الداخلية للشركات وبيئات التعلم الافتراضية ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات بأنواعها والقوائم البريدية الإلكترونية تعد جميعها شبكات مختلفة المستويات والتعقيدات ترتبط في نهاية المطاف بشبكة عالمية واسعة هي الإنترنت والذي يتيح للفرد التحول فيه واختيار ما يناسبه بدلاً من إجباره على محتوى معين، هذه الشبكية لوسائل الإعلام الرقمي لم يعد بالضرورة الوصول إليها من خلال كمبيوترات العمل المكتبية الثابتة الموصولة بخطوط الهاتف الأرضية أو الكابلات، ولكن يمكن أيضاً استخدامها لاسلكياً عبر أجهزة الكمبيوتر المحمولة وأجهزة المساعدة الرقمية الشخصية وأجهزة تحديد المواقع والهواتف المحمولة، إلا أنه وما لا يخفى على أحد أنه ظهر مع هذه التطورات لوسائل الإعلام الرقمي العديد من التعقيدات والتناقضات غير المتوقعة والتساؤلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية.

#### خامساً: الافتراضية Virtually:

العوامل الافتراضية والبيئات والذات والهوية مصطلحات يكثر ترديدها عند الحديث حول وسائل الإعلام الرقمي، في الواقع فإننا نجد في العديد من تطبيقاتها بأن التقنيات الإعلامية الرقمية تنتج عوامل افتراضية، وعلى الرغم من أن مصطلح "الافتراضي" - وخاصةً "الواقع الافتراضي" - يستخدم وبشكل متكرر في حديثنا عن خبرتنا مع هذه التقنيات

الرقمية إلا أنه مصطلح معقد في حقيقته، ففي حين أن تاريخ هذا المصطلح يعود إلى بدايات العام ١٩٩٠م والذي استخدم للإشارة إما إلى تصور التواجد جسدياً في العالم غير المادي من خلال ارتداء المستخدم لبدة أو نظارة خاصة وإحاطته بصور ومؤثرات صوتية وحسية يتم إنتاجها والتلاعب بها عن طريق الكمبيوتر أو للإشارة إلى الواقع الافتراضي الذي يُشعر المستخدمين أنهم يعيشون فيه من خلال تواصلهم عن طريق الإنترنت إلا أنه ومع دخولنا للعصر الحديث تغير هذا المعنى، فبدلاً من أن يشير هذا المصطلح إلى واقع يقارب أو غير مكتمل للواقع الحقيقي الذي يعيشه الأفراد، أصبح يشير اليوم إلى واقع افتراضي بديل وربما أفضل من الواقع الحقيقي، فالتعريفات السابقة كانت تعتمد على الفضاء الإلكتروني لحدوثها، أما اليوم ومع تداخل العلاقات بين التقنيات الرقمية لوسائل الإعلام في حياة الأفراد اليومية وأعمالهم قل تأثير مفهوم الفضاء الإلكتروني كواقع آخر لحياتهم المادية الحقيقية، فنجد في عصرنا الحالي أن هنالك الكثير من تطبيقات الواقع الافتراضي التي نتمتع عليها في حياتنا المادية، ويأتي في مقدمتها تلك التي تهتم بمجالات التعليم والترفيه والفن، كما أن هنالك العديد من التطبيقات في مجالات أخرى والتي يتوقع أن تكون أكثر أهمية على المدى الطويل وذات تأثير أكبر على حياة البشرية ولكنها ما تزال قيد التجريب مثل استخدامها لاستكشاف الفضاء وفي البيئات الطبية لأداء العمليات الجراحية عن بعد من خلال النظر إلى داخل جسم المريض لإجراء تشخيص أفضل لحالته.

#### سادساً: المحاكاة Stimulation:

على الرغم من أن مفهوم المحاكاة يستخدم على نطاق واسع في أدبيات الإعلام الرقمي، إلا أنه نادراً ما يتم تعريفه، فهو عادة ما يستخدم مرادفاً لمفاهيم أكثر رسوخاً مثل التقليد أو التمثيل، ومع تسليمنا بأن المحاكاة هي بالتأكيد اصطناعية إلا أنها ليست "كاذبة" أو "وهمية"، فعمليات التصنيع والتركييب التي تمر بها حقيقية وتنتج عنها منتجات حقيقية جديدة، فعالم ألعاب الفيديو - على سبيل المثال - ليس من الضروري أن يقلد مكاناً أصلياً أو مخلوقات موجودة في العالم من حولنا، ولكن هذا لا يعني أنه غير موجود، تحديداً - وفيما يتعلق بوسائل الإعلام الرقمي - فإن هنالك ثلاث طرق رئيسة يتم استخدام مصطلح المحاكاة فيها، وهي: محاكاة ما بعد الحداثة ومحاكاة الكمبيوتر ومحاكاة الألعاب، ويرجع مصطلح محاكاة ما بعد الحداثة إلى دراسات بودريار (Baudrillard 1997م) والذي شبه المحاكاة بالواقع المفرط Hyperreality، فيرى بأن الصور هي عبارة عن علامات لا يمكن تبادلها مع عناصر حقيقية خارج نظام معين من العلامات الأخرى، ولكن من الممكن تبادلها مع العلامات داخل نفس النظام، هذه التبادلات بين العلامات تفترض وظيفية وفعالية الأشياء "الحقيقية"، وهذا هو السبب الذي جعله يدعو هذا النظام من العلامات بالحقيقية المفرطة، وفي ظل هذه الظروف من الممكن استبدال الواقع بالواقع المفرط، فعلى سبيل المثال النظم الانتخابية في الدول الديمقراطية المتقدمة لا تزيد من قوة الناخبين وإنما تحدد ممارسة الديمقراطية وفقاً لشروط الفضاء الإلكتروني، فالتصويت لحزب X

بدلاً من حزب Y يعزز من حكم الترميز الثنائي على حساب الأنظمة السياسية، مما يشكل المحاكاة الديمقراطية، وهكذا فإن المحاكاة أو تبديل الديمقراطية لمشهد آخر أصبح هو الواقع السياسي الوحيد هناك، أما الاستخدام الثاني لمفهوم المحاكاة وهو محاكاة الكمبيوتر فيعكس معنى أكثر تحديداً للمحاكاة كشكل خاص من أشكال الإعلام عن طريق الكمبيوتر، فيقصد بالمحاكاة هنا أنها نموذج للعالم الحقيقي (أو لبعض جوانبه)، فبالنسبة لبعض الكتاب والمهندسين وعلماء الاجتماع والمخططين العسكريين وغيرهم فقد قدم الكمبيوتر نماذج محاكاة معقدة ذات أنظمة ديناميكية بطرق مستحيل تمثيلها في وسائل الإعلام الأخرى، أما دراسات الألعاب فقد تبنت مؤخراً المنهج التحليلي الرسمي الوصفي في تحديدها لبرمجيات محاكاة الكمبيوتر، فالمحاكاة لديهم تشير إلى ميزة محددة من الألعاب، وخاصة في الكمبيوتر وألعاب الفيديو. تعني بالإعلام الحسائي الإجرائي.

#### خاتمة:

ابتدئ هذا البحث بالإشارة إلى بعض النقاشات النقدية المتعلقة بالمفاهيم وشرح الأسباب والمبررات الكامنة وراء اعتماد مصطلح "الإعلام الرقمي" عوضاً عن غيره من المصطلحات، فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام "الرقمية" لا تعد جدياً حديثة اليوم، فقد تم تبني واعتماد مصطلح الإعلام الرقمي لأنه يشير إلى مميزات ديناميكية ومتطورة لوسائل الإعلام مكنت هذه الوسائل من أداء دورها، الأمر الذي دعانا إلى تبني مصطلح يعترف بالتغيرات الكبيرة التقنية والأيدولوجية والتجريبية التي تدعم في الواقع مجموعة من الظواهر المختلفة، كما أنه في نفس الوقت مصطلح عام ومجرد لا يرغبنا على إظهار سمة معينة وإغفال أخرى.

كما قدم هذا البحث دراسة تحليلية للمبادئ الأساسية لأبرز المفكرين الذين اهتموا بدراسة الإعلام الرقمي وعلاقته بالمجتمع، فتم إيضاح مواقف خمس علماء يملكون وجهات نظر رئيسية لفهم الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي وهم: ماكلوهان وكتلير ووليامز وستغليير وكاستيلز، واتضح من كتابات ماكلوهان حرصه وإصراره على أهمية وسائل الإعلام الرقمية ومساهمتها الفاعلة في الكيفية التي ننظر بها إلى العالم، وقد قام كتلير بتوسيع هذه الأفكار وإعطاء التقنية الأولوية بشكل أكبر حيث خلص للقول بأن تاريخ البشرية هو تاريخ التقنية، وأن وسائل الإعلام هي من جعلتنا أفراد مستقلين، من جهة أخرى مقابلة قام وليامز بدحض هيمنة الحتمية المطلقة للتقنية وأكد على أهمية الدور الإنساني في تطوير وتغيير تقنيات وسائل الإعلام، أما ستغليير فقد قام بمناقشة العلاقة بين الإعلام الرقمي والتقنية من مبدأ "من الذي يأتي أولاً"، ورأى بأن البشرية والتقنية متشاركين في الأصالة وأهم ينتمون إلى بعضهم البعض ولا يمكن أن يوجد أحدهما دون الآخر، وبالتالي فنحن من صنعنا التقنية وهي التي شكلت حياتنا بشكلها اليوم، أخيراً قدم كاستيلز تفسيراً تجريبياً نحن في أشد الحاجة إليه اليوم في نقاشنا حول علاقة الإعلام الرقمي بالمجتمع وذلك من خلال دراسته للتحويلات التجريبية

التي لاحظها منذ ظهور تقنيات وسائل الإعلام الرقمية، والتي يذكر بأن هذه التحولات لم تكن ممكنة إلا من خلال وسائل الإعلام الرقمي.

واختتم هذا البحث بعرض أهم السمات التي تميز الإعلام الرقمي، وينبغي النظر إلى هذه السمات الست الرئيسية والمتمثلة في سمات الرقمنة والتفاعل والنصوص التشعبية والشبكية والافتراضية، والمحاكاة على أنها جزء من مصفوفة من الصفات التي نرى بأنها تجعل من وسائل الإعلام الرقمي مختلفة عن ما سبقها، وبالطبع فإن ليس كل من هذه السمات موجودة في جميع أمثلة وسائل الإعلام الرقمي - حيث أنها سوف تكون ظاهرة بدرجات مختلفة وبتراكيب متنوعة، كما أنه لا يمكننا القول بأن هذه السمات تمثل فقط جانباً تقنياً، حيث أن لها انعكاساتها على الحياة الإنسانية من خلال ما أحدثته من تغييرات اقتصادية وسياسية واجتماعية، فالحديث عن وسائل الإعلام الرقمي كوسائل إعلام شبكية على سبيل المثال لا يعد مجرد حديث عن الفرق بين الخادم التقني وأجهزة بث الإرسال ولكنه يتضمن أيضاً الحديث عن تحرير الأسواق الإعلامية، كما أن النقاش حول مفهوم الافتراضية ليس مجرد نقاش عن نظم العرض المتطورة ولكنه أيضاً يضع في عين الاعتبار الطرق التي تتوسط خبراتنا عن الذات والهوية في الفضاء الافتراضي، وبالتالي فإن سمات الرقمنة والتفاعل والنصوص التشعبية والشبكية والافتراضية، والمحاكاة التي تم عرضها تقدم خارطة طريق لدراسة الإعلام الرقمي، كما أن النقاش حول هذه النقاط المفصلية يساعد في تحديد الأسس التي من الممكن أن نبدأ على أساسها في إيجاد إجابات من خلال الدراسات والأبحاث المستقبلية للأسئلة التي أدى انتشار وسائل الإعلام الرقمي اليوم إلى طرحها.

## المصادر والمراجع:

- 1- المرشد، لطيفة. (٢٠١٩م). الإعلام الرقمي والجدل ما بين الأمن وحرية التعبير: التحديات والفرص المتاحة. المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: القوى الناعمة.... وصناعة المستقبل، المجلد 2:316-346.
- 2- أمين، رضا. (2015م). الإعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 3- صادق، عباس. (2008م). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 4- عبد الرازق، إنتصار والساموك، صفد (2011م). الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. بغداد: سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع.
- 5- علم الدين، محمود (2014م). الإعلام الرقمي الجديد: البيئة والوسائل. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
- كاتب، سعود صالح (2002م). الإعلام الجديد والإعلام القديم هل الصحافة المطبوعة في طريقها للانقراض. الرياض.
- 6- شيخاني، نادية (2010م). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1.
- 7- فضل السيد، معزة. (2018م). الإعلام الرقمي وانعكاساته على محتوى الرسالة الإعلامية. مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد 2: 162-174.
- 8- فقيه، جيهان. (2017). حماية البيانات الشخصية في الإعلام الرقمي. مجلة العلوم الإنسانية، الجزء 1، العدد 7: 128-138.
- 9- مصطفى، عادل ونوشي، زينة. (2019م). استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي (دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد إنموذجا). مجلة الباحث الإعلام، العدد 24: 47-72.
- 10- Alvermann, D. E., Beach, C. L., & Boggs, G. L. (2018). What Does Digital Media Allow Us to "Do" to One Another? Economic Significance of Content and Connection. In Information and Technology Literacy: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications (pp. 2151-2174).
- 11-Bean, T. W. (2016). Digital media and cosmopolitan critical literacy: Research and practice. In Handbook of research on the societal impact of digital media (pp. 46-68).
- 12-Bolter, D. & Grusin, R. (1999). Remediation: Understanding New Media. Massachusetts: MIT Press.
- 13-Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol. 1. Oxford: Blackwell.
- 14- Castells, M. (1997). The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol. 2. Oxford: Blackwell.

- 15- Cottrell, T. (2016). Digital Media Affecting Society: Instruction and Learning. In Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media (pp. 208-236).
- 16- Castells, M. (1998). End of Millennium, The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol. 3. Oxford: Blackwell.
- 17- Gane, N. & Beer, D. (2009). New Media: The Key Concepts. Oxford: Berg.
- 18- Kittler, F. (1999). Gramophone, Film, Typewriter. Stanford, CA: Stanford University.
- 19- Levinson, P. (2009). New New Media. Boston: Person.
- 20- Lister, M. Dovey, J. Giddings, S. Grant, I. & Kelly, K. (2009). New Media: A Critical Introduction. London: Routledge.
- 21- Logan, R. (2016). Understanding New Media: Extending Marshal McLuhan. New York: Peter Lang.
- 22- Manovich, L. (2013). The Language of New Media. Massachusetts: MIT Press.
- 23- Manovich, L. (2009). New Media. Retrieved December 2016 from: <http://manovich.net/index.php/projects/tag:Article/display:list>
- 24- McLuhan, M. (2001 [1964]). Understanding the Media. New York: Routledge.
- 25- McLuhan, M. (2002 [1962]). The Gutenberg Galaxy. Toronto: The University of Toronto Press.
- 26- Pew Global. (2016). Internet Access Growing Worldwide but Remains Higher in Advanced Economies. Retrieved February 2017 from: <http://www.pewglobal.org/2016/02/22/internet-access-growing-worldwide-but-remains-higher-in-advanced-economies/>.
- 27- Siapera, E. (2012). Understanding New Media. London: SAGE Publications.
- 28- Stiegler, B. (1998). Technics and Time. Stanford, CA: Stanford University.
- 29- Williams, R. (1974). Television, Technology and Cultural Form. New York: Routledge.
- 30- Taşkıran, H. B. (2019). Digitalization of Culture and Arts Communication: A Study on Digital Databases and Digital Publics. In Handbook of Research on Examining Cultural Policies Through Digital Communication (pp. 144-160).
- 31- World Wide Web Size. (2017). The size of the World Wide Web (The Internet). Retrieved February 2017 from: <http://www.worldwidewebsite.com/>