

الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد

د. دليلة غروية
قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة غنابة

الكلمات المفتاحية : الأنترنت، الشبكة العنكبوتية، الشبكة الاجتماعية، ثورة الإعلام الجديد، الفيسبوك والتويتر وسائل الاتصال، العالم الافتراضي.

تمهيد:

أصبحت مواقع الإعلام الجديد تلعب دورا كبيرا على الشبكة العنكبوتية وفي أحيان كثيرة تتعدى الفضاء الافتراض ي لتدخل للواقع اليومي المعيش للملايين في العديد من دول العالم بل في كل أنحائه، وذلك نظرا لانتشار الشبكات الاجتماعية التي دخلت إلى كل المجالات لتتجه نحو التخصص تدريجيا.

فالانترنت كقناة للإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، صار من ضروريات الحياة المعاصرة لما ي وفره من خدمات عديدة لم يعد ممكنا الاستغناء عنها كخدمات الواب 2.0 بمواقعه الاجتماعية التفاعلية، وأنية نقل الأخبار، ومختلف التبادلات والمعاملات التجارية، وما وفره الانترنت في مجال حرية التعبير، جعله بمثابة وسيلة الإعلام والاتصال الأكثر منافسة لباقي الوسائل التقليدية التي ترتبط دائما بقوى المال والسياسة.

ماهية الإعلام الجديد

يمثل الإعلام الجديد، المفهوم الحديث والجديد لشبكة الانترنت، فموجبه تتجلى أهمية التفاعل بين المستخدمين والجماعات ذات الاهتمامات المشتركة.

ويستخدم مفهوم الإعلام الجديد لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج بين الإعلام التقليدي كالكتب والتلفزيون والراديو من جهة والإعلام الرقمي من جهة أخرى⁽¹⁾.

وهو مجموعة التطبيقات والأرضيات ووسائل الإعلام على الشبكة والتي تهدف لتسهيل التفاعلية والتعاون على بناء المحتويات ومشاركتها⁽²⁾. وهناك من التعريفات من تعتبر الإعلام الجديد بمثابة مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيات الحديثة والتفاعل الاجتماعي، وصناعة المحتوى مستعملة الذكاء الجماعي في جو من التعاون على الشبكة، حيث يقوم المستخدمون سواء كانوا أفرادا أو جماعات، بصناعة محتويات الواب وتنظيمها وفهرستها وتعديلها، وإلتعليق عليها ودمجها مع إبداعاتهم الخاصة⁽³⁾.

ويعتمد الإعلام الجديد على العديد من التكنولوجيات كالمدونات والويكي ومنصات مشاركة الصور ومشاركة الفيديو، والشبكات الاجتماعية، وعلامات تداول المواقع والعوالم الافتراضية والتدوين المصغر، والكثير من التكنولوجيات الأخرى⁽⁴⁾.

الأشكال الرئيسية للإعلام الجديد

وتتمثل أهم الأشكال الرئيسية للإعلام الجديد في⁽⁵⁾:

***الشبكات الاجتماعية** التي تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات، ولعل من أشهرها: الفيسبوك وماي سبايس.

***الويكي** وهي المواقع التي تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية أشهرها ويكيبيديا الموسوعة التي ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

*** المدونات_** التي تعتبر أشهر أوجه الإعلام الجديد وتتجسد من خلال مذكرات ترتب بحيث توضع الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات الأقدم، وتتيح التعليق على ما يكتب فيها، ويمكن لصاحبها التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الواب التقليدية، ومن أشهر منصات التدوين "البلوغر".

*** البودكاست:** هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة لزيارته في كل مرة وتحميل المحتوى يدويا.

فالمستخدم الذي يمتلك تطبيقا خاصا على جهازه كتطبيق " آيبل آي تون" يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة.

*** المنتديات:** ظهرت المنتديات قبل ظهور مفهوم الإعلام الجديد وهي الأماكن والساحات المخصصة للنقاش على الشبكة، تدور حول مواضيع معينة و اهتمامات مشتركة وتعتبر المنتديات أحد أشهر أوجه الإعلام الجديد وأكثرها انتشارا.

*** مجتمعات المحتوى :** هي مجتمعات مواقع على الشبكة تسمح بت تنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهرها موقع " فلايكر" الذي يهتم بالصور وموقع "يوتيوب" الذي يهتم بالفيديو.

*** التدوين المصغر:** وهي جملة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية حيث تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي ع بارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفا لعرضها ومشاركتها على الواب، وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، وأشهر موقع للتدوين المصغر هو "التويتتر".

ونلاحظ أن مواقع الإعلام الجديد أصبحت تلعب دورا كبيرا على الشبكة العنكبوتية، وفي أحيان كثيرة تتعدى الفضاء الافتراضي لتدخل للواقع اليومي المعيش للملايين في العديد من دول العالم بل في كل أنحائه، وذلك نظرا لانتشار الشبكات الاجتماعية التي دخلت إلى كل المجالات لتتجه نحو التخصص تدريجيا.

وقد حققت هذه المواقع النقلة النوعية في مجال الإعلام واستطاعت في ظرف قصير أن تنافس وبشدة قنوات الإعلام التقليدية وأن تستقطب الملايين من المستخدمين.

فالفيسبوك، ذلك الموقع الظاهرة، أثبت في وقت جد وجيز بأن الشبكات الاجتماعية بإمكانها التأثير على إدراك وسلوك مستخدميها وقد تم تبني استخدامه كسلوك نمطي داخل مختلف التراكيب الاجتماعية وأثبت قدرته الفعالة في التغيير على أصعدة كثيرة منها السياسي والاجتماعي والثقافي. **ما هو الفيسبوك؟⁽⁶⁾**

يعتبر أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى على عرش الشبكات الاجتماعية، بدأ كفكرة بسيطة لأحد طلبة جامعة هارفرد، هذا الطالب الذي حصلت بينه وبين الفتاة الذي كانت تربطه معها علاقة عاطفية، مشادة كلامية، وعلى وقع صدمة من الغضب اتجه إلى غرفته بالحي الجامعي وقام بكتابة عبارات تهكمية انتقاما من الفتاة، لكن ذلك لم يشف غليله، فراح يبحث عن طريقة ما للترفيه فاخترق شبكة بيانات الحي الجامعي وأخذ صوراً ثم قام بفتح موقع عرض من خلاله الصور المقرصنة كي يتم اختيار الطلبة الأكثر وسامة من بينها.

وهكذا كانت البدايات الأولى للفيسبوك، وتمكن "مارك زوكربيرج" صاحب الفكرة من تجسيدها في فيفري 2004، ومع انطلاق الموقع حقق

نجاحا كبيرا في غضون أسبوعين فقط، وبدأ نصف طلبة بوسطن بالمطالبة بالانضمام للموقع لأن الدخول كان مقتصرًا على طلبة هارفارد فقط. وفي ظرف أربعة أشهر أضاف الفايسبوك ثلاثين شبكة لكرليات أخرى (7). وفي سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة الثانويات وفي أكتوبر من نفس السنة أتاح الفايسبوك لمستخدميه تبادل الصور مما أكسبه شعبية كبيرة . وتوالى الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تفتتح أخيرا على الاستخدام العام في سبتمبر 2006، حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا الكترونيا أن ينضم لشبكة الفايسبوك . واليوم صارت الشبكة تضم أكثر من 300 مليون مستخدم، أكثر من نصفهم خارج إطار الكليات.(8)

فالفايسبوك موقع للتواصل الاجتماعي أثبت أنه الأكثر شهرة من بين المواقع الاجتماعية، يتم التسجيل به مجانا وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

خدمات الفايسبوك

يقدم هذا الموقع مجموعة من الخدمات كلوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل، وخدمة تحميل الصور والألبومات، والتعليق على الصور والفيديوهات، وبمرور الوقت طور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل التغييرات والأحداث التي تطرأ على الصفحة، كالإعلام بأعياد الميلاد والعلاقات الشخصية والملف الشخصي، وتطورت معها خدمة التحكم في البيانات إضافة إلى تخصيص مجال أكثر خصوصية كالرسائل الشخصية.

وامتدت شهرة الموقع لتصل المجال الاقتصادي والخدماتي، كوسيلة ناجحة للتسويق كما دخل المجال الاجتماعي والسياسي بقوة من خلا

المجموعات الكثيرة التي وجدت فيه ضالتها من خلال اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر ووصولاً لضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أياً كانت طبيعتها.

ولولا الأنترنت بطبيعة الحال، لما تمكنت الشبكات الاجتماعية ومختلف قنوات الإعلام الجديد، من الازدهار والرفي.

ثورة الأنترنت ومواقع الواب 2.0

الأنترنت، مجال اتصالي عملاق ومتنامي، حقق أرقاماً قياسية لم تحققها باقي وسائل الإعلام

والاتصال، فقد احتاجت خدمة المذياع إلى ثلاث وثمانون سنة حتى أصبح لديها خمسة مليون مشترك، واحتاجت خدمة التلفاز إلى واحد وثلاثون سنة، واحتاج الحاسب الشخصي إلى إحدى وستين سنة، في حين أن الأنترنت احتاجت إلى أربع سنوات فقط حتى تخطت هذا الحاجز⁽⁹⁾.

وزادت شعبية الأنترنت مع ازدهار مواقع (الواب 2.0) وهي المواقع الاجتماعية التفاعلية كالفيسبوك والتويتر واليوتيوب، التي قدمت خدمات اجتماعية متنوعة كالدرشة الآنية ونقل الوقائع والأحداث من مكان وقوعها وأنيا باستعمال تقنيات الفيديو والصورة، واستعمالها المجاني، والتسجيل السريع والبسيط على صفحاتها جعلها تستقطب ملايين المستخدمين عبر العالم.

ولعبت هذه المواقع دوراً بارزاً في الثورات والحركات السياسية التي عاشتها مناطق محددة من العالم لا سيما في الوطن العربي، مما جعل الجهات الرسمية في بؤر التوتر تعتمد لإغلاقها والتشويش عليها، كونها كانت الوسيلة الفعالة لنقل الأحداث إلى كافة أرجاء العالم صوتاً وصورة.

ووفرت الأنترنت خدمات التجارة الالكترونية بمختلف أنواعها وأحدثت تحولاً بالغاً في مجال صناعة المعلومات وسرعة انتشارها، كما أنها وفرت خدمات مكتبية في غاية الأهمية كإرسال واستقبال البريد الإلكتروني وتوزيع المطبوعات الالكترونية، والحصول على النصوص الكاملة للوثائق⁽¹⁰⁾. كما أنها ساهمت في تطوير الخدمات السياحية عن طريق الأدلة السياحية الالكترونية، والزيارات الافتراضية لجل المواقع عبر العالم، وخدمات التعرف على فرص العمل وإتاحتها، ودعم البحث العلمي الميداني عن طريق مثلاً إرسال الاستبيانات أو بإمداد الباحثين بعناوين الهيئات المتخصصة من أجل التواصل والتعرف على الآراء العلمية المختلفة. فالأنترنت وسيلة إعلامية عمومية متاحة للجميع، ذات أهداف لا يغلب عليها الطابع التجاري، وذلك وصولاً لثورة معلومات تتخطى حدوداً فرضتها التجارة والإعلان⁽¹¹⁾.

انتقادات وجهت للأنترنت

إن الثورة التكنولوجية الكبيرة التي كرسها الأنترنت، لم تسلم مع ذلك من بعض الانتقادات التي أتت على رأسها كون أن هذه الوسيلة هي من أصعب الوسائل استعمالاً إذا ما قورنت بالتلفزيون أو الراديو، ضف إلى ذلك، سرعة الانتشار، إذ يرى "بيل غايتس"⁽¹²⁾، الذي تخصص مؤسسته مراقبة الأربعمئة مليون دولار سنوياً كي تصبح المحتكر الأول لأنظمة تشغيل الأنترنت، يرى بأن هذه الوسيلة لن تترسخ كوسيلة إعلام جماهيرية في القريب العاجل. ولم يرتبط الأنترنت دوماً بالفضاء الحر الديمقراطي الذي يوفر مجالاً فسيحاً من الحرية في التعبير كما يراد أن يروج له، إذ يعتقد فرانك بيكهام، أن الأنترنت تحول من وسيلة إعلام تساهم في المشاركة الشعبية وتخدم مصالحها، إلى مجرد وسيلة بث تحقق من خلالها مختلف المؤسسات

إيديولوجياتها المختلفة، على شكل معلومات موجهة للاستهلاك، ويعتبر أن التفاعل لا يذهب إلى أبعد من العمليات التجارية والبريد الإلكتروني⁽¹³⁾.

ورغم الجزم بأن الوصول لنظام إعلامي حر يتطلب الخروج عن السيطرة المالية لرجال الأعمال والنظم السياسية والاقتصادية، وأن الأنترنت هي الوسيلة الأقرب للوصول لذلك إلا أنها أصبحت تعمل لصالح المعلنين وأصحاب رؤوس الأموال والنفوذ، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام التقليدية التي تحتكرها جماعات ضاغطة، بعيدا عن حرية الرأي والتعبير والتقصي⁽¹⁴⁾.

ولكون الشبكة عالمية لا تتبع أي دولة⁽¹⁵⁾، مؤسسة أو شخص؛ فلي نشر المعلومات عبرها لا يمر على أي نوع من الرقابة. وبذلك يكون كل شخص قادراً على نشر ما يريد من المعلومات في موقع خاص به بسرعة وسهولة وحتى بدون أن يدفع مقابلاً والشعور بالحاجة الملحة إلى الإبحار في شبكة الإنترنت يحصل عند الكثير من المستخدمين، هذه الحاجة تعتبر إحدى ظواهر الإدمان على الشبكة وتؤدي إلى مشاكل جسدية بسبب الجلوس غير الصحي أمام الحاسب أو إلى مشاكل في النظر بسبب الأشعة الناتجة. كما أن حقوق النشر والطباعة على شبكة الإنترنت مازالت غير واضحة تماماً، فكثيراً ما نرى نسخاً لمعلومات ومن ثم استعمالها كأنها شخصية، هذه الظاهرة لها أبعاد سلبية، خصوصاً عند انتشارها في مجال البحث العلمي.

وتعد القرصنة الإلكترونية من بين أكثر ما يحسب ضد الأنترنت، لكونها اعتداء صريح وتطفل واضح على المنتجات الفكرية داخل الشبكة، دون إذن أصحابها، وعمليات سطو فردية أو منظمة، على عملية البيع والتبادلات

التجارية الالكترونية، أو اختراق مواقع حساسة تتسم بالسرية، والاطلاع على محتوياتها⁽¹⁶⁾.

خاتمة

لقد أحدث الانترنت ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، بكل ما أتاحه من مزايا جعلت منه من ضروريات الحياة المعاصرة، من تكريس ملموس لقرية ماكلوهان العالمية الشهيرة إلى توفير لمواقع اجتماعية تفاعلية كالفيسبوك وهو أكثرها شهرة، إلى توفير سيل كبير من المعلومات في كل الميادين وصولا للتجارة الالكترونية بمختلف أشكالها في ظل مجال كبير من الحرية وبعيدا عن كل أشكال الرقابة، ومع ذلك ورغم تداعيات استعماله السلبية كالقرصنة بكافة أشكالها، وسطو لوبيات المال والأعمال على هامش هام من حرية التعبير، وازدهار عدد من المواقع العنصرية والداعية للعنف والكراهية، إلا أن الشبكة العنكبوتية العالمية تظل من سمات عصر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة التي لا مجال للاستغناء عنها بأي حال من الأحوال.

الهوامش والمراجع:

- (1) Live with new media, p81
<http://digitaltouth.ischool.berkely.edu/files/report/digitalyouth-WhitePaper.pdf>
- (2) Wave3, p102
http://www.universalmccann.com/Assets/Wave_3_20080403093750.pdf
- (3) Medias sociaux, p3
http://fr.wikipedia.org/Media_sociaux
- (4) Ibid,p4
- (5) What is social media ? p61
http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_social_media-icrossing_ebook.pdf
- (6) لمعلومات أكثر تفصيلا ننصح بمشاهدة فيلم " الشبكات الإجتماعية " سوشل نتورك" الذي يشرح بالتفصيل الظروف التي ظهر فيها الفايس بوك.
- (7) Facebook ,p01
<http://www.crunchbase.com/company/facebook>
- (8) Ibid,p3
- (9) Site www.internetworldstats.com
- (10) Site www.internetworldstats.com
- (11) Robert Mc Chesney, propagande, medias et démocratie, edition Dar el hikma, Alger, 2000.
- (12) Danielle Robinson, « Opening up the markets in US telecoms », the independant, 13 fevrier 1996, page 24
- (13) Franc Beacham , « net loss », Extra, mai-juin 1996 page 16
- (14) Robert Mc Chesney, propagande, medias et démocratie, edition Dar el hikma, Alger, 2000.
- (15) د مؤنس طيبين باحث في علوم الحاسب بالمعهد الأكاديمي لإعداد المعلمين العرب
<http://www.upower.net/forum/t4669.html>
- (16) Daniel Thierry, Nouvelle technologies de communication, impact sur les medias, édition l'Harmattan, 1998, page 40