

الإعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي

الباحثة : زهية عبد العزيز

جامعة وهران 1

ملخص باللغة العربية:

عرفت المجتمعات البشرية على سواء موجة جديدة في ميدان الإعلام والاتصال ومجال تكنولوجيا الإعلام مع دخول الألفية الثالثة، وعليه جاءت هذه الورقة البحثية لتعالج مسألة الإعلام الجديد، من الناحية المفاهيمية ومسألة إشكالية المصطلح ، إضافة إلى أنها حاولت تسليط الضوء على متغير تابع أو لصيق بمفهوم الإعلام الجديد وهو مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

Résumé :

Média, Réseaux sociaux et Web 2.0 des phénomènes qui ont crée un nouveau mode de vie, spécialement au début de 21 siècle.

Cette étude se focalise sur le sujet des nouveaux médias, la problématique du terme et de sa compréhension, ainsi que sa relation avec les réseaux sociaux numériques.

أولاً: ماهية الإعلام الجديد وإشكالية المفهوم:

نشأ الإعلام الجديد نتيجة للتطور الهائل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بداية من ظهور التلفزيون والإذاعة بعد الصحافة المكتوبة ، إلى ظهور شبكة الانترنت كتقنية جديدة لبث واستقبال المعلومات والمعطيات، وتطور كمفهوم على الساحة البحثية نتيجة لظهور الهاتف المحمول، شبكات التواصل الاجتماعي،

ومنصات الويب 2.0؛ أخذ عدة مفاهيم على غرار: الإعلام البديل، إعلام الانترنت، الإعلام الرقمي، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الشبكي، الإعلام الحلقي... وغيرها؛ تعددت التسميات لتدل على مفهوم واحد يكاد يكون مشتركا بين كل تلك المدلولات والتي تنحصر في ذلك النوع الإعلامي الجديد الذي ظهر بسبب الطفرة التكنولوجية التي عرفتها المجتمعات، وتطور التقنيات والتطبيقات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال، وقد عرف مصطلح الإعلام الجديد منذ تأسيس منظمة اليونسكو¹ عام 1946 التي تمثل دورها في إعادة بناء النظام الاتصالي وإحداث ما أسي بالصحة الإعلامية، بجمع وتخزين ومعالجة المعلومات ونشرها؛ خاصة المتعلقة بالنقاش حول القضايا العامة، إلا أن مجرى الحرب الباردة أبى إلا أن تتجسد الفكرة على أكمل وجه، ثم بتأسيس حركة عدم الانحياز عام 1973؛ لكن سرعان ما انعرجت المطالب إلى ذلك التزاوج الذي حدث في إطار تكنولوجيات الاتصال والدخول في المعلوماتية والاقتران بشبكة الانترنت، أين انتقل الحديث إلى الطرق السريع للمعلومات les sociétés de l'information، مجتمع المعلومات autours de l'information والفجوة الرقمية التي جاءت كمفهوم لاحق فيما بعد، وقد عرفت هذه الحقبة لدى بعض الباحثين أمثال ألفين توفلر (Alvin Toffler) بالموجة الثالثة بعدما شهدت البشرية تلك النقلة من مرحلة الزراعة كموجة أولى ثم الصناعة كموجة ثانية وصولا إلى المعلوماتية والانترنت كموجة ثالثة والتي غيرت بدورها نموذج الاتصال التقليدي الجماهيري تماما كما تغير نشاطها الإنتاجي في المجتمع.

يربط المعجم الإعلامي الإعلام الجديد باستخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية، كما يرى أن هذا شيء يجمع بين الإعلام القديم والجديد، إلا أن الإضافة التي منحها الإعلام الجديد هي ميزة التفاعل أو التفاعلية interactivity القائمة على استجابة المستخدم تماما كما هو الحال في المحادثة بين

¹ مصطفى صادق عباس، الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، عمان، الشروق ، 2008، ص 15.

شخصين¹؛ وورد في قاموس التكنولوجيا الرقمية أن الإعلام الجديد « هو اندماج الكمبيوتر وشبكاته والوسائط المتعددة ² »

وتعرفه اللجنة العربية للإعلام الجديد:³ "بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي آليا، أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية".

إذ نلاحظ أن التعريف عدّد بعض الخصائص التي قد ينفرد بها الإعلام الجديد عن غيره؛ وبالوقوف على أهم ما جاء فيه، نجد أنه اصطلح على أن الإعلام الجديد هو خدمة ونموذج جديد، وما هو إلا تطوير لمحتويات وسائل الاتصال الإعلامي التي كانت سائدة من قبل لاندماجها مع الحضارة الإلكترونية والرقمنة التي اكتسحت المجال، فولدت لنا هذا النموذج الجديد.

ويعرفه جونز Jones⁴ مؤلف موسوعة الإعلام الجديد بأن: "الإعلام الجديد مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الإتصال الإلكتروني....كمقابل للإعلام القديم... الوسائل السائدة... و يتميز بخاصية الحوار بين طرفين صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم زالت لأن

¹ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار اسامة، ط1 2006، الأردن، ص30.

² مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 31 .

³ مقال مفهوم الإعلام الإلكتروني، الوارد في كتاب: علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الإعلامي، دار أسامة الأردن، 2014، ص48.

⁴ Steve jones, Encyclopedie of new Media, 2002.

المذكور في: مصطفى عباس صادق، مرجع سابق، ص 32.

مصطفى عباس صادق، مرجع سابق، ص 32.

القديم نفسه أعيد تكوينه ومراجعتة ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه " إذن هناك تكامل بينهما استرشادا بهذه المقولة.

كما يضيف صلاح عبد الحميد نقطة أخرى ربما لم ترد في باقي التعريفات وهي أن هذا الإعلام الجديد لا يقتصر فقط على الانترنت ، بل إنه يتميز بخصائص جديدة لا تعتمد فقط على التكنولوجيا وإنما تقوم على حراك الوسائل الساكنة كالنص والصورة أيضا، ووضعها في إطارات و شبكات جديدة غير موجودة على الانترنت تتمثل في دمج الوسائل القديمة والحديثة في مكان واحد هو الكمبيوتر وشبكة الانترنت¹، ويستند في هذه النقطة إلى أطروحات Negroponte² الذي يرى أن الإعلام الجديد يتميز بقدرته على المخاطبة الرقمية المزدوجة التي اكتسبها بتطور نقل المعلومات من كمبيوتر إلى لآخر بعد الحرب العالمية الثانية، مؤكدا على ذلك بذكره أنه خرج من أسر السلطة آنذاك كالكنيسة ورؤساء القبائل والدولة ، وأصبح متاحا لجميع الناس، وأخذ في التطور تدريجيا إلى أن أخذ تسميته الكاملة بظهور الانترنت التي حققت نموذج الاتصال الجمعي..

وفي رأينا أن هذا الأخير قد عبر عن المفهوم بطريقة أقرب للصواب وللمنطق بحكم أنه ليس فقط كل ما يمر عبر شبكة الانترنت يمثل إعلاما جديدا، بل حتى محتويات وسائل الإعلام التقليدية عند رقمنتها ووضعها عبر الكمبيوتر ثم بثها تمثل إعلاما جديدا، وحتى الهاتف الخليوي الرقمي والمربوط عبر شبكة الويب يمثل إعلاما جديدا...إلخ. والمهم في ذلك أن المدخل الأساسي لتحديد مفهوم هذا الإعلام الجديد هو الكمبيوتر إضافة إلى شبكة الانترنت.

¹ صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة 2013، ص 58.

² صلاح عبد الحميد، المرجع نفسه، ص 65.

خصائص وسمات الإعلام الجديد:

يمكن استنتاج جملة الخصائص والمميزات التي يتمتع بها هذا النموذج الإعلامي الجديد من خلال ما تم عرضه في عجالة:

(1) التفاعلية كأهم ميزة لأنها اكتسبت صفة الجودة بفضلها، ولم تكن متوفرة بالشكل التي عليه في استجابة المضمون للمتلقي كما طرحته هذه النماذج الحديثة في الإعلام بفضل التكنولوجيا الرقمية وشبكة الانترنت التي تطورت خدماتها يوما عن يوم لتضيف لحظة بلحظة مستوى آخر من مستويات هذه التفاعلية تمثل إحدى سمات مجتمع المعلومات، وتعني في معناها الأولي الاستجابة للفعل أو الاتصال أو التعامل، تعبر عن مدى قدرة المستقبل على رد الفعل ، وحسب معجم الإعلام فإن مصطلح التفاعلية *interactivité* يعرف بأنه قدرة *faculté* يملكها مستخدم وسيلة إعلامية إضافة إلى البرامج والخدمات المتاحة له كيفما يريد ومتى أراد¹، ويضيف المعجم أن *le zapping* أو البحث الرقمي الذي منحه التلفزيون الفضائي يعتبر من بين أضعف مستويات التفاعلية، وأهم ميزة للتفاعلية تندرج في خاصية التشبيك بحيث تربط بشبكة الواب في عصر الانترنت بمعنى الترابط بين جميع مستخدمي الشبكة ويظهر ربما هذا جليا في شبكات التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية عن طريق التعليقات والردود وتشارك المضامين...إلخ.

(2) تجاوز ثنائية الزمن والمكان، أو كما يطلق عليها الزمكانية، حيث أن مضامين هذا النموذج الإعلامي الجديد يمكنها أن تصل إلى منطقة في العالم، وفي أي وقت فقط بضغطة زر واحدة، ولهذا تحدث أحد الباحثين قائلا أننا نعيش في زمن سماه بحضارة النقر أو بالفرنسية *Civilisation du clic*. مما وسع من حرية الإعلام في شكله الجديد، ومنح فرصة أكبر للجميع خاصة الأقليات الضعيفة بإيصال أصواتها، ونجح في تحقيق ما لم تستطع أن تحققه المنظمات العالمية في إيصال مطالب وشعوب العالم الضعيفة إلى العالم.

¹ F.Ball, Dictionnaire des media, Larousse, Paris 1998, p128.

(3) الأنية والتحديث المستمر، بحيث أن الخاصية السابقة لها الفضل في ذلك، إذ أنه يعتمد على ضغطة زر واحدة، فسهولة وسرعة البث والتلقي جعلت منه نموذجا إعلاميا يحمل الجديد دائما وينقل الأحداث زمن وقوعها تجاوزت ما أسي بالبت المباشر في النماذج التقليدية.

(4) تنوع المحتوى الإعلامي، وذلك بفضل التكنولوجيا العالية التي تتميز بها الأجهزة الإلكترونية العالية الذكاء؛ بحيث أنه يتنوع المحتوى ويجمع بين الصورة والنص في وقت وجيز لا يحتاج إلى مونتاج أو تركيب كما كان في النماذج التقليدية التي كانت تأخذ وقتا لتحقيق ذلك، وتحققت بالفعل أن نوع الجهاز أو الوسيلة الناقلة للمحتوى يرفع من قيمة الرسالة الإعلامية أو يهبط منها، وتحققت مقولة مارشال ماكلوهان M.Macluhan الذي أشار إلى منذ قرابة العقد من الزمن مستشرفا، "أن الوسيلة هي الرسالة".*

(5) الشخصية أو ما يسميه البعض بالتخصيص و الفردانية في ظل الجبهة واحترام رغبات الفرد في إطار الجماعة، ربما هو تناقض قد يتحدث عنه الكثير من الباحثين، إلا أنها تبقى ميزة يتمتع بها هذا النموذج الإعلامي الجدي لم تكن موفرة في النماذج السابقة، بحيث أنه وبفضل التكنولوجيا العالية دائما أتيح لكل فرد في الجماعة باختيار مضمونه الذي يريد أن يتلقاه وفي الوقت الذي يريد، بفضل النماذج والتطبيقات الذكية (...., flux rss) التي أتاحها شبكة الويب في جيلنا الثاني أو ما يعرف بالويب 2.0 وهو الجيل الثاني للويب، أو التطور الذي عقب المرحلة الأولى منه والتي سمحت للفرد بالتحول والإبحار في بحر المعرفة والمعلومات دون عوائق والاتصال دون كبج، إلا أن ثاني مرحلة والتي عرفت بالويب 2.0 قد ضاعفت ذلك وأدخلت المستخدم لعالم جديد من التشابك والترابط المباشر أكثر من السابق، أو ما

أسعي لدى بعض الباحثين بالاتصال الفائق hyper communication تمويه الهوية، التشاركية، تعقد العلاقات والذكاء الجمعي ويشمل 3محتويات متفاعلة :¹
أ- الجانب التقني ويتعلق باستعمال التكنولوجيا مثل صفحات وبرامج ومحتويات ملقمة syndication de contenu

ب- الجانب الاجتماعي ويرتبط بالتفاعل بين المستخدمين، وتشارك المحتويات مثل المدونات، شبكات التواصل الاجتماعي، والموسوعات الرقمية....الخ.
ت- المعطيات المجموعة أو المحصل عليها، وترتبط ببرامج وتطبيقات الويب 2.0 والمواقع.

6) طرح مجموعة من المفاهيم والمهن كغيره من الحضارات، منها مثلاً صحافة المواطن، الإعلام الموازي، مختص باليقظة الإلكترونية، الجيل التواصل، جيل المواقع.....

7) نعته بالإعلام الشخصي، نظراً لأن الجمهور هو المحتوى لأنه يدير عجلة بنائه ويتبادلته ويتقاسمه مع من يريد ومتى يريد، بضغط زر واحدة خاصة وأنها نعيش في حضارة الضغط كما يسميها الباحثون.

8) كما أن هناك تطور في عملية التفاعل والتبادل ، فبينما تنعدم هذه الخاصية في وسائل الإعلام الكلاسيكية، يتواجد تبادل بصيغة أفقية بشكلها الهرمي انتقلت العملية مع الجيل الثاني للويب إلى تبادل عمودي في إطار بنية الجماعات الافتراضية²، أين يحاول المستخدمون أن يضعوا منتجهم الإعلامية والثقافية على الشبكة في إتاحة لأصدقائهم ومعارفهم الذين يتقاسمون معهم نفس الاهتمامات في المجال؛ أين تصبح هذه المؤسسات الصغرى (الجماعات الافتراضية) التي تؤسس بشكل تطوعي لصناعات ثقافية وإعلامية تختلف عما ينتجه الإعلام الكلاسيكي، من

¹ Christine balague, David fayon, facebook, twitter et les autres..., éd. Pearson, 2010, France Paris, p223 .

² Franck Rebillard, le web 2.0 en persepective (une analyse socio-economique de l'internet),ed l'Harmattan Paris, 2007, p 21.

حيث مرونة المحتوى ومن حيث المستهلكين في السوق هذه الصناعة، بحيث أن مبادئ السوق تغيرت بتغير الوسيلة والسياسة الإعلامية والمستهلك الذي أصبح منتجا ومستهلكا .

(9) تغيرت السياسة الإعلامية بتغير الوسيلة الإعلامية بشكل أكثر حلقي أو دائري، وابتعدت عن نموذج النقطة نحو الجمهرة، لكن تحولت إلى نموذج شبكي أكثر اجتماعي خاصة بوجود الجماعات التي تتقاسم نفس الاهتمامات المشتركة ، مما ولد كذلك اتجاه آخر وجددي في العلاقات الاجتماعية ، وبمنظور سوسيولوجي نقول أنه توجد علاقات بين الأشخاص و بدون أن يتطلب ذلك الحضور الفيزيائي لهم، بل تكفي بتقاسم الاهتمامات، مجال التخصص، الهوايات و الألعاب والمشاعر....رغم اختلاف الشخصيات والمناطق المتروين منها.

(10) التواجد عبر الفضاء الافتراضي والاندماج فيه؛ أو ما يصطلح عليه بالواقع الافتراضي (R.V virtual reality)، وهو ذلك الفضاء الافتراضي الذي يجتمع فيه الأفراد عبر الشبكة مفردين أو مجتمعين وكأنهم يعيشون مع بعض تجاوزت ما كنا نشاهده عبر تلفزيونات الواقع Tel réalité و Talk show ؛ كما يعرف كذلك بأنه¹:أحد تطبيقات المعلوماتية أين ينغمس المستخدم في عالم ما فوق الحقيقة، حيث يخيّل له أنها حقيقة لكنها كاذبة. c'est l'une des applications les plus fascinante de l'informatique. Mi-ange mi-démon, la réalité virtuelle abuse nos sens.

ويحمل مصطلح الافتراضية من حيث التسمية من التناقض الكثير؛ إذ ينسب دائما للإنترنت، إذ يعرف في الفرنسية أن الافتراضي Virtuel هو المحتمل ، ويعني كذلك معاكس الواقعي أو الحالي Actuel ثم تطور المفهوم وأصبح يعني معاكس الواقع reel ، ويرجع الكثير هذا الانزلاق السيمنطقي لمعنى كلمة افتراضي

¹ Jerome colombain, Cyberculture, Ed Milan, France, p22.

إلى دخول أو هيمنة اللغة الانجليزية على حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال¹، بحيث يرى الباحث بيار ليفي P.Levy الذي اعتمد كثيرا على أبحاث Gille deleuze قائلا في اقتباسه عنه سنة 1955: "إن الافتراضي يحمل واقعا مليئا بالحقيقة الكبيرة على أنها افتراضية"² وبذلك فإنه يطرح في فلسفته أن الافتراضي ليس معاكسا للواقع لأنه أكثر منه بحكم أنه يمثل الحقيقة الكبرى.

11) إنه إعلام يعبر عن ديمقراطية المهتمين، إذ أنه يوقر للفئات الشعبية الأقل اهتماما في المجتمع أن توصل كلمتها ورأيها بخصوص تعسف الأنظمة الحاكمة كما حدث في مسلسل الثورات العربية ؛ أين أطيحت أنظمة حاكمة دامت لسنوات طويلة؛ ويرى خضير البياتي³ أن الإعلام الجديد الذي يعبر به عن الشبكات الاجتماعية تتحدد قوته من خلال تأثيره عبر مستويين:

أ- التأثير الفعلي الذي يعود لطبيعة هذه الشبكات من خلال قدرتها على جلب الملايين من الشباب ومتابعتها الدائمة للكثير من القضايا واعتبارها رقابة تفضح تقصير الحكومات

ب- والتأثير الثاني يعود في القدرات الكامنة التي تمنحها هذه الشبكات من خلال طلب التغيير ورفض الواقع الذي يحمله الشباب المنتسبين لهذه الشبكات ويحتاجون لمن يرشدهم لإنضاج فكرهم؛ وحسب البياتي دائما فإن أحسن استغلال هذه الفضاءات الافتراضية من خلال الحكومات فستدر من الفتح والفرج الكثير.

¹ Boris baude, internet changer l'espace changer la société, éd fyp, 2012, p 17.

² Ibid. , p 42.

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد (الدولة الافتراضية الجديدة)، دار البداية، ط 1، 2014، الأردن، ص 327.

ثانيا: مدخل إلى الويب 2.0 وشبكات التواصل الاجتماعي

أ- الويب 2.0

الويب 2.0 أو الجيل الثاني للويب يطرح فلسفة جديدة في شبكة الانترنت والتزود بخدماتها غير تلك التي تواجدت في السابق، ويقوم على التمرکز حول المستخدم الذي يكون له دور مهم في توجيه المحتوى عبر الشبكة، كما أنه يقوم أساسا على مفهوم التشارك والتقاسم بين المستخدمين فيما بينهم، من محتويات و ممارسات ، كما يحمل هذا المصطلح (التشارك) نوعا من الانزلاق السيميائي¹ بحيث أنه يخص كذلك تقاسم المعطيات والمعلومات الشخصية مع بنوك المعلومات المرتبة بالشبكة .

ويؤكد الفيلسوف الألماني Norbert Bolz²، أن هذا الويب قد طرح مفهوم إثبات الذات عن طريق التعبير، ولعل ذلك وجه من وجوه التعبير عن الرأي العام في رأينا، كما أنه أشار إلى ما منحه من حرية للإنتاج والتعبير عن هذه الذات من الجانب النفسي والاجتماعي فقد ألغى تلك الإكراهات والحتميات التي كانت مفروضة على الفرد، وعبر عنها بالحرية الفائقة، كما أنها ألغت فكرة المستخدم الغبي أمام الآلة لأنه أصبح فاعلا ومؤثرا وليس مجرد متلق سلبي.

وهناك عدة تعاريف ومفاهيم طرحت على الساحة المعرفية و النظرية لفلسفة الويب 2.0؛ منها مثلا ذلك التعريف الذي أورده الباحثان³ Boyd et Ellison في مقال لهما بمجلة Hermès بأنها عبارة عن خدمات الويب ومنصات اتصالية للشبكة تسمح للمستخدمين ببناء حساب شخصي عام أو شبه عام تابع لنظام ما، يسير وبشكل مباشر قائمة من المستخدمين الآخرين الذين يمكنه أن يتشارك معهم رابطا ما، كما يمكنه عبر هذه الخدمات أن يرى ويبحث كل ما يقوم به وينشره

¹ Franck Rebillard, du Web 0.2 au Web², Hermes N59, 2011, p 30.

² Courier international, Ibid. p32.

³ Nicole Ellison, Réseaux sociaux numérique et capital social, Hermès, n°59 2011, p 21, 22.

الآخرون من محتويات عبر هذا النظام الذي يجمعهم مثل الصور والنصوص ومقاطع الفيديو...

و يتلّخص عموما حسب الباحثين أن هذه المواقع تكتسي أهميتها من خلال إمكانية البحث عن الأصدقاء والتفاعل معهم عن طريق الحسابات وقائمة الأصدقاء والتطبيقات المختلفة.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي:

في الحقيقة إن شبكات التواصل الاجتماعي تنتمي إلى ما يعرف بالشبكات الرقمية أو الوسائط الاجتماعية media sociaux التي تجتمع تحت رايتها كل وسائل الاتصال التي تسمح بالتفاعل الاجتماعي وتستعمل التكنولوجيا وعملية إنتاج المحتوى¹ أين يتاح للمستقبل إدارة المحتوى الذي يتلقاه ويعيد نشره؛ ومن حيث التسمية إذا ما صاحبنا الترجمة الحرفية لكلمة réseaux sociaux مصطلح طرحته فلسفة الويب الجديدة أو ما عرف ب الويب 2.0، واتخذت على أنها البوابة أو المنصة الإلكترونية plateforme électronique التي أخذت المستخدم من الويب 1.0 إلى الويب 2.0، وقد ظهر المصطلح مع الأنثروبولوجي البريطاني John A Barnes وذلك في مقال له عام 1954² والذي كان يقصد به مجموع العلاقات بين الأشخاص أو الجماعات الاجتماعية في العلوم الاجتماعية آنذاك، وبعد سنوات فيما بعد³

¹ Romain Risoan, les réseaux sociaux, éd. ENI, France 2011, p29.

² Pierre Mercklé, Sociologie des réseaux sociaux, Ed la Découverte, Paris, p 3.

في دراسة قام بها بدراسة البناء العلاقتي بين الأفراد في جماعة عبر إحدى الجزر . عام (1950 بالترويج)

³ شبكة Réseau أخذت عدة معاني عبر صيرورة تاريخية فمع بؤادر القرن 17 في اللغة الفرنسية نسيج استعمله الصيادون في الصيد، أو غطاء استعملته النساء كزينة فوق الرأس، ومع القرن 18 كان للمصطلح استعمال في ميدان الطب كالشبكة الدموية Réseau sanguin أو Réseau

وبظهور الإعلام الآلي انتسب المصطلح ليعبر عن مجموع المسالك الافتراضية المتشعبة مثل شبكة الهاتف والشبكات الهertzية للبث وشبكات الخطوط، ثم وبظهور الانترنت اتسمت بهذا المصطلح وأصبحت تسمى شبكة الشبكات Réseau des réseaux، التي تعني في معناها العام ارتباط هويات أشخاص أو منظمات بفعل روابط اجتماعية تنتج من خلال تفاعلهم مع بعض.

نفهم من هذا أن الشبكة تعبر عن جانبين اثنين: شق اجتماعي ويقصد بها حسب وازرمان و فرست¹ " تلك العلاقات بين الكيانات الاجتماعية (أفراد).....علاقات تعاونية، صداقة، استشهادات ببليوغرافية... ، و شق تكنولوجي يتمثل في المعدات الموصولة مع بعضها البعض من أجل نقل كم هائل من المعلومات(شبكة الكمبيوتر، شبكة الهاتف...) . وبدخول الألفية الثالثة أطلق المصطلح على شبكات التواصل الاجتماعي Réseaux sociaux أو ما سمي كذلك media sociaux .

وهناك من يلخص أن المحور الأساسي الذي يجمع هذا النوع الجديد من الميديا هو المحتوى المنتج من طرف المستخدم contenu généré par utilisateur كلمة تعادل مختصر المصطلح UGC، كما أن تتمتع بتطبيقات جديدة ومنصات تضمن وظائف جديدة يستفيد المستخدم منها وتعتبر كذلك وسائل يطرحها النموذج الاقتصادي الجديد الذي صاحب ظهورها، مثل تحديد الموقع الجغرافي، وخلق حسابات جديدة profils

nerveux ، أما في القرن 19 عاد المصطلح ليعبر بطريقة استعارية عن مجموع الطرق وسكك الحديد التي تقطع مدينة أو منطقة ما.

¹ مرسى مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، المستقبل العربي، يناير 2012، العدد 395،

ص ص151- 152 المذكور في Stanley Wasserman, social network analysis, 8, 2004

ويعرفها كذلك¹ Alain Dégègne بأنها: مجرد وسائل وحوامل اتصالية مثل الهاتف الانترنت ، وهي كذلك أدوات ووسائط إعلامية، إضافة إلى أنها أشكال وتركيبات اجتماعية تتكون من العلاقة أو التفاعل بين الأشخاص .

ويعطي البياتي² تعريفا شاملا للشبكات الاجتماعية على أنها: "هي مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء تمكنهم من مشاركة الأنشطة و الاهتمامات تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، المحادثات الفورية، الرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني، الفيديو والتدوين وغيرها..." الخ.

إن شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى كونها تمتلك السرعة في نشر واقتناء المعلومة فور وقوعها؛ فإنها تقوم بوظيفة *reliance social*، والتي نقصد بها الاستجابة لوحدة الشخص من خلال ما تنقله من تطبيقات، أخبار وألعاب..؛ ويذهب الباحثون إلى أنها تقوم بالبحث عن روابط جديدة قد يصعب في الواقع البحث عنها؛ مثلا تمكّن هذه الشبكات من البحث والالتقاء بأشخاص من مجرد تسجيل رقم هاتف أو الاسم العائلي(زملاء الدراسة في الابتدائي، زملاء العمل قديما...الخ)، والتواصل معهم مباشرة دون اللجوء للبحث في سجلات الحالة المدنية والبحث عن عناوين البيوت؛ فمكّن هذا الفضاء الافتراضي وعبر ميزته الشبكية أو الحلقية من إمكانية جمع الشمل و اللامتلاقيات التي قد تتحقق في الواقع الحقيقي لكن عبر سنوات وربما لا تتحقق؛ وهناك من عبر عن ميزة هذه الشبكات بالطريقة العلائقية³ أثناء الاستعمال والمقصود هنا هو النظام العلائقي الذي يدير هذه العوالم الافتراضية.

¹ Alain Dégègne, retour à l'analyse des réseaux sociaux, Hermès n°59, 2011, 40.

² ياس خضير البياتي، دولة الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 377 بتصرف.

³ Romain Risson, op.cit., p14.

ج- أوجه وخصائص الويب 2.0:

إن هذا النوع الجديد من الويب والذي تميّز عموماً بظهور واجهات إعلامية واتصالية من جديد يستطيع المستخدمون التفاعل حولها وإبداء آرائهم ويشاركونها مع محيطهم دون المرور على ما ما أسعى بحراس البوابات في الإعلام الجماهيري التقليدي ؛ ودونما المرور على مختصين في البث أو الكتابة؛ عموماً هناك من صنف بعضاً خصائص أو ميزات أساسية يمكن من خلالها التمييز والتواجد عبر ما ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية التي سبق التحدث عنها والتي تمثل لب هذا النوع الجديد من الويب حيث يذكر Jaune Paul Lafrance أن هناك 5 أوجه للويب التشاركي (صفة التشاركي أهم ميزة أجمع عليها الكثير من الباحثين) كالتالي¹:

(1) قنوات جديدة للبث Nouveau canaux de diffusion

بعيداً عن ضغوطات الخط الافتتاحي هناك حرية في خلق منابر جديدة للبث يتمكن المستخدم من نشر ما يريد وبالشكل الذي يريد ؛ وتجاوزاً للتقيد بالنمط التقليدي فإن هذه القنوات تمنح إمكانية نشر المادة مهما كانت صيغتها نصية كانت أو صورية أو سمعية بصرية في الآن نفسه (فيديوهات youtube، صور Fliker، أو على صيغة المدونات Blog...إلخ).

(2) فضاءات جديدة للنقاش Aires de discussion

يسهل هذا الفضاء الجديد على المستخدمين من تبادل التعليقات والتناقش حول أهم القضايا في المجتمع خاصة ما يتعلق بالسياسة والمحاور الكبرى في المجتمع عبر هذه الشبكات التي تتمتع ببرامج تمكنهم من الرد والمشاركة وإيصال الأصوات الدفينة للعالم.

¹ Jean Paul Lafrance, civilisation de click (la vie moderne sous l'emprise des nouveaux media, l'Harmattan, 2013, Paris, pp 114-117.

(3) Réseaux conviviaux : شبكات تكوين الصداقات والعلاقات:

عبارة عن شبكات تساعد على تكوين وتشكيل صداقات تقترب درجتها الاندماجية في المجتمع من العلاقات العائلية من حيث التلاحم والتراص الذي يتخللها؛ لكن تختلف الأسباب طبعاً في الاندماج حسب الاهتمامات من شخص لآخر صداقة إعجاب بالمشاهير، والمحترفين وهناك من المؤسسات الناشطة عبر الويب التي تستفيد من هذه التجمعات وتجعلها هدفاً لتطوير وتوسيع اقتصادها.

(4) إمكانية تشكيل ملمح أو حائط عبر الويب:

بحيث يتمكن المستخدم من تكوين صفحة ويب ينشر عبرها اهتماماته ويمكن كذلك من دعوة أصدقائه بالمثل عبر تطور برامج الويب 2.0 الذي سهل العملية عبر الهواتف الذكية ورقم الهاتف، فيصبح الملمح فضاءاً عمومياً للحوار والنقاش المجاني الظاهر للمستخدمين؛ لكنها تخدم مؤسسة facebook من حيث أغراضها الإستثمارية والتسويقية عبر تعاملها مع المؤسسات الإقتصادية.

(5) Echange rapide d'information : التبادل السريع للمعلومات

وهذا يعني تلك المسالك السريعة التي سهلت تبادل المستخدمين للمعلومات والآراء والمشاعر ومختلف النقاشات والأحكام وكل ذلك في ظرف قياسي وبالشكل المرغوب فيه نصاً كان أو صورة أو تسجيل سمعي بصري...إلخ.