

جامعة دمشق
كلية الإعلام
السنة الثانية- إعلام إلكتروني
السنة الرابعة- علاقات عامة

وسائل الإعلام الإلكتروني

د. تالة اليماني

❖ **تمهيد عام:**

شهد العالم ابتداءً من النصف الثاني للقرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين ثورة معلوماتية كبيرة أثرت في كل مناحي الحياة الاجتماعية، وغيّرت عدة مجالات في المجتمعات المعاصرة بما فيها المعرفة والإعلام والثقافة وغيرها من ميادين الحياة، وتعرف وسائل الإعلام والاتصال الحديثة حالة من الاندماج لم يسبق لها مثيل من قبل، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى التطور التكنولوجي في تقنيات الاتصال، إذ تشكل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حجر الزاوية في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيري، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال ومحتواه وأساليبه إنتاجه.

وساهم المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية جديدة، تمتلكها أكثر من وسيلة، أو المزج بين وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات في توصيل الرسالة الاتصالية إلى الجمهور المستهدف، لاسيما أن تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد نتج عنه "شبكة الإنترنت" التي تعد أهم وسيلة اتصال أحدثت ثورة إعلامية.

كما يعيش العالم التطورات المتسارعة في نظم نقل الأخبار والوسائط المتعددة بتطبيقات التزاوج التكنولوجي الذي اندمجت من خلاله ثلاث صناعات عملاقة هي الاتصالات والحاسبات والإعلام، فهناك العديد من التطبيقات والخدمات الإعلامية الحديثة، والمتجددة باستمرار، وهي متعددة الخصائص وصعبة التصنيف، بسبب تشابكها واندماجها مع بعضها البعض، وتعد الإنترنت وسيلة حديثة نتاج دمج عدة وسائل في الوقت ذاته، فمثلاً يمكن اليوم مشاهدة أي قناة تلفزيونية على شبكة الإنترنت، أو قناة إذاعية، بالإضافة إلى إمكانية قراءة كل الصحف الإلكترونية سواء كانت بدعامة ورقية أو لا، كما يمكن الاطلاع على أخبار معظم وكالات الأنباء عبر مواقعها الإلكترونية.

وساهمت التكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها الإنترنت في الدمج بين التطبيقات الإعلامية والاتصالية، ولم تقتصر على ذلك فحسب بل دمجت بين خصائص وتسميات جماهيرها، فمن ضمن التساؤلات المطروحة في الآونة الأخيرة حول تسمية "الجمهور"، هل نسمي هذا المتلقي أو الجمهور "جمهور المستمعين" أو المشاهدين أم نسميه "قارئاً رقمياً" بفعل استقباله لمضمون إعلامي رقمي مقروء؟

ونتيجة التداخل الحاصل في المسميات فإنه يُفضل أن يستخدم مصطلح "متلقي" مع جمهور وسائل الإعلام الحديثة، لأنه المصطلح الأشمل لكل خاصيات هذا الجمهور، ولأن هذا الجمهور يتلقى مضامين إعلامية ورسائل اتصالية بالصوت والصورة والنص والرسوم والأشكال في نفس الوقت، وذلك عبر مختلف الأوعية والوسائط الإعلامية، وبالأخص شبكة الإنترنت، التي جعلت جمهور المتلقين مشاهداً ومستمعاً ورائياً في نفس الوقت.

ويمتاز الإعلام عبر شبكة الإنترنت أنه يمتلك هامشاً كبيراً من التنوع، فساعد القصور في استخدام مستحدثات توزيع الأخبار والمنتجات الإعلامية من قبل المؤسسات الصحفية العربية على نشوء وتطور جيل جديد من نظم الاتصال الذي لا يتقيد بهذه المؤسسات، إذ يمارس قطاع عريض من الشباب نشاطاً إعلامياً واسعاً، يديرون خلاله أفكاراً ونماذج جديدة للاتصال نشأت وتطورت خارج الإعلام التقليدي، فيتخذ شكل صفحات شخصية، أو مجلات إلكترونية، أو مواقع إخبارية، أو نواد للنقاش، أو بريد إلكتروني موجهاً لقائمة من الأشخاص.

كما ينفرد الإعلام عبر شبكة الإنترنت بالتفاعلية التي تجعل الجمهور المستخدم طرفاً في الإعلام، من خلال مشاركته الفعالة في إنتاج مضمون هذه الوسائل التفاعلية، فكانت النماذج الإعلامية المستحدثة مؤخراً، كالمدونات الإلكترونية، ومواقع جمع الأخبار وبث الفيديو، والموسوعات الجماعية، والمواقع الشخصية والبوابات الإعلامية، وعليه ستعرض مجموعة من المحاور التي تناقش الوسائل الاتصالية والإعلامية الإلكترونية الجديدة، وذلك على النحو الآتي:

❖ وسائل الإعلام الإلكترونية (الرقمية).

❖ الإنترنت.

❖ الإعلام الجديد وأدواته.

❖ الهاتف المحمول.

❖ المدونات.

❖ الصحافة الإلكترونية.

❖ الإذاعة والتلفزيون الرقمي.

❖ مواقع التواصل الاجتماعي.

وسائل الإعلام الإلكترونية (الرقمية)

❖ تمهيد:

يعد الاتصال المجال الواسع لتبادل المعلومات والآراء بين البشر، في حين أن الإعلام لا يعدو أن يكون شكلاً من أشكال الاتصال لأنه فرع من فروع التفاعل الذي يتم عن طريق استخدام الرموز على شكل حركات أو رسوم أو كلمات.

ويستخدم الاتصال عموماً لوصف الحالة التي تتدفق فيها الرسائل بين أطراف العملية الاتصالية كأن تكون بين مجموعة أفراد أو المؤسسات والمواطنين، أما الاعلام فيستخدم ليدل بشكل أساسي على المضمون، إذ يميز تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الذي صدر عن منظمة اليونسكو بين الاتصال والإعلام، فالإتصال هو عملية تبادل الأنباء والحقائق والآراء والرسائل بين الأفراد، أما الإعلام فهو "المنتج" أي الأنباء والبيانات وسائر مضامين ومخرجات وسائل الإعلام والأنشطة والصناعات الثقافية.

ويمكن القول أن العلاقة بين الاتصال والاعلام علاقة مكملية لبعضهما، فأولاً يأتي الاتصال الذي تطورت أساليبه باكتشاف الطباعة التي ساهمت في طباعة الصحف والمجلات، وكلاهما من وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، الأمر الذي مهد الطريق للتواصل مع الآخرين بشكل أوسع ولمسافات بعيدة فكانت البداية مع البرق وحالياً الإعلام الرقمي أو الإلكتروني.

ترتبط "الثورة الإلكترونية" باستخدام الراديو منذ بدايات القرن العشرين وسيلة لنقل الرموز عبر الأثير، بالإضافة للتلفزيون الذي ظهر في النصف الأول من عشرينيات القرن الماضي ليكون أبرز إنجاز للثورة الإلكترونية، كما ساعدت الأقمار الصناعية الإذاعة والتلفزيون على توصيل بثهما إلى كل أرجاء العالم، وتعد الإنترنت أبرز وأحدث وسيلة للثورة الإلكترونية، إذ استقرت كوسيلة اتصال حديثة ذات صفة مستقلة عن سواها.

وساهمت التطورات التقنية في مجال وسائل الاتصال الإلكترونية في ما يشهده العالم اليوم من ثورة في الاتصال والتواصل، إذ تعد التقنية الرقمية جوهر الإعلام الإلكتروني، فتعتمد الحواسيب والأجيال المتطورة من أجهزة الهواتف النقالة المرتبطة بالإنترنت على التقنية الرقمية، مما أتاح الفرصة أمام الإعلاميين لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية (رقمية) بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث والمطابع، وذلك في إطار يجمع بين النص والصورة والصوت، إلا أن الإعلام الإلكتروني (الرقمي) يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وبناءً على السابق سيخصص هذا المحور لمناقشة الأبعاد الآتية:

- ❖ تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ❖ تطور تكنولوجيا الاتصال.
- ❖ تعريف وسائل الاتصال والإعلام الإلكترونية (الرقمية).
- ❖ أشكال وخدمات الإعلام الإلكتروني (الرقمي).
- ❖ خصائص الاتصال الإلكتروني (الرقمي).
- ❖ وظائف الاتصال الإلكتروني (الرقمي).
- ❖ أدلة على سيطرة الإعلام الإلكتروني (الرقمي).
- ❖ نتائج سيطرة الإعلام الإلكتروني (الرقمي).



❖ تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

توجد علاقة جدلية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال لأن ظهور أي ابتكار جديد في أي مجال يساعد على ظهور ابتكار في المجال الآخر، فترافق نمو انتاج المعلومات مع الثورة التكنولوجية في وسائل الاتصال لأنها أدوات نقل وتوصيل المعلومات وتبادلها.

ويتضح ذلك من تعريف تكنولوجيا المعلومات فهي البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات (مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو ليزيرية) وتبادلها وجعلها متاحة لطلابها بسرعة وفاعلية باستخدام توليفة من المعدات الإلكترونية ووسائل الاتصال عن بعد.

أما تكنولوجيا الاتصال فهي مجموع التقنيات أو الأدوات والوسائل والنظم المختلفة لمعالجة المضمون الذي يراد توصيله خلال عملية الاتصال (الشخصي، الجمعي، وسطي، جماهيري)، يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات (مسموعة - مكتوبة - مصورة - مرسومة)، ثم التخزين والاسترجاع في الوقت المناسب، ويتم النشر والتبادل عبر تقنيات يدوية - كهربائية - الكترونية.

وعليه تعد تكنولوجيا الاتصال رافداً لتكنولوجيا المعلومات، فالمادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف، وأداتها الكمبيوتر وبرمجياته لتحويل المادة الخام إلى سلع معلوماتية، ويتم التوزيع من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر أو من خلال شبكات البيانات.

ولا يمكن الفصل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد جمع النظام الرقمي بينهما، ودخلنا في عصر جديد يطلق (COM-COM: Computer Communication)، فترابطت شبكات المعلومات مع الاتصال فعلى سبيل المثال نتواصل بالفاكس عبر التليفون.

❖ تطور تكنولوجيا الاتصال:

مر تطور تكنولوجيا الاتصال بمراحل تميز كل منها باختلاف وسيلة الاتصال، لذا نستعرض هذه المراحل مع توضيح للتقنيات المستخدمة في كل منها:

• المرحلة الأولى: تحققت عندما استطاع الإنسان أن يتكلم فأصبح بالإمكان أن تجمع البشرية حصيلة

اكتشافاتها عن طريق الكلام، وتعرف هذه المرحلة بأنها "الشفاهية" التي تميزت بالآتي:

- تعد الكلمة المنطوقة وسيلة الاتصال والحاسة المستخدمة السمع.
- كان الشعر أبرز وسائل الابداع والتواصل الحضاري، وذاكرة الانسان قوية جداً.
- الشائعة هي أول أشكال الاعلام والاتصال لأن الكلمة تنقل عبر الفم إلى الأذن، وبانتقالها كانت تحور أو تضخم و تشوه أو تضيق حقيقتها في أحيان كثيرة.

- **المرحلة الثانية:** عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة على الطين منذ 3600 سنة ق.م، حفظت الألواح الطينية الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي في مراحله الأولى، لكن هذه الطريقة لم تكن كافية لحل مشكلات الاتصال، كانت الكتب البدائية باهظة الثمن وحكراً على رجال الدين وأبناء الطبقة الغنية، وتعد الفردية السمة الرئيسية لهذا العصر، وتعرف هذه المرحلة بأنها "الكتابة" التي تميزت بالآتي:

- تعد الكتابة الوسيلة الأساسية للتعبير، وأصبحت حاسة البصر هي الحاسة الرئيسة عوضاً عن السمع فقط.
- أضفت الكتابة صفة الدوام على الكلمة المنطوقة.
- ظهرت الكتب المنسوخة ومهنة الوراق، وازدهر الخبر المخطوط كوسيلة إعلامية.
- تغير أسلوب التعبير وتخزين المعرفة نتيجة الكتابة والنسخ، إذ تختزن المعلومات عن طريق الحروف الهجائية.

- **المرحلة الثالثة:** اقترنت بظهور الطباعة منذ منتصف القرن الخامس عشر على يد يوحنا غوتنبرغ فهو أول من اخترع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة 1436، إلا أنه يعود السبق للفينيقيين في معرفة الطباعة واختراع الورق، إذ كانت الطباعة على قوالب خشبية ثم الفخار إلى أن اخترع غوتنبرغ الحروف المعدنية، وتعرف هذه المرحلة بأنها "الطباعة" التي تميزت بالآتي:

- مكنت الطباعة الإنسان من تجسيد المخطوطات بشكل مادي يتم استنساخه يدوياً وبكميات كبيرة، وبجودة أفضل نسبياً عن المخطوط.
- حصل تغيير جذري في أساليب التعبير والاتصال، حيث اعتمد الأفراد على رؤية الكلمة للحصول على معلوماتهم، وبذلك أصبحت حاسة البصر هي المسيطرة.
- ساهم اختراع الطباعة بداية في النشر الجماهيري للكتب والجرائد والمجلات، مما حقق ديمقراطية الإعلام والثقافة ونقلها من احتكار العلماء إلى الجماهير العادية، كما ساعد على نشر الفردية لأنه شجع الاعتماد على الذات في العملية التعليمية، مما أسهم في عزلة الأفراد وأخرجهم من الإطار الجمعي، فأصبحوا يدرسون ويقرؤون وحدهم وأصبح لهم وجهات نظر شخصية مما ساهم في الاكتشاف الفردي للأمور.

- **المرحلة الرابعة:** بدأت معالمها بالظهور منذ منتصف القرن التاسع عشر واكتملت في النصف الأول من القرن العشرين، بدأت باكتشاف الاتصالات السلكية واللاسلكية وانتهت بالاستقرار والانتشار للأجهزة الاتصالية الجماهيرية، وتعرف هذه المرحلة بأنها "الإلكترونية" والتي يطلق عليها أيضاً "الثورة الاتصالية، الانفجار الاتصالي" التي تميزت بالآتي:

○ النمو المتزايد في وسائل الاتصال وأساليبه خاصة في مجال بث الإشارات المسموعة والمرئية بطريقة تناظرية في البداية ثم رقمية.

- ظهر كل من: (التلغراف، الفونوغراف، التصوير الفوتوغرافي، الفيلم السينمائي، الإذاعة المسموعة والمرئية، التليكس، أنظمة الاتصال عبر القارات باستخدام الكابل البحري، الأقمار الصناعية، التلفزيون السلكي، الإرسال التلفزيوني المستعدين بالأقمار الصناعية، توظيف أشعة الليزر والألياف البصرية، بما في ذلك الفيديو كاسيت والفاكس ميل والأسطوانة المدمجة.
- ظهرت الحاسبات الإلكترونية وأخذت تتطور جيلاً بعد الآخر حتى وصلنا للجيل الخامس الذي دخل في جميع مجالات الحياة ومنهال المجال الإعلامي، فغير من نظم صناعة الصحافة بدءاً من عملية التوضيب وتجهيز الصور وفصل الألوان والتحكم في عملية الطباعة والتحول شبه الكامل إلى طباعة الأوفست، وتجهيز اللوحات الطباعية، والاستعانة بالأقمار الصناعية في الطباعات الدولية والإقليمية فبإمكان الصحيفة أن تطبع في أكثر من مكان داخل البلد الواحد وخارجه في نفس الوقت.
- حولت هذه المرحلة العالم إلى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد كل ما يحدث في وقت وقوعه بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة.

- **المرحلة الخامسة:** ركز تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القرن الـ 21 على توسيع وظائف وقدرات المعدات المستخدمة للاتصال عبر شبكات الهاتف، فخلال تسعينيات القرن الماضي والعقد الأول من القرن الـ 21، كان الحديث عن "التقارب التكنولوجي" لوصف الطريقة التي تُستخدم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ربط وسائل الاتصال المنفصلة سابقاً، مثل الهاتف والراديو والتلفزيون والصحف، وبيانات الكمبيوتر على جهاز واحد والاستعانة بالإنترنت، لنشر المعلومات عبر شبكات عالية السعة وواسعة النطاق.
- فأطلق البعض على هذه المرحلة مسمى المرحلة التفاعلية أو مرحلة التكنولوجيا متعددة الوسائط، وأبرز ما يميز هذه المرحلة:

- القدرة المتزايدة على جمع كميات ضخمة من المعلومات نتيجة تحويل كل أشكال ووسائط المعلومات إلى الشكل الرقمي، وهو ما سهل من عملية حفظها وتصنيفها واسترجاعها.
- إنشاء شبكات من الأجهزة المتصلة عبر الإنترنت.
- إمكانية دمج وسائط إعلامية مختلفة ومتنوعة مع بعضها في منتج واحد، وهذا بالضبط ما يُشار إليه بوصفه من أهم خصائص الإنترنت كوسيط للنشر يستطيع تحقيق فكرة الدمج بين الوسائط الإعلامية المختلفة، متجاوزاً الفرق بين كونها نصوصاً أو صوراً أو فيديو.

- إمكانية نقل ونشر المضمون الإعلامي عبر أكثر من وسيط اتصالي، متخطين فكرة ارتباط عملية استخدام المضمون الإعلامي بمكان معين كما سبق، وحاجز الارتباط بزمان معين لاستخدام المضمون الإعلامي، فاستقبال المضامين الإعلامية عبر أجهزة الجوال يفوق مستوى الصحيفة الورقية في مرونة الانتقال من مكان لآخر.

❖ تعريف وسائل الاتصال والإعلام الإلكترونية (الرقمية):

يشير مصطلحي الإعلام والاتصال إلى التزويد بالمعلومات والاتصال بالآخرين بشكل مباشر، أو غير مباشر، باستخدام وسائل اتصالية لتزويد الجمهور بالمعلومات، بعد جمعها ومعالجتها، ونقلها عبر وسيلة تقنية إعلامية واتصالية، بصور وأشكال مختلفة، مرئية ومسموعة ومكتوبة.

ويتوافق المصطلحان اليوم مع مصطلح آخر هو "الإلكتروني"، بسبب تزاوج تقنيات الاتصالات (الأقمار الصناعية، الألياف الضوئية، وغيرها..)، مع تكنولوجيا المعلومات (الكمبيوتر، شبكات الاتصال، ..)، والوصول إلى وسائل أكثر تطوراً، وتلبيةً للحاجات الاتصالية المختلفة.

كما يتوافق هذا المصطلحان (الإعلام والاتصال) مع مصطلح آخر (الرقمي)، وهو بذلك يحدد بأن المعلومات والأخبار، يتم جمعها ومعالجتها وتخزينها، وبثها، بشكل رقمي (0-1)، وهو الأمر الذي ينطبق على كافة أشكال المعلومات، الصوت، والصورة، والكلمة المكتوبة، والرسوم، وغيرها من أشكال ورموز المعلومات.

وهو ما أسهم في ظهور وسائل إلكترونية رقمية متعددة تنافس وسائل الإعلام التقليدية الجماهيرية، وتقدم الخدمات المعلوماتية والإخبارية المختلفة، ومن أمثلتها على سبيل الذكر لا الحصر: الإنترنت، والمواقع الإخبارية، الصحافة الإلكترونية، المدونات، الهواتف المحمولة، والهواتف الذكية.

ويعمد الباحثون إلى استبدال مصطلح "الإعلام"، بمصطلح "الاتصال"، ووسائل الإعلام، بوسائل الاتصال، كون عملية الاعلام لم تعد مجرد نقل وتزويد للمعلومات، وليست أحادية الجانب، تسير بشكل خطي، بل إنها عملية تواصل وتفاعل، يتم فيها أيضاً التعليق على المعلومات، وتعديلها، أو الإضافة عليها، وإعادة إرسالها، وبذلك يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، وتصبح العملية أشبه بعملية الاتصال المواجهي أو الشخصي (FTF: Face to Face).

يمكن أن نطلق على وسائل الاتصال الإلكترونية بأنها: "وسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني، التي تتعامل بالنظم الرقمية، وتتيح لمستخدميها عبر برامجها وتطبيقاتها المختلفة جملة من الأدوات التي تجعلها وسائل تفاعلية، وتحقق أهداف عملية الاتصال للمستخدم والقائم بالاتصال على حدٍ سواء".

وهناك مفهوم ضيق يركز على أن وسائل الإعلام الإلكترونية هي المواقع التي تلبي احتياجات الجمهور المستفيد، إذ تتيح هذه المواقع الاستفادة من (الصحف الإلكترونية، مواقع الأخبار على شبكة الإنترنت، البريد الإلكتروني، مجموعة الأخبار على الإنترنت، غرف الدردشة، الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال الهواتف النقالة، الكتاب الإلكتروني، أفلام الإنترنت).

أما العملية الاتصالية والإعلامية التي يمكن ممارستها عبر هذه الوسائل فقد كثرت تعريفاتها، وعرفها محمد عبد الحميد، بأنها: "العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المختلفة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة تمثل أسباب الاتصال الرقمي"، وعليه من أبرز محددات التعريف:

- تتحقق عملية الاتصال الرقمي بالاعتماد على الأنظمة الرقمية التي تضمن استمرار الاتصال وتطوره.
- يتباين مستوى الاتصال الرقمي (ثنائي أو جمعي) إلا أنه اتصال عن بعد، وكل التقنيات المستخدمة في الاتصال تستخدم للتقريب بين أطراف الاتصال مثل الاتصال المواجهي.
- يعد هذا الاتصال اتصالاً عن بعد لكن المستحدثات الرقمية وفرت مقومات الاتصال المواجهي مثل دائرية الاتصال (كما يحصل في المؤتمرات عن بعد) وتبادل الأدوار الاتصالية.
- يضاف لعناصر الاتصال الرقمي مقارنة بالاتصال المواجهي أو الجماهيري وجود أجهزة الترميز في عمليتي الإرسال والاستقبال (مودم) ويعتبر الكمبيوتر هو جهاز الإرسال والاستقبال.
- توجد مشاركة بالرأي وبالتالي هناك تفعيل للعملية الديمقراطية.
- لا يعاني الاتصال الرقمي من الضوضاء والتشويش.
- تعد عملية الاتصال الرقمي هادفة وأطراف عملية الاتصال واعية بمتطلبات الاتصال الرقمي وخصائصه، لذلك فإن لدى هؤلاء المستخدمين أهدافاً يسعون لتحقيقها من خلال استخدامها، وتتفق هذه الأهداف بمجملها مع أهداف الاتصال الإنساني ولكنها تختلف في ترتيبها.

❖ أشكال وخدمات الإعلام الإلكتروني (الرقمي):

ساهمت التطورات التكنولوجية في تنوع وتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني (الرقمي) لجميع المؤسسات الإعلامية، كما أن الرسائل المتبادلة بين الأشخاص تأخذ أشكالاً إلكترونية متنوعة، **ونتلمس هذه الأشكال من خلال خدمات شبكة الإنترنت**، ويقتصر عرض البعض على التعداد فقط إذ سيرد شرح لاحق لأبرزها:

- **البريد الإلكتروني:** يعتبر أحد أهم وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد بسرعة وكفاءة وفاعلية نتيجة استغلال إمكانيات الشبكة المختلفة، هذا بالإضافة إلى إتاحة أنماط أخرى لإرسال الرسائل مثل إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المشتركين بصورة سهلة وسريعة.

- **المواقع الإلكترونية:** خدمة مرتبطة بالويب (WWW: World Wide Web)، ونحصل على هذه الخدمة باستخدام برامج مستعرضات الويب (Browsers)، ويعتمد الويب أسلوب النص الفائق أو المترابط Hypertext لنشر النصوص، فيتيح هذا الأسلوب البحث في وثائق معقدة داخل الشبكة، وتساعد روابط النص الفائق على تتبع الأفكار والموضوعات من صفحة ويب Webpage إلى صفحة أخرى بغض النظر عن إذا ما كانت هذه الصفحة مخزنة في الحاسب نفسه والمسمى خادم ويب Web Server أو موزعة على خدمات أخرى منتشرة في أنحاء العالم، ولهذا فهي تسمح بالتنقل السريع بين مصادر المعلومات بمجرد الضغط على زر الفأرة أو الماوس.

- **الأرشفة الإلكترونية:** تساعد على الوصول إلى الملفات التي يريدها المستخدم والمخزنة على آلاف الخادمت servers التي تقدم خدمة نقل الملفات حول العالم، فيستطيع المستخدم من خلال استخدام خادم الأرشيف تحديد المواقع التي تحتوي على هذا الملف وعند الوصول إلى هذه المواقع يمكن تحميل هذه الملفات في جهاز المستخدم نتيجة استخدام خدمة **نقل الملفات FTP** عن طريق بروتوكول خاص (FTP:File Transfer Protocol).

- **الهاتف المحمول:** يستخدم للبحث المباشر عبر الهاتف المحمول أو الأخبار العاجلة أو خدمات الرسائل القصيرة (SMS, MMS).

- **الإعلانات الإلكترونية.**

- **الخدمات الإلكترونية المتنوعة:**

- **الخدمات المعرفية:** مرتبطة بالحصول على المعلومات والأخبار التي يستطيع المستفيد الحصول عليها بطريقة مباشرة دون مغادرة مكانه، من خلال خدمة:

○ **المدونات.**

○ **المحطات الإذاعية والتلفزيونية.**

- الصحف الإلكترونية.
- **المجلات الإلكترونية:** بعض المجلات متخصصة في مجال محدد والبعض الآخر ذو طابع عام، وهناك طريقتان لتوزيع هذه المجلات: الأولى عن طريق القوائم البريدية حيث يتم إرسالها كرسالة بريدية، والثانية: عن طريق مواقع المجلات حيث يستطيع المستخدم تحميلها في جهازه.
- **القوائم البريدية:** تتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلى عدد معين من المنضمين لهذه القوائم البريدية تكون متخصصة في مجال معين.
- **لوحة النشر الإلكترونية Bulletin Boards:** تمثل لوحة النشر مستودعاً للملفات والرسائل، غالباً مرتبطة بموضوع معين ويمكن استخدام هذا النظام عن طريق الاتصال بلوحة النشر الخاصة بالموضوع الذي تريده ثم اختيار المطلوب من بين القوائم التي تظهر على الشاشة.
- **الخدمات الترفيهية:** مثل تحميل الأغاني ومتابعة الأفلام والمسلسلات، وألعاب الفيديو، فهناك مصادر عديدة للألعاب يمكن الاشتراك فيها، وتتميز هذه الألعاب بالتنوع الشديد الذي يتيح للمستخدم إما تحميل اللعبة على جهاز المستخدم، أو استخدام اللعبة بالربط المباشر بالإنترنت مثل لعبة الشطرنج حيث يمكن للمستخدم اللعب مع مستخدم آخر بعيد عنه.
- **الخدمات التواصلية:** تشير إلى الخدمات التي مكنت الأفراد من التواصل مع بعضهم بغض النظر عن المسافة الطويلة التي تفصلهم، سواء للعاملين في مجال الإعلام أو المستخدمين بشكل عام، ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الإنترنت وتحقق ذلك:
- **المحادثة:** تسمح هذه الخدمة بفتح خط اتصال بين حاسبي مستخدمين للإنترنت، ومن خلال هذا الخط يمكن إرسال واستقبال الرسائل.
- **الدرشة الجماعية:** إحدى خدمات المحادثة لكنها أكثر مرونة لأنها تتيح للمستخدم التحدث بطريقة مباشرة مع مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه، أي أن المستخدم من خلال هذه الخدمة يستطيع المشاركة في محادثة عامة تتعلق بموضوع معين بين مجموعة كبيرة من الأشخاص.
- **مجموعات النقاش Usenet:** هي مشهورة باسم مجموعات المناقشة Discussion Groups يستطيع المستخدم من خلالها تقديم أي استفسار وطلب أي معلومات، وفي الوقت نفسه تقديم معلومات يرى المستخدم أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها باقي المجموعة، وتحتوي الإنترنت على الآلاف من مجموعات المناقشة مصنفة إلى الموضوعات المختلفة التي تغطي تقريباً معظم مجالات الحياة.
- **مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيس بوك".**

❖ خصائص الاتصال الإلكتروني (الرقمي):

- **التفاعلية (Interactivity):** تعد السمة المميزة للاتصال المواجهي، وهي تعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، حيث يصبح الاتصال باتجاهين ويتبادل أطراف العملية الأدوار، فلكل طرف حرية التحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه.
- **التنوع (Variety):** يقصد به تنوع المحتوى الإعلامي المقدم سواء في طريقة عرضه باستخدام الوسائط المتعددة أو أشكال الاتصال المقدمة عبرها، فهناك الاتصال المباشر، الصوتي أو الكتابي، والاتصال من خلال البريد الإلكتروني، والاتصال من خلال مؤتمرات الفيديو، كما توفر هذه الوسائل تنوعاً في مجالات ومستويات المحتوى المعلوماتي والإعلامي الذي يحتاجه المتلقي، من المعلومات المتخصصة، إلى المعلومات العامة.
- **التكامل (Integration):** مكنت التقنية الرقمية متلقي الوسائل الإلكترونية من أن يختار بين حفظ المعلومات، ونسخها، وطباعتها، وإرسالها، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.
- **الفردية (Individuality):** يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال، وهو بذلك يعلي من شأن الفردية، كما تؤكد الاتصالات الرقمية على سرية الاتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يتوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.
- **التخصيص أو الشخصية (Customization):** ساهم تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت في الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين مثل المهتمين بالرسم أو الرياضة، ويتيح هذا الاتصال لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية إيصالها، مما يؤدي في نفس الوقت إلى تفتيت جمهور المستخدمين وتجزئته.
- **تجاوز الحدود الثقافية (Globalization):** تعد شبكة الإنترنت مجموعة شبكات دولية وإقليمية يزداد عدد مستخدميها نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية.

• **مرونة التزامن (Synchronization):** لا يفترض الاتصال الرقمي تواجد أطراف العملية الاتصالية في مكان واحد وفي نفس الوقت إلا في عمليات الدردشة أو المؤتمرات عن بعد، وارتبط اللاتزامن بالبريد الإلكتروني والتعرض للمواقع الإعلامية كالصحف ومحطات التلفزيون. وراعت وسائل الإعلام هذه النقطة فحملت موادها الإعلامية على الخوادم المرتبطة بالمواقع، نظراً لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية من استقبال وتخزين وتحميل المواد في الوقت المناسب لمستخدم الموقع.

• **الاستغراق في عملية الاتصال (Involvement):** يقصد به طول المدة التي يقضيها الفرد في استخدام الوسائل الرقمية مقارنة ببقية الوسائل، إذ شجع على ذلك انخفاض تكلفة هذا الاتصال، كما ساهمت النصوص الفائقة في الإبحار والتجوال وبالتالي الاستغراق بين المعلومات والأفكار، وبينت الدراسات أن الاستغراق في الاستخدام يزيد من العزلة الاجتماعية للفرد، كما يترتب عليه آثار غير صحية ناتجة عن الجلوس المطول أمام الجهاز (آلام الظهر-التأثير على النظر)، لذا يجب أخذ الاحتياطات الصحية اللازمة وتخفيف التعرض الكثيف لهذه الوسائل.

❖ وظائف الاتصال الإلكتروني (الرقمي):

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي من خلال الاتصال بالآخرين عبر برامج الحاسب أو من خلال الشبكات، حيث لا يعرف أطراف الاتصال بعضهم بعضاً ولكن تجمعهم نفس الاهتمامات والحاجات الاتصالية وبهذا يوسع الأفراد دائرة علاقاتهم.
- تشكيل المجتمعات الافتراضية التي تجمع بين أفرادها أهداف مختلفة كمناهضة العنصرية والدعوة إلى الديمقراطية.
- تقدم المواقع المنتشرة على الإنترنت الكثير من المعلومات عن الوقائع والأحداث في الداخل والخارج وهي تقدم وظيفة إخبارية تساعد في ذلك سهولة الاتصال وفورية الإعلام.
- تنصدر وسائل الاتصال الرقمية باقي الوسائل في تقديم المعلومات في كافة المجالات حتى أصبحت هذه التقنيات مصدراً للمعلومات وتنصدر هذه الوظيفة كافة الوظائف وتصل نسبة استخدام الإنترنت لأجل ذلك نسبة تتراوح بين (75-90%).
- **الوظيفة التعبئة (mobilization):** تتيح هذه الوظيفة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال، إذ تُنشر الأفكار التي تتادي بها هذه الجماعات، بما يسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

- **تدعيم وظيفة الدعاية** التي تحمل في جانبها السلبي تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية خاصة أن نسبة الفروع المضيفة للحاسبات على شبكة الإنترنت تصل إلى 90% من 30 مليون فرع تقع في أوروبا وأمريكا الشمالية وهي دول الاحتكارات التي تبني مفاهيم العولمة بأبعادها المختلفة.
- **المساعدة بالعملية التعليمية:** ساهم انتشار شبكة الإنترنت في العملية التعليمية فظهرت مفاهيم التعليم عن بعد (Distance Learning) والتعليم من خلال الإنترنت (Online Learning) والتعليم الافتراضي (Virtual Learning)، وغيرها من المفاهيم التي تشير إلى استخدام الإنترنت في التعليم.
- **الإعلان والتسويق:** تعتمد المواقع في تمويلها على الإعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات.
- **التسلية والترفيه:** استطاعت شبكة الإنترنت أن تجذب أعماراً مختلفة من المستفيدين عبر الكثير من المواد الترفيهية والألعاب التفاعلية.

❖ الأدلة على سيطرة الإعلام الإلكتروني (الرقمي):

- توجد مجموعة من الأدلة توضح أن السيادة في الوقت الحالي للإعلام الإلكتروني (الرقمي)، وذلك للآتي:
- **وجود كثير من الصحف والمجلات ظهرت على شبكة الإنترنت حققت نجاحاً كبيراً، إلى درجة أنها تخطت عالم النشر التقليدي.**
 - **يوجد عدد من المواقع يمتلكها ناشرون غير مختصين في الصحافة المطبوعة تعد من أنجح البوابات الإلكترونية إذ تقدم خدماتها على مدار الساعة، ويقاس نجاحها من حيث عدد الزوار أو المشتركين، كما أن دخلها من الإعلان بلغ أرقاماً لا تصدق.**
 - **يعد المحتوى المتميز العامل المشترك بين النشر التقليدي والإلكتروني ودونه تفقد الصحيفة أو الموقع الإلكتروني أهميته إذ يجب التركيز على المحتوى المتميز من أجل الانتشار من قبل الجمهور.**
 - **تعد الإنترنت أداة بحث وتسجيل، فيستطيع المراسل الصحفي بعد دقائق قليلة من البحث باستخدام الويب أن يجد معلومات كان من شأنها أن تأخذ منه ساعات من المكالمات الهاتفية الخارجية المكلفة، إلا أنه بالرغم من سهولة الاستخدام وسرعة الحصول على المعلومات يُطلب من الصحفيين امتلاك مهارات التأكد من الحقائق، وتحديد هوية مصادر المعلومات، والتثبت من أهليتها.**

- استخدام وسائل جديدة أكثر يسراً في جمع المعلومات من المصادر مثل البريد الإلكتروني وتقنية الفيديو عن بعد video conferencing التي تمكن الصحفي من إجراء الحوار مع المصدر دون أن يغادر مكتبه.
- قدمت الوسائل الرقمية للصحفيين طرقاً جديدةً ليست لجمع المعلومات فقط وإنما للكتابة وتقديم القصص الصحفية أيضاً، من خلال الأدوات الإلكترونية التي تشمل الكمبيوتر العادي والمحمول، وأقراص الكمبيوتر والأقراص الممغنطة وغيرها من وسائط تخزين المعلومات الرقمية، ومن أبرز أدوات الكتابة الجديدة بالنسبة للصحفيين لغة HTML أو لغة النص الفائق hypertext التي تسمح للصحفي برواية قصته الخبرية باستخدام وسائل متنوعة إلى جانب الكلمات مثل لقطات الفيديو والمقاطع الصوتية والروابط الفائقة.
- التحول من مفهوم النص Text إلى مفهوم الوثيقة Document، إذ تستخدم كلمة "نص" قبل العصر الإلكتروني لتعني شيئاً واحداً وهو "كلمات على صفحة"، أما الوثيقة فتتضمن الصور والأصوات والرسوم المتحركة إلى جانب الحروف واللقطات المصورة، كما أنها تتميز بسهولة العثور عليها وتخزينها وإرسالها عبر شبكة الإنترنت.
- يمكن للمتلقي التحكم بالعمق المعلوماتي عبر تقنية النص الفائق، فإذا أراد القارئ مزيداً من العمق يمكنه الحصول عليه، فحلقات الاتصال متوافرة للحصول على القصص التي تلقي أضواء جانبية على الخبر، وكذلك السيرة الشخصية للذين أدلوا بتصريحات في القصة، وتوفر مواقع الأخبار وسائل الربط بمواقع مصادر الأخبار، وبذلك تمكن القراء من الاطلاع بأنفسهم بعمق أكثر على المعلومات المقدمة.
- تحول الصحفيون إلى فريق وسائط متعددة يضم الصحفي والمنتج وأخصائي الصوت والمصمم، بالتالي لن تبقى عملية جمع وتحرير وكتابة الأخبار عملاً فردياً وإنما عملاً جماعياً.

❖ نتائج سيطرة الإعلام الإلكتروني (الرقمي):

- النتائج الايجابية:

أوضحت الدراسات أن لتقنيات الجماهير مظاهر تقاس على صعيد كل من المرسل والمتلقي، إذ يتمكن المرسل من توجيه رسائل تخاطب الميول والحاجات الفردية، مما يضمن له نجاح رسالته الإعلامية، وهو ما يحقق معدل استهلاك أكبر للمنتجات الإعلامية.

أما **المتلقي** فتمكن من السيطرة على حجم المواد التي يستقبلها ونوعيتها حيث يزداد مجال الاختيار من وسائل كثيرة، فيحصل الفرد على المواد التي تناسبه وتتفق مع رغباته وتلبي احتياجاته، كما أنه تحول إلى فرد مشارك في عملية إنتاج المحتوى الرقمي، فيطلق على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية لفظ مشارك بدلاً من مصدر.

• النتائج السلبية:

- أداة لاختراق المجتمعات سواء على صعيد القيم والتشجيع على الثقافة الاستهلاكية.
- تضيق اهتمامات الأفراد حيث يميل الفرد إلى تجنب المعلومات أو المواد الترفيهية التي لا يألفها، إلا أنه عند التعامل مع الوسائل التقليدية كان التعرض غير المرغوب فيه يؤدي إلى زيادة اهتمامنا ببعض المواضيع وتوسيع مداركنا مما يمنح كلاً منا بعض المعارف عن شؤون العالم.
- تقليص الخبرات المشتركة التي توفرها وسائل الاتصال الجماهيري ليحل محلها الخبرات المشتركة لنفس الطبقة المتجانسة التي تشترك في نفس السمات والخصائص، وما ينطبق على المجتمعات ينطبق أيضاً على الأسرة حيث تقل الخبرات المشتركة مما يؤدي إلى صعوبة التفاهم والاشتراك في القيم.
- تقسيم الجمهور العريض الواحد إلى عدد من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة مما يؤدي إلى تقليص أرباح المنتجين والناشرين نتيجة قلة عدد الذين يخاطبونهم.
- انهيار السيادة الإعلامية للدول، إذ أصبح من الصعب على حكومات دول العالم الثالث أن تخفي عن مواطنيها واقعة معينة تتعلق بأمنها القومي، إذ ستصل تفاصيل هذه الأحداث عبر محطات البث الفضائي التي أصبح من الصعب التشويش عليها.

الإنترنت

❖ تمهيد:

يعد الإعلام جزءاً من العملية الاتصالية، وهو نشاط يسعى لتحقيق أهداف معينة تستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري، إذ يسعى لإيصال المعارف إلى الأفراد بهدف التأثير على عقولهم ومشاعرهم ونشاطاتهم، كما يهدف إلى إيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع.

وتعد الإنترنت وسيطاً اتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى لأنها تقنية مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي، جمعي، وجماهيري من دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال، ونتيجة المدى الواسع من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت تقدم الشبكة عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

وأسهم التطور التكنولوجي الذي كانت شبكة الإنترنت من أبرز وأهم منجزاته إلى ظهور الوسائط الحديثة المتطورة التي استطاعت بقدرتها الفائقة إعداد المواد الإعلامية بما فيها البرامج، ونقل الأحداث لحظة وقوعها من موقع الحدث بصورة مباشرة وفورية، حيث استطاعت من خلال تطورها الفني والتكنولوجي الكبير أن تلغي دور الوسيط في نقل الأخبار والمعلومات، من خلال منافسة تكنولوجيا الإعلام والتدفق المعلوماتي الذي لم يكن مقتصرًا على الوسائل التقليدية كالصحف أو الإذاعة أو التلفزيون فحسب، حيث كان أبرز منافسي تلك الوسائل ظهور الحاسوب وشبكة الإنترنت.

وساهمت هذه المنافسة في إحداث ثورة في مجالي الإعلام والاتصال من خلال عملية الدمج بين الاتصالات الفضائية والاتصال من خلال الحاسوب وعبر الكوابل، ونتيجة لذلك شهدت هذه الثورة سرعة نقل الرسائل الإعلامية وأنيته من موقع الحدث بالصوت والصورة والفيديو وزيادة التفاعلية بين مرسل الرسالة ومستقبلها، كما أن المطبوعات ومواد مراكز المعلومات أدخلت تطبيقات جديدة مكنتها من النشر الإلكتروني مما ساهم في تحويل الصحف الورقية إلى صيغ رقمية يطلع الجمهور عليها عبر الإنترنت.

وما يميز شبكة الإنترنت عن سابقتها من الوسائل التكنولوجية الاتصالية الأخرى أنها تتمتع بميزة "الاعتماد الشخصي الحر" أي أنها جعلت المستخدم يعتمد على نفسه للبحث والوصول للمعلومة ومصادرها، واختيار ما يريد من معلومات بطريقة حرة، والتفاعل معها أيضاً، خاصة مع ظهور الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية التي أحدثت ثورة عارمة في عالم الصحافة، ونتيجة زيادة عدد جمهور شبكة الإنترنت،

سعت الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية إلى اللحاق بعجلة الإبداع والابتكار والتجديد المستمر لتبقى صامدة في وجه الوسائل التقليدية الأخرى التي تنافسها، وعليه ستناقش المحاور الآتية:

- ❖ تعريف شبكة الإنترنت.
- ❖ مكونات وعناصر شبكة الإنترنت.
- ❖ مراحل تكوين شبكة الإنترنت.
- ❖ أسباب اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية.
- ❖ ميزات شبكة الإنترنت.
- ❖ أنواع المواقع على شبكة الإنترنت.
- ❖ إيجابيات شبكة الإنترنت.
- ❖ سلبيات شبكة الإنترنت.
- ❖ أوجه الاستفادة من الإنترنت في المجال الإعلامي.

❖ تعريف شبكة الإنترنت:

يُخطئ البعض عندما يعتقد أن كلمة إنترنت تعني (International network) أي الشبكة العالمية، لأن المقصود بها (Interconnection Networks) أي الترابط بين الشبكات، كما تشير التسمية العلمية للإنترنت إلى أنها مكونة من مقطعين الأول (Inter) ويقصد به الدخول، والثاني (Net) ويعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط (الدخول إلى الشبكة)، فهي شبكة اتصالات عالمية تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم، كما تشير كلمة «إنترنت» إلى جملة المعلومات المتداولة عبر الشبكة وكذلك البنية التحتية التي تنقل تلك المعلومات عبر القارات.

وتوجد مجموعة أخرى من المسميات التي تطلق على الإنترنت من أبرزها الآتي:

- أم الشبكات: تربط بين الملايين من أجهزة الكمبيوتر والأشخاص حول العالم، وتقدم معلومات تغطي مختلف المجالات، لذلك أطلق عليها أم الشبكات لأنها تحتضن المئات من الشبكات الصغيرة وعدداً من الشبكات الواسعة.
- الشبكة العالمية: لكونها تربط الحواسيب في العالم عن طريق تقنيات الاتصال ومنها الأقمار الصناعية، وخطوط الهاتف، لتوفير الخدمات لجميع أفراد المجتمع.
- شبكة معلومات: مصدر للمعلومات مكمل للوسائط الأخرى، فضلاً عن سرعة وانتشار وتبديل المعلومات وسهولة استعمالها.
- وسيلة الإعلام الجديدة: نظراً لقدرتها على احتواء وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون) من خلال نشر الأخبار، وبث برامج الراديو والتلفزيون.
- طريق المعلومات السريع: تشبه إلى حد كبير الطريق السريع الذي يتم ربطه بشكل مستمر بشبكات طرق أخرى ويتم زيادة طوله ليصل إلى أماكن جديدة، كذلك هو الحال مع شبكة الإنترنت التي تضم إليها بشكل مستمر شبكات جديدة ومستخدمين وأجهزة كمبيوتر جديدة.

وتكاد تماثل الإنترنت شبكات الإذاعة أو التلفزيون التي تربط مجموعة من المحطات الإذاعية أو التلفزيونية التي تتقاسم ما تبثه من برامج مع فارق واحد هو أن شبكات التلفزيون تقوم بإرسال نفس المعلومات لجميع المحطات في نفس الوقت، لذا تعرف بشبكة البث، بينما شبكات الكمبيوتر توجه كل رسالة أو معلومة إلى جهاز كمبيوتر واحد ومحدد من الأجهزة المتحددة بالشبكة.

❖ مكونات وعناصر شبكة الإنترنت:

تتكون شبكة الإنترنت من مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المترابطة عبر شبكات يصل عددها إلى أكثر من ست ملايين شبكة كمبيوتر منتشرة في بقاع الأرض المختلفة، ويتركز 60% من هذه الشبكات في

الولايات المتحدة الأمريكية، و26% منها في أوروبا، وتتقاسم بقية دول العالم بقية نسبة الـ100%، وتعد الإنترنت عبارة عن تجمع ثلاث مكونات أساسية هي:

- **المعلومات Information:** تحوي شبكة الإنترنت العديد من أنواع المعلومات التي يمكن أن توجد في: الصحف والمجلات، والنشرات والكتب، الدوريات الإلكترونية، المراجع والتقارير الإلكترونية، قواعد البيانات الببلوغرافية والنصية والإحصائية، الصور المتحركة والثابتة، معلومات مسموعة ومرئية، بث إذاعي وتلفزيوني وتسجيلات فيديو.
- **أجهزة الكمبيوتر Computers:** تشكل أجهزة الكمبيوتر الجزء الهام والرئيس في شبكة الإنترنت، إذ نشأت الإنترنت أصلاً من ترابط هذه الأجهزة، وهي تشمل المكونات والتجهيزات المادية، الكمبيوتر على اختلاف أشكاله: الكمبيوتر الشخصي، الكمبيوتر المحمول، الأجهزة اللوحية، الهواتف الذكية، وغيرها... كما تشمل ملحقات وتجهيزات ضرورية، مثل: البروتوكولات، وبرامج التصفح.
- **تقنيات الاتصال Communication:** تشمل هذه التقنيات: المعدلات Modems، ذات السرعات المختلفة، الخطوط الهاتفية، الداخلية والخارجية، الألياف البصرية Fiber Optics، والأقمار الصناعية Satellites، ووسائل وتقنيات اتصال أخرى.

❖ مراحل تكوين الإنترنت:

- **المرحلة الأولى 1961:** مجموعة شبكات متداخلة لربط الوحدات العسكرية وضمان استمرارية الاتصال بينها بأكثر من طريقة، فكانت آنذاك شبكة الإنترنت ذات أهداف عسكرية.
- **المرحلة الثانية 1972:** مجموعة شبكات متداخلة لربط الجامعات والمراكز البحثية فيما بينها، بعد أن تخلت عنها وزارة الدفاع الأمريكية لصالح الجامعات، وأصبحت ذات هدف علمي.
- **المرحلة الثالثة 1984:** تبنى الشركات لهذه الشبكة بهدف تقديم الخدمات وعرض السلع التجارية والدعاية والإعلان، بحيث تحول الهدف من توسعة هذه الشبكة على نطاق عالمي إلى هدف تجاري بحت.
- **المرحلة الرابعة 1992:** اعتماد الشبكة العالمية الإنترنت من قبل معظم دول العالم كوسيلة مثلى لبناء مراكز المعلومات وربط شبكات الحاسوب واعتمادها وسيلة لبناء الحكومات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية العالمية بحيث تحول الإنترنت إلى شبكة عالمية هي الأضخم وذات أهداف وغايات متعددة.

❖ أسباب اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية:

يلخص الباحثون جملة المبررات التي ساهمت في اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية، بالآتي:

- **تعدد الوظائف التي تؤديها الشبكة، وأهمها الإعلام والمعلومات والترفيه والإعلان، ثم انتشر معها التعليم عن بعد، وغيرها من الوظائف.**
 - **الحجم الضخم للمستخدمين الذي يصل إلى مئات الملايين ويزداد بنسب كبيرة عاماً بعد عام.**
 - **الانتشار الواسع للمستخدمين في بقاع العالم وتجزئة هذا الجمهور بفعل تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما دفع المواقع الإلكترونية إلى الميل نحو التخصص، إذ يتم الوصول إلى جماهير أقل لكنها أكثر تجانساً، وفي هذه الحالة لم يعد القائم بالاتصال معروفاً للجمهور وكل ما يُعرف عنه أنه مصدر للمعلومات أو مالك الموقع على الشبكة.**
 - **تنوع محتوى المضمون أو الرسائل الاتصالية في الموقع الواحد، نتيجة تنوع الوظائف وجمهور المستخدمين.**
 - **الاعتماد على الوسائل الرقمية في الوصول إلى جميع فئات الجماهير المنتشرة حول العالم، والمتبينة في السمات النفسية والاجتماعية كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيري.**
- وعليه اعتبرت الإنترنت وسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير، خاصة وأن وظائف الإعلام أصبحت جزءاً من الوظائف المتعددة التي تقوم بها المواقع الإعلامية المتخصصة على الشبكة مثل الصحافة الإلكترونية Online Journalism التي أصبحت تختلف كثيراً عن الصحافة المطبوعة والتلفزيونية، بعد أن اكتسبت الخصائص المميزة للاتصال الرقمي من خلال الشبكات، وأهمها التفاعلية وتدعيم دور الجمهور في الاتصال بالمواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.

❖ مميزات شبكة الإنترنت:

- **سرعة انتشار المعلومات:** استغرق في الماضي إرسال أي خطاب أياماً، وقد يُفقد في البريد، وعند استخدام الفاكس يستغرق ذلك دقائق وممن الممكن أن تصل المعلومة مشوهة أو غير مقروءة، وإذا افترضنا أن المعلومة ستصل إلى مليون شخص في أماكن مختلفة، فإن ذلك يستدعي إرسال مليون خطاب أو مليون فاكس مع عدم ضمان وصول المعلومات إلى المبلغين.
- **ونتيجة استخدام الإنترنت تغير السابق كله، لأن المعلومات موجودة في حاسب إلكتروني وتجدد كل ساعة بأحدث المعلومات، لذا يقرأ المستخدمون المعلومات أولاً بأول دون أي جهد أو تعب، وهذا ما يحدث بالفعل الآن فجميع وكالات ومصادر الأنباء في العالم الآن تنشر جميع المعلومات والأحداث والنشرات الجوية والتنبيهات على مواقعها فوراً ويستطيع ملايين الناس الاتصال بها، ومعرفة الأخبار فوراً، دون انتظار مواعيد نشرات الإذاعة والتلفزيون، وكذلك تفعل الآن شركات الطيران والمصانع الكبرى والمحلات العالمية.**

- **سرية تبادل المعلومات:** يمتلك كل حاسب إلكتروني رقماً خاصاً به IP Address، لذا يمكن أن يرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن الرسالة داخل هذا الجهاز فقط، ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة إلا صاحب الجهاز المرسل إليه، وكذلك يستطيع المرسل معرفة تاريخ الاستقبال وقراءة الرسالة، كما يستطيع المرسل إليه الرد الفوري على الرسالة.
- **تبادل المستندات:** يمكن تخزين أي مستند إلكتروني على حاسب إلكتروني سواء كان على شكل خطاب أو مذكرة أو كتاب من ألف صفحة أو صورة أو تسجيل صوت أو فيديو أو رسم هندسي يمكن إرساله واستقباله على أي حاسب آخر في الشبكة.
- **الحديث والمشاركة وعقد المؤتمرات:** يمكن من خلال شبكة الإنترنت الحديث الفوري مع الآخرين عن طريق كتابة كل شخص ما يريد وإرساله فوراً إلى الآخرين ويُرد عليه فوراً بنفس الطريقة، ويمكن استعمال برامج الاتصال الحديثة لنقل الصوت والصورة عبر الشبكة لسمع الآخرين ويراهم وهم يتحدثون معه في الوقت نفسه من جميع بلاد العالم.
- **سهولة الاستعمال:** لا يحتاج استعمال شبكة الإنترنت إلى شراء حاسبات إلكترونية خاصة أو أجهزة اتصال معقدة، فأى حاسب إلكتروني مهما كان نوعه أو حجمه أو سرعته يمكن أن يستعمل في شبكة الإنترنت طالما أمكن ربطه بخط تليفون، ويتساوى في ذلك جميع الأجهزة المعروفة القديمة والحديثة بجميع أنواعها، بما في ذلك أجهزة الميني كمبيوتر وأجهزة الكمبيوتر الخاصة شديدة التعقيد، ولا يحتاج استعمال شبكة إنترنت كذلك إلى مستوى علمي أو فني متطور للتشغيل.

❖ أنواع المواقع على شبكة الإنترنت:

يمكن تقسيم المواقع الإلكترونية استناداً إلى المحتوى والمضمون الذي تقدمه، وهو الأسلوب الأبرز المستخدم في تصنيفها، وعليه تقسم هذه المواقع على النحو الآتي:

- **مواقع تجارية:** تتميز هذه المواقع بالآتي:
 - دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
 - الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
 - المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي.
 - لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، وتقتصر في الغالب على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري.

○ لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث.

○ لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.

● **مواقع تفاعلية:** تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال:

○ المنتديات وساحات الحوار المكتوبة.

○ غرف الدردشة.

○ الحوارات الصوتية التفاعلية.

○ المجموعات البريدية.

ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وتقتصر على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توافر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع.

● **مواقع تعريفية:** تسهم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً

مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية.

غالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.

● **مواقع إعلامية تكميلية:** تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو

فضائية، مثل مواقع الصحف الورقية وموقع قناة الجزيرة وموقع البي بي سي أو سي إن إن وتتسم هذه المواقع بعدد من الصفات:

○ الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها الإعلامي سواء أكان دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً.

○ إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسات الأساسية التي تقوم بدورها والتكامل معها.

○ لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق، وربما يتم

إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة بما يتلاءم مع طبيعة الإنترنت.

- **مواقع صحفية:** تعد هذه المواقع صحفية بحتة فهي لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية، ولم تنشأ كمكلمة لمؤسسة إعلامية، ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية، وتتميز هذه المواقع بأنها:
 - تعتمد على هياكل إدارية وتنظيمية.
 - تعتمد على محترفين في المجال الصحفي.
 - تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.
- **مواقع محركات البحث:** توفر هذه المواقع خدمة البحث للمتصفح، وأشهرها (Google) الذي يحقق خدمة البحث من خلال:
 - التصميم البسيط للموقع.
 - مساحة البياض الكبيرة التي تريح النظر وتجعل المستخدم يركز على هذه الخدمة بالتحديد دون أي عناصر تشتيت.
- **مواقع ترفيهية:** مثل مواقع الألعاب والموسيقى والأغاني والأفلام.
- **مواقع شخصية (المدونات):** هي يصممها أشخاص للتعريف بأنفسهم، ومجالات اختصاصهم، وأحياناً تكون تابعة لأشخاص في غاية الأهمية.
- **مواقع الخدمات التعليمية:** توفر الجامعات والمعاهد والمدارس في أغلب دول العالم خدمات تعليمية وإعلانية عن برامجها ومناهجها، يكون بعضها بشكل تفاعلي متكامل يقصد به التعلم المباشر الافتراضي، وبعضها يوفر جوانب من البرامج التعليمية.
- **مواقع الموسوعات والمعلومات العامة:** مثل الموسوعة البريطانية وكتاب العالم، وهي تتجدد باستمرار وتقدم خدمات كالصور.
- **مواقع القواميس والمعاجم:** وهي متوفرة بالنص والصوت والصورة.
- **مواقع ثقافية:** تقدم هذه المواقع معلومات للزوار عن بلد معين، وصفات أشخاص وإنتاجهم في مجال معين كالشعر والرواية والمسرح وغيره.
- **مواقع الخدمات العامة:** تقدم هذه المواقع مجموعة من الخدمات لا حصر لها مثل خدمات السياحة، والترجمة الآلية، والخدمات الحكومية.
- **مواقع ترويج الأفكار:** يطلق عليها أيضاً "مواقع الدعم والتأييد" وتمثل إذ تعبر عن جهات وأهداف الأشخاص أو المنظمات أو الأحزاب التي تمتلكها، فهدفها رفع الوعي في قضية ما أو حشد التأييد، وغالباً ما ينشئ الناشطون والمنظمات الأهلية غير الربحية والجهات الدينية والسياسية والبيئية هذه المواقع بغية الوصول إلى أكبر شريحة من الناس.

❖ **إيجابيات الإنترنت:**

تمتلك الإنترنت إيجابيات لا تعد ولا تحصى فهي تفيد الباحثين والقراء في الحصول على المعلومات التي يبحثون عنها، كما أنها تفيد المؤسسات على اختلاف تخصصاتها سواء كانت رسمية أو غير رسمية ويمكن إيجازها بالآتي:

- **وحدة اللغة والمصطلحات بين الأعضاء في الاتحاد العالمي للإنترنت:** سيؤدي انتشار شبكة الإنترنت وزيادة أعضائها إلى انتشار اللغة التي تستخدمها الشبكة ومصطلحاتها.
- **التعليم عن بعد:** يمكن التعاون في مجال الإشراف على الرسائل الجامعية، وإلقاء المحاضرات، والمشاركة في كتابة البحوث، والتحضير للمؤتمرات والندوات والأنشطة العلمية والثقافية الأخرى، والمشاركة فيها والتحاور مع المشاركين الآخرين، كل ذلك يتم عن بعد، كل في موقعه وبلده.
- **المساعدة على محو الأمية التكنولوجية:** تستطيع شبكة الإنترنت نشر الوعي المعلوماتي وكسر حواجز ما يسمى الأمية الإلكترونية التي تعتبر عائقاً يقف في وجه الملايين من الناس الذين يحتاجون إلى استثمار خدمات وتطبيقات هذه الشبكة وما يرتبط بها من تكنولوجيا.
- **التقارب والتفاهم العالمي:** جعلت الإنترنت العالم قرية صغيرة، ينظر إليها من خلال شاشة الحاسوب لأنها تمثل اختراقاً طبيعياً للحدود الجغرافية والسياسية للدول، لذا يمكن استثمار هذا التقارب بين شعوب العالم، والتفاهم بين الأمم والشعوب.
- **تأمين الاتصال الفوري المتزامن:** تؤمن شبكة الإنترنت اتصالاً آلياً ومباشراً، بالنصوص والأصوات والصور الثابتة والمتحركة، عن طريق حواسيب في مواقع وشبكات مختلفة وبتكلفة مالية أقل من الطرق والوسائل الأخرى المعروفة مثل الفاكسميلي والاتصالات الهاتفية وغيرها.
- **الإنترنت كمكتبة إلكترونية متعددة ومتطورة الخدمات:** تقدم شبكة الإنترنت العديد من الخدمات والمعلومات والمواد التي تعجز عن تقديمها أكبر مكتبات العالم العامة والجامعية والوطنية لمختلف شرائح المجتمع، فهناك عدد كبير من الصحف التي تصدر في العالم وبمختلف اللغات، أما بالنسبة للقراء فهناك الآلاف من عناوين الكتب الإلكترونية بإمكان مستخدم الشبكة الوصول إليها من خلال اسم المؤلف أو الموضوع وغيرها من نقاط الوصول إلى الكتب المطلوبة.
- **الوصول إلى كافة الوثائق والمعلومات المطلوبة:** تحدد شبكة الإنترنت بشكل كفاء الوثائق أو الملفات المطلوبة والحصول عليها عن طريق تقنية النص المتشعب أو المترابط، حيث يستطيع المستخدم بواسطة روابط تشعبية ذات طبيعة دلالية من الوصول إلى الوثائق والمعلومات المطلوبة والموجودة في مختلف المناطق.
- **ممارسة العمل عن بعد:** يستطيع المهندس المعماري أن يرسل تصاميمه الهندسية للشركة التي يعمل بها عن طريق شبكة الإنترنت وهو في منزله.

- زيادة التجارة الإلكترونية بين دول العالم.
- زيادة وسائل الترفيه والترويح.
- الاستماع إلى الراديو والموسيقى ومشاهدة الأفلام والحوار مع الآخرين.

❖ سلبات الإنترنت:

- الافتقار إلى سرية المعلومات إذ تعد سرية المعلومات في شبكة الإنترنت غير آمنة فالرسائل معرضة للقراءة من قبل الآخرين.
- توفير كمية كبيرة من المعلومات وبالتالي صعوبة الحصول على الكمية المفيدة منها.
- التحديث المستمر لمعلوماتها، مما يسبب الإرباك عند الرجوع إلى معلومات سابقة.
- الترويج لمعلومات متطرفة دينية وسياسية وعنصرية.
- أصبحت مقراً للإرهابيين والجواسيس، إذ يستطيع الإرهابي أن يسمع صوته إلى كل العالم.
- سهولة الاختراق والتجسس، كاختراق البريد الإلكتروني والاطلاع على معلوماته.
- انتشار الفيروسات بسبب عدم وجود حماية منها، وهذا يعني إصابة المعلومات المخزنة بالتلف.
- انتشار الجريمة الإلكترونية المتمثلة بجرائم الملكية الفكرية، سرقة البرامج، الاحتيال المالي من خلال بطاقات الائتمان، كما أن الجريمة الإلكترونية قد تأخذ شكل إرسال رسائل تحرش ومضايقة أو تشويه أو تحقير شخص من خلال البريد الإلكتروني.
- انتشار الإباحية الإلكترونية مثل تبادل الصور الفوتوغرافية التي تتضمن محتوى مغايراً للقيم.
- انتشار ظاهرة إدمان الإنترنت.
- تسهم في كسر أواصر العلاقة الأسرية فالتعرض للإنترنت يكون بشكل فردي، وذلك خلافاً لبقية وسائل الإعلام الأخرى.
- تقلل شبكة الإنترنت من مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف لدى الشباب، وأوضحت الدراسات أنه توجد علاقة بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت للتسلية والترفيه، فكلما زاد مستوى التعليم قل استخدام الإنترنت للتسلية والترفيه، كما أنه توجد علاقة مؤكدة بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع تكوين الصداقات، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت في تكوين الصداقات.
- التأخير أو الانقطاع في الاتصال: إن هناك أوقاتاً معينة خلال اليوم يصعب فيها الحصول على اتصال عن بعد لكثرة أعداد المستخدمين في تلك الفترة التي تسمى فترة الذروة.
- المشاكل الصحية الناجمة عن استخدام الكمبيوتر وشاشات العرض وما تسببه من مرض التعب المتكرر الذي يصيب الرسغ والأيدي والرقبة، فضلاً عن تعب العين والصداع والرؤية المزدوجة والمشوشة وغيرها من المشاكل كالتحديق لفترة طويلة في شاشة الكمبيوتر أما المشاكل السيكلوجية

فمن أبرزها القلق والخوف من الفشل والشعور بعدم التحكم بالنسبة للأشخاص الذين لا يتمتعون بالخبرة في استخدام الكمبيوتر.

❖ أوجه الاستفادة من الإنترنت في المجال الإعلامي:

تعددت أوجه استفادة العاملين في المجال الإعلامي من شبكة الإنترنت ولعل من أهم وأبرز مجالات توظيفها الآتي:

- **مصدر للمعلومات:** تعد من المصادر الأساسية للتغطية الخبرية للأحداث العاجلة من خلال مواقع الصحف والإذاعات والوكالات، إضافة لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الهامة، كما طورت وسائل جمع الصحفي للمادة الإعلامية من خلال عقد المؤتمرات عن بُعد، ومؤتمرات الفيديو، والدرشة، والبريد الإلكتروني.
- **وسيلة للاتصال:** سواء أكان الاتصال الخارجي بالمندوبين والمراسلين وتلقي موادهم عبر البريد الإلكتروني، والاتصال بالمصادر لإجراء أحاديث عن بعد، أو الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت، خاصة قسمي الأخبار والمعلومات.
- **وسيط للنشر:** نتيجة نشر الصحيفة أو ملخص لها، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع.
- **وسيلة اتصال تفاعلي:** نتيجة مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار، إذ ينظر الصحفيون للإنترنت على أنها «الطريق السريع للمعلومات» ثنائي الاتجاه في إمكانهم معرفة وجهة نظر قرائهم.
- **استكمال الموضوعات نتيجة الحصول على الصور والرسوم والبيانات والإحصائيات.**
- **تعد من الأدوات الإعلامية المساعدة التي تسهل الحصول على أرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني.**
- **الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيف مواقع العديد من المنظمات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.**
- **استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده وعناوينه الخاصة واهتماماته وكتبه؛ حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك، كما أن المؤسسات الصحفية باتت تستخدم الإنترنت كأرشيف لاستعراض أعدادها السابقة .**

ومن أبرز آثار استخدام شبكة الإنترنت على عملية التغطية الإخبارية أنها ألغت الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث وهي: مرحلة اندلاع الخبر (news break)، ومرحلة بث الخبر (news)

(diffusion)، ومرحلة التشبع الإخباري (news saturation) ، ويتضح ذلك من خلال التطبيق العملي، فعندما يكون المحرر في موقع الأحداث، بعيداً عن غرفة الأخبار يكون أمام خيارين:

الأول: أن يكتب القصة الإخبارية أو الموضوع الصحفي في صورته الأولية، سواء في صورة النص فقط، أو تدعيمه بالوسائط المتعددة مثل ملفات المقابلات الصوتية، أو المصورة أو صور الحدث الثابتة أو المتحركة، وإرسال هذه الصور الأولية إلى غرفة الأخبار بالمؤسسة الإعلامية لإعداد القصة الإخبارية أو استكمال الموضوع الصحفي ثم إتاحتها على موقع المؤسسة بشبكة الإنترنت.

الثاني: يتوقف على المهارات المتعددة (Multi Skills) التي يمتلكها المحرر، خصوصاً وهو في موقع الأحداث والوقائع، وأهم هذه المهارات استكمال القصة الإخبارية بنفسه من موقع الحدث استناداً إلى مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت سواء من المواقع ذات الصلة بالموضوع، أو المكتبات أو الموسوعات أو المعاجم الرقمية أو غيرها من المواقع المتخصصة في مجالات عديدة أو البحث في قواعد البيانات وغيرها من المصادر التي تعد مرجعاً أساسياً للعديد من الوقائع والأحداث والشخصيات العاملة فيها، ثم تحليلها واختيار ما يتفق مع حاجة القصة أو الموضوع الصحفي سواء للاستكمال أو البناء، ومن ثم يمكنه اتخاذ القرار بالنشر والإتاحة على المواقع مباشرة.

الإعلام الجديد وأدواته

❖ تمهيد:

ارتبط الإعلام الجديد بشبكة الإنترنت فتأثر بالتطورات التي شهدتها الشبكة لاسيما المرتبطة بالإمكانات التفاعلية التي أتاحتها (الويب 2.0)، فمن أبرز تطبيقاته ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات.

وأبرز التعريفات للإعلام الجديد على أنه أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي، يعتمد على اندماج النص والصورة والصوت والفيديو، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، واستخدام شبكة الإنترنت للحصول عليه، أما التفاعلية فتمثل الفارق الرئيس الذي يميزه.

ورغم تميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين طرفي العملية الاتصالية، إلا أن الفواصل بين الإعلاميين قد ذابت، إذ فرض على كافة وسائل الإعلام التقليدية مواكبة التطور والاستفادة من الإعلام الجديد حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف إلى إنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الإنترنت، وبالإمكان استقبال برامج الإذاعتين المسموعة والمرئية عبر الكمبيوتر والهاتف المحمول.

وتجدر الإشارة إلى تعدد المصطلحات والمفاهيم التي تشير إلى هذا الإعلام وفق زاوية نظر الباحثين، كما أن هذه الإعلام يقدم العديد من الأدوات التي توفر خدمات متباينة لمستخدمي شبكة الإنترنت، وعليه ستخصص المحاور الآتية للمناقشة:

❖ أبرز المصطلحات التي تطلق على الإعلام الجديد

❖ أدوات الإعلام الجديد

❖ المصطلحات التي تطلق على الإعلام الجديد:

- **إعلام إلكتروني رقمي:** لاستخدامه الوسائل الإلكترونية التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية في بثه للبرامج والأخبار والمعلومات، مثل مواقع الويب التي تنقل المعلومات سواء أكانت نصوياً، أو صوتاً، أو صوتاً، أو فيديو بطريقة رقمية.
- **إعلام جديد:** يعتمد هذا الإعلام على وسائل وممارسات إعلامية غير معروفة سابقاً، لذا سُمي بالإعلام الجديد، وذلك قياساً بالإعلام التقليدي الذي كان جديداً في وقت سابق.
- **إعلام تفاعلي:** لإتاحة الفرصة والمساحة أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فوري.
- **إعلام بديل:** فله شعبية وجمهور اتخذ بديلاً عن الإعلام التقليدي لميزاته وخصائصه.
- **إعلام مجتمعي:** لتمتع به خاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، فأصبح بإمكان المواطن العادي أن يكون صحفياً ينتج ويبث الأخبار والمعلومات (المسموعة والمرئية والمقروءة).
- **إعلام شبكي:** نتيجة بث محتواه على الشبكات عبر روابط معينة يمكن الدخول إليها والتجول عبرها والاستفادة من محتواها.
- **إعلام المعلومات:** للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
- **إعلام الوسائط التشعبية:** لطبيعته المتشعبة وإمكانية خلقه شبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية وهذه ميزة خاصة بشبكة الإنترنت.
- **إعلام الوسائط المتعددة:** نتيجة حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والفيديو والصورة.
- **الإعلام الشخصي:** أصبح بإمكان الفرد في أي مكان إنتاج المحتوى الإعلامي الخاص به على شبكة الإنترنت وبثه على سبيل المثال من خلال المدونات والتويتر واليوتيوب.
- **الإعلام الجوال:** استوعبت الهواتف المحمولة في داخلها كل الوسائط السابقة، وأصبحت منصة لعرضها.
- **الإعلام الثري أو الإعلام الغني:** يطلق على إعلام اليوم مصطلح «الإعلام الغني»، أي المادة الإعلامية التي تحتوي على الصوت والصورة وربما الفيديو، فهي غنية بكل صيغ وسائل الإعلام متعددة المعلومات، وأصبحت بالتالي أكثر شعبية لإظهارها المعلومات بصيغة رقمية، فالصحف

الإلكترونية تغني المواد المنشورة في الصحف الورقية بالصوت والصورة، ولهذا السبب انخفض عدد قراء الصحف الورقية في السنوات الخمس عشرة الأخيرة إلى الثلث ومازال ينخفض.

❖ أدوات الإعلام الجديد:

تسعى أدوات الإعلام الجديد إلى توفير اتصال تفاعلي يعتمد على الحاسبات أو الأجهزة المحمولة التي توفر الوصول إلى شبكة الإنترنت، كما تسمح بتوليد ونشر وتعديل وتوزيع المعلومات باستخدام أدوات بسيطة، ومن بين الأدوات الأكثر شعبية المستخدمة لمشاركة المحتوى:

- **الاتصالات عبر الهواتف المحمولة (Mobile Communications):** تستخدم الأجهزة اللاسلكية والهواتف الخلوية في الاتصالات المتنقلة لإرسال وتلقي وعرض المعلومات، وبإمكان الهواتف المحمولة الوصول إلى مواقع الويب وتحميل التطبيقات، بالإضافة لتبادل المعلومات عن طريق الرسائل على هيئة النص والصور والصوت والفيديو.
 - **الرسائل النصية (Text Messaging):** يطلق على إرسال المعلومات عبر الهواتف المحمولة والذكية "الرسائل النصية"، ومن الممكن أن تشمل كلاً من النص والصور والصوت والفيديو، ويمكن إرسال رسالة واحدة إلى هاتف واحد أو عدة هواتف في الوقت نفسه.
 - **مواقع مشاركة الصور (Photo Sharing Sites):** تمكن مواقع تبادل الصور المستخدمين من تحميل وتخزين وتحرير وإضافة الصور ومشاركتها، كما أنها توفر إمكانية إدراج توصيف لها، بالإضافة إلى التعليقات، ومن المواقع التي توفر ذلك (Flickr).
 - **مواقع مشاركة الفيديو (Video Sharing Sites):** توفر هذه المواقع خيارات لتحميل ومشاركة مقاطع الفيديو على الإنترنت، ويمكن للمستخدمين مشاركة هذه المقاطع وتبادل التعليقات عليها، مثل موقع (YouTube).
 - **المواقع المفضلة اجتماعياً (Social Bookmarking):** طريقة للبحث عن المواقع وحفظها وتنظيمها، وعند حفظ روابط المواقع الموجودة على الإنترنت يطلق على هذه العملية المواقع المفضلة اجتماعياً (Social Bookmarking)، وتنظم من خلال كلمات مفتاحية (Keywords).
- ويمكن مشاركة النتائج التي يتوصل لها المستخدم مع غيره من المستخدمين الموجودين على الشبكة لذلك يستخدم لفظ اجتماعي (Social) في هذه العملية، كما توجد الأخبار الاجتماعية (Social News) التي تدرج أيضاً ضمن المواقع المفضلة اجتماعياً (Social Bookmarking) تتميز أنها تختص بالمجال الإخباري الذي يغطي الأخبار الحالية أو من الممكن أن تختص في مجال

إخباري محدد مثل الرياضة على سبيل المثال، ومن أشهر المواقع التي تقدم هذه الخدمة سواء في المجال العام أو المجال الإخباري (Delicious, Digg, Diigo, Reddit).

- **المدونات (Blogs):** مواقع منتشرة على شبكة الإنترنت تتيح نشر المعلومات ومشاركة الأفكار إما عن طريق النص أو الصور أو توفير الروابط للمواد المراد مشاركتها، وتتراوح هذه المدونات بين التابعة للجهات الرسمية أو المنظمات، كما توجد المقالات غير الرسمية، ومن أمثلة هذه المواقع (WordPress).

- **تويتر (Twitter):** يوفر موقع تويتر إمكانية التفاعل بين مستخدمي الشبكة الاجتماعية عبر الرسائل القصيرة التي يطلق عليها تغريدات (Tweets) تُكتب إما عن طريق الحاسبات أو الهواتف المحمولة، بما لا يزيد سابقاً عن (140 حرفاً والآن 280 حرفاً)، وبإمكان المستخدمين متابعة بعضهم عند وجود حساب لهم على الموقع، ويندرج هذا الموقع ضمن التدوين المصغر (micro-blog).

- **مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Network Sites):** تمكن المستخدمين من تبادل المعلومات عبر المجتمعات الموجودة على شبكة الإنترنت نتيجة إرسال الرسائل، وتحميل الصور ومقاطع الفيديو، والانضمام للجماعات، ونشر الأحداث (posting events)، ومن أشهر هذه المواقع (Facebook, Google+, LinkedIn).

- **التدوين الصوتي (Podcasts):** ملفات الصوت أو الفيديو الرقمية المدرجة على شكل سلسلة تحت عنوان يعبر عن محتواها، يمكن تحميلها من موقع ويب إلى الحاسب الخاص بالمستخدم أو أي جهاز مخصص لعرض هذه النوعية من الملفات، وتوفر خيار الاشتراك (Subscription) بطريقة مجانية.

- **الندوات والبث عبر الويب ومؤتمرات الويب (Webinars, Webcast and Web Conferences):** تشير الندوات عبر الإنترنت (webinar) إلى تدفق أحادي الاتجاه للمعلومات، فيستخدم الحاسب للعرض فقط ويكون هذا البث حياً أو مسجلاً.

أما مؤتمرات الويب (web conference) التي تعقد باستخدام شبكة الإنترنت، فهي الأداة الأكثر تفاعلية لأنها مترجمة مع الحدث، كما يوفر الحاسب إمكانية التفاعل مع بقية المشاركين عبر الشبكة، ويمكن الاستعانة بكل من (WebEx, GoTo Webinar, ReadyTalk).

- **التغذية بالنشر المتزامن (RSS: Really Simple Syndication):** وهي تغذية (Feeds) تسمح للمستخدمين الحصول على محتوى المواقع الإلكترونية مثل الأخبار العاجلة، والأحداث

المنشورة على المدونات، فيحصل المستخدمون على هذه التغذية عن طريق البريد الإلكتروني أو القارئ الخاص بهذه الخدمة، توفر هذه الخدمة على المستخدم إضاعة الوقت بحثاً عن المحتوى الجديد إذ يتسلمه فور حدوثه.

- **المزج (Mashups):** يقصد بها دمج بيانات أكثر من مصدر لإعادة تقديمها في شاشة واحدة لتقديم خدمة معلوماتية أفضل، مثل عرض درجات الحرارة المتوقعة مع استخدام خريطة من جوجل (Google Maps) لتوضح الأماكن الجغرافية.
- **إضافات الويب (Web Widget):** برنامج صغير يمكن للمستخدم إضافته بسهولة إلى موقع الويب والشبكات الاجتماعية والمدونة، توفر للمستخدمين مجموعة من الاحتمالات التي تتضمن تقارير الطقس والإعلانات، وبرامج مشاهدة الصور، والدراسات الاستقصائية، عناوين الأخبار، مثل (Clearspring, Gigya, Widgetbox, Sprout).
- **الويكي (Wiki):** يعد الويكي موقعاً على الويب يوفر للمستخدمين فرصة المشاركة بتحرير المحتوى، ومن أشهر الأمثلة على ذلك موقع (Wikipedia) الذي يمثل موسوعة مجانية متاحة على الشبكة.

الهاتف المحمول

❖ تمهيد:

تكمّن قوة الهاتف المحمول، بغناه بالعديد من المزايا والخدمات التي يقدمها، كالتفاعلية والوسائط المتعددة، مع إمكانية نشر وتوزيع وتبادل المحتوى مع الأجهزة الأخرى، ومرت الهواتف المحمول بسلسلة من التطورات التقنية التي أضافت لهذا الجهاز مجموعة من الخدمات الاتصالية والمعلوماتية، التي لبت الحاجات المتطورة لمستخدميها.

وتطور الهاتف المحمول من كونه وسيلة للاتصال الشخصي إلى جهاز متعدد الوسائط متصل بالإنترنت، كما تحول إلى وسيلة إعلامية جديدة؛ حيث أدى التطور السريع في الشبكات اللاسلكية وتقنيات الهاتف المحمول إلى جعله وسيلة مناسبة للحصول على المعلومات والأخبار.

كما يستخدم الهاتف المحمول كأداة مساعدة في أداء العمل الصحفي وفي جمع الأخبار وتغطية الأحداث، كما تستخدمه بعض الصحف للتفاعل مع جمهورها عن طريق "إرسال الرسائل النصية القصيرة وكتابة آرائهم ووجهات نظرهم لرقم هاتف محمول مخصص لذلك، وستعرض مجموعة من المحاور التي تناقش تطور أجيال الحاسب وأوجه استخدامه إعلامياً على النحو الآتي:

❖ أجيال الهاتف المحمول:

- الجيل صفر (G0)
- الجيل الأول (G1)
- الجيل الثاني (G2)
- الجيل الثالث (G3)
- الجيل الرابع (G4) والهواتف الذكية

❖ توظيف الصحف الإلكترونية للهواتف المحمولة كوسيلة إخبارية.

❖ أجيال الهاتف المحمول:

يشير الباحثون إلى إمكانية تقسيم تطور الهاتف المحمول في سلسلة من الأجيال، عمل فيها منتجو هذه الأجهزة، على تلافي أوجه الضعف والقصور التي ظهرت في الأجيال الأولى، إلى أن وصلت الأجهزة إلى ما هي عليه من التطور والاستخدام، سواء من حيث الشكل أو التطبيقات والبرامج والخدمات التي يقدمها، والتي مكنت الفرد من التواصل مع الآخرين بحرية، وبتكلفة مادية أقل، وبجودة عالية في نقل البيانات النصية، والصوتية، والمرئية، بشكلٍ يطغى على استخدام أجهزة الكمبيوتر المحمولة، ويمكن رصد هذه الأجيال والتطورات التي طرأت على كلٍ منها، كما يلي:

1- الجيل صفر (G0): شكل الجيل صفر في سلسلة أجيال أجهزة الهاتف المحمول، البذرة الأولى لهذه الأجهزة، فظهر الجهاز الأول في 17 أكتوبر/ تشرين الأول عام 1973، من شركة Motorola، على يد الأمريكي Martin Cooper، وكان أول شخص يجري مكالمات تليفونية محمولة في شوارع مدينة نيويورك، مما أثار دهشة المارة، لكن استغرق الأمر عشر سنواتٍ أخرى ليظهر أول هاتفٍ محمول حقيقي، من نفس الشركة، واتصف هذا الجيل من الهواتف بمجموعة من الصفات:

- محدودية موجات البث المتاحة لهذه الهواتف.
- التداخل الصوتي، مما شكل إزعاجاً كبيراً للمستخدم.
- ضعف الإشارة من أبراج البث.
- لا يمكن للمستخدم أن يتحرك كثيراً أثناء استخدامه.

2- الجيل الأول (G1): تطورت أجهزة هذا الجيل قليلاً عما سبق، لكن مع الحفاظ على أغلب المشاكل التقنية التي عانى منها الجيل السابق، وظهرت أولى أجهزته في عام 1982، ومن أمثلة هذا الجيل، جهاز Motorola، الذي يعمل لنصف ساعة، قبل أن يحتاج لإعادة الشحن، واتصف هذا الجيل عموماً، بعدة مواصفات:

- كانت الهواتف المحمولة في ذلك الوقت كبيرة الحجم باهظة الثمن تدعم فقط المكالمات الصوتية.
- يعمل بالأنظمة التناظرية Analog لبث الإشارات والأصوات.
- عانت شبكة هذا الجيل من سعتها المحدودة، وضعف جودة الصوت، وسهولة التنصت على المكالمات، وصعوبة التنقل بالهاتف.
- صعوبة نقل البيانات الكبيرة الحجم، وتبادلها.
- بطء التشغيل، ومحدودية القدرة على معالجة البيانات.

3- الجيل الثاني (G2): ظهر الجيل الثاني من الهاتف المحمول في التسعينيات، وتميز بتحويل تعامل شبكاته من الإشارات التناظرية Analog إلى الإشارات الرقمية Digital، مما أدى إلى رفع مستوى الخدمات الاتصالية وجودتها بشكل أفضل من الجيل السابق، واتصف هذه الجيل بـ:

- أصبحت أجهزة الهواتف المحمولة أصغر حجماً وأقل سعراً.
- استطاع هذا الجيل تقديم خدمة إرسال الرسائل النصية القصيرة Text Message.
- قدم خدمة الاتصال بالإنترنت.
- وفر خدمة التجوال العالمي، وتحويل المكالمات لرقم آخر، ومنع بعض المكالمات.
- حقق أعلى سرعة في نقل البيانات في ذلك الوقت وصلت إلى 20 كيلو بايت.

ونظراً لازدياد استخدام خدمة الهاتف المحمول، والصعوبات التي كان يعاني منها، كانت الحاجة ملحة لظهور الجيل الثاني من نفس هذا الجيل وهو G2.5، وحاول تقديم خدمات أفضل، فاتصف بـ:

- نقل البيانات بشكل أسرع عبر شبكاته وصلت من 30 - 100 كيلو بايت في الثانية.
- ظهرت خدمات جديدة مثل خاصية الانتظار.
- تحديد هوية المتصل، والبريد الصوتي.
- القدرة على استخدام الخرائط الملاحية GPS.
- القدرة على إرسال الوسائط المتعددة MMS، وتنزيل النغمات والرنات.
- حماية البيانات، وصعوبة التنصت.

4- الجيل الثالث (G3): ظهر الجيل الثالث من الهاتف المحمول عام 1999، وهو الجيل الأحدث في تقنيات الهواتف المحمولة الذي يتيح التواصل بطرق متقدمة وبسرعات عالية تفوق ما كان متوفراً في الأجيال السابقة، ومن أهم مزايا هذا الجيل:

- القدرة على نقل البيانات الصوتية، مثل المكالمات الهاتفية، والبيانات غير الصوتية، مثل مكالمات الفيديو، وتحميل المعلومات والموسيقى والصور والرسائل الفورية، الاتصال بالإنترنت وتبادل الرسائل الإلكترونية في وقت واحد.
- إمكانية استقبال البث التلفزيوني، ومشاهدة القنوات الفضائية بكفاءة وجودة عالية.
- إمكانية استخدام الألعاب التفاعلية.
- يتيح هذا الجيل خدمة التجارة عبر الهاتف المحمول نتيجة تسهيل عملية البيع والشراء عن طريق الإنترنت المتوفرة في أجهزة المحمول.
- الأسعار العالية لبعض الخدمات، لا سيما الاتصال بالإنترنت، وقد أثارت عدة تساؤلات حول الموجات الكهرومغناطيسية وتأثيرها على صحة الفرد.

وكانت الفكرة السائدة آنذاك أن مكالمات الفيديو هي أكثر التطبيقات التي استخدمت في الترويج عن الجيل الثالث، على اعتبارها أكثر ما سيدفع المستخدمين للانتقال للجيل الثالث، لكن جمهور المستخدمين أثبت عكس ذلك، إذ أن مكالمات الفيديو شغلت حيزاً صغيراً من أكثر تطبيقات الجيل الثالث استخداماً، في حين كانت تطبيقات تنزيل ملفات الموسيقى ومقاطع الأفلام والصور أكثر تطبيقات هذا الجيل استخداماً. وساهم الطلب المتزايد لسرعات أكبر في إرسال البيانات إلى ظهور الجيل الثالث المتطور G3.5، وأيضاً ظهور الجيل الثالث المتقدم G3.75 الذي شهد تطوراً أكبر في مجال تحميل البيانات.

5- الجيل الرابع (G4): ظهرت بروتوكولات الجيل الرابع من شبكات الاتصالات اللاسلكية قبل حلول العام 2010، و يعتمد الـ G4 على ربط شبكات غير متجانسة، مثل: شبكة الهاتف المحمول، شبكة الاتصالات اللاسلكية، شبكة الأقمار الصناعية، ويمكن للمستخدم التنقل بين هذه الشبكات بكل سهولة، واتصف هذا الجيل بمجموعة من المواصفات، منها:

- توفر معدلات سرعة أعلى لنقل البيانات مع توفر وسائل أمان عالية لنقل المعلومات، وذلك بفضل استخدام وسائل تشفير بالغة التعقيد، وبات بالإمكان تحميل ملفات فيديو ذات مدة أطول وجودة عالية.
- القدرة علي تغطية مساحات واسعة، سواء في المدن أو الضواحي أو الأرياف.
- تخفيض كلفة الاتصالات والخدمات خصوصاً مع الزيادة المطردة في أعداد جمهور الهاتف المحمول.
- تستطيع تلك الشبكات التعامل مع تقنيات الكمبيوتر المتقدمة والمعقدة مثل تقنية المحاكاة الافتراضية، تلك التقنية التي تستعمل في أشياء متطورة تبدأ بالألعاب، والأعمال الحربية وتدريباتها المعقدة، فضلاً عن استخداماتها في قطاعات صناعية مختلفة.
- تتعامل تلك الشبكات مع الأقمار الصناعية للأغراض التجارية على نطاق واسع، مما أتاح التوسع في توفير الخدمات كتحديد المواقع GPS والشبكات التفاعلية للتعليم وغيرها.

هناك مشكلة حقيقية لم يتم التغلب عليها بعد ألا وهي كفاءة البطاريات المستخدمة داخل الهواتف المحمولة، فالمشكلة التي يعاني منها المستخدمون الحاليون تتمثل في ضعف البطارية أو قصر مدة عملها خاصة مع قضاء الناس المزيد من الوقت أمام أجهزتهم، لذا تحاول بعض شركات الهواتف المحمولة التغلب على تلك المشكلة من خلال تقديم بطاريات قلوية تعمل تماماً مثل الأنواع الأخرى من البطاريات، إلا أن أحد أطرافها قابل للفتح، ويثبت بالداخل قابس USB، يستخدم في إعادة الشحن.

6- **الهواتف الذكية:** ليست الهواتف الذكية جيلاً جديداً من أجيال الهاتف المحمول، بل هي تطبيق عملي على تقنيات الجيل الرابع منه، والهواتف الذكية Smart Phones، مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تعمل بنظام تشغيل محدد، كأنظمة تشغيل أجهزة الكمبيوتر، وتتيح هذه الأجهزة تصفح الإنترنت والبريد الإلكتروني، واستخدام تطبيقات مختلفة من تطبيقات الكمبيوتر، بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية كالاتصال وإرسال الرسائل القصيرة واستخدام الكاميرا، ولكي تتمكن الهواتف الذكية من القيام بكل هذه الوظائف فإنها تحتاج لمواصفات عالية من معالجات وكاميرات بدقة عالية وذاكرة عشوائية تستطيع استيعاب كل هذه التطبيقات.

كما تمكن الهواتف الذكية الأفراد المستخدمين لهذه الأجهزة، من التواصل الاجتماعي عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، والحصول على الكثير من المعلومات، كحالة الطقس، والأخبار، والحجوزات، ومشاهدة مقاطع الفيديو والتقاط الصور ومعالجتها، واستخدام الخرائط وتحديد المواقع بدقة وسرعة عاليتين، وكذلك تشغيل الألعاب المتطورة، وكل ذلك بفضل التقنيات التي تتمتع بها هذه الأجهزة، والتي تتمثل في:

1- **نظام التشغيل Operating System:** يحتوي الهاتف الذكي على نظام تشغيل، شبيه بأنظمة تشغيل الكمبيوتر، قادر على استغلال مميزات الهاتف التقنية إلى أقصى حد، ويمثل نظام التشغيل الواجهة التي تمكن مقتني الجهاز من الدخول، وتفعيل كل ما يحتويه الهاتف من قطع، ومن أبرز أنظمة التشغيل المنتشرة حالياً Android.

2- **المعالج Processor:** تحتاج الهواتف الذكية، إلى معالجات سريعة، بسبب استخداماتها المتعددة التي تقارب الحواسيب أحياناً، وكلما كان المعالج أسرع في معالجته للبيانات كان الجهاز أفضل.

3- **الذاكرة Memory:** هي الجزء المسؤول عن حفظ البيانات والمعلومات على الأجهزة الذكية، وتنقسم إلى قسمين ذاكرة داخلية تستخدم لحفظ أنظمة التشغيل والملفات الأخرى، وذاكرة خارجية يمكن إضافتها حسب رغبة المستخدم، وحسب قدرة الجهاز على تركيبها، وإذا كانت الذاكرة الداخلية ذات سعة عالية تساعد على الاستغناء عن تركيب الذاكرة الخارجية.

4- **الشاشة:** هي عنصر مهم لتحديد نوع الهاتف وميزاته، وتتنوع الشاشات، فقد تعتمد على اللمس أو تكون شاشة عادية، وقد تكون LED أو LCD، هذا بالإضافة إلى توافرها بعدة أحجام قد تصل إلى 6.4 إنش.

5- **الاتصال:** يستطيع المستخدم للهاتف الذكي، بفضل تقنياته، الاتصال بشبكة الإنترنت، والتحدث وإرسال المعلومات والبيانات المختلفة.

6- **التطبيقات:** تتنوع التطبيقات التي يمكن تحميلها على الهاتف الذكي في متجر التطبيقات المثبت على نظام التشغيل، وكلما زادت التطبيقات كلما استطاع المستخدم تنويع أوجه استخدام هاتفه.

❖ توظيف الصحف الإلكترونية للهواتف المحمولة كوسيلة إخبارية:

يأخذ توظيف الصحف الإلكترونية للهواتف المحمولة شكلين أساسيين، أولهما: إرسال الرسائل الإخبارية القصيرة الخاصة بالصحف الإلكترونية والتي تصل للمشتركين عبر هواتفهم الذكية، وثانيهما: إتاحة تطبيقات خاصة بالصحيفة على الهاتف المحمول حيث يحمل المستخدمون هذا التطبيق، فيتصفحون الصحيفة على هواتفهم بتصميم يتوافق والهواتف الذكية.

أولاً- الرسائل الإخبارية القصيرة: يمثل الهاتف المحمول وسيلة لتحقيق دخل للصحافة الإلكترونية عن طريق الاشتراك في الخدمات الإخبارية، وتتيح معظم الصحف الإلكترونية خدمات الرسائل الإخبارية عبر شركات المحمول، وتتميز هذه الخدمات بانخفاض تكلفتها، ويتم الدفع إما عن طريق الاشتراك اليومي أو الشهري.

ثانياً- تطبيقات الصحف على الهواتف المحمولة: تكون هذه التطبيقات إما منفصلة يحملها المستخدم من أجل تصفح الموقع على هاتفه المحمول، أو نسخة من الموقع خاصة بالهاتف المحمول، وعندما يدخل المستخدم للصحيفة من خلال هاتفه المحمول يتم توجيهه مباشرة لهذا الموقع.

وتتيح الصحف الإلكترونية الأجنبية والعربية هذه التطبيقات على حد سواء؛ فعلى سبيل المثال نجد صحيفة واشنطن بوس ت تقدم تطبيقاً خاصاً بهواتف الأندرويد، كما أن صحيفة نيويورك تايمز توفر هذا التطبيق باشتراك بسيط، بالتالي تستخدمه في در عائد للصحيفة.

وتوجد مجموعة من العوامل تؤثر على استخدام الصحف الإلكترونية بتطبيقاتها المختلفة عبر الهاتف المحمول وهي:

- **المستخدم:** يعد العامل الرئيس المؤثر في الإقبال على الأخبار الإلكترونية وتطبيقات الصحف الإلكترونية على الهواتف المحمولة، لذا يجب التعرف على دوافعه وتحليل احتياجاته لتقديم المحتوى المناسب له، وتبين أن مستخدمي الهواتف المحمولة يفضلون الأخبار المحلية والفيديو والأخبار العاجلة والطقس، كما يريدون أداء العديد من المهام وتمضية الوقت وهم على وعي بمعدلات البيانات وبعمر البطارية؛ لذا فهم يريدون الأخبار والمعلومات بسرعة.
- **الهاتف المحمول:** يقصد به تصميم الهاتف المحمول وخصائصه وسماته والخدمات التي تسمح بعرض تطبيقات الوسائط المتعددة.
- **المحتوى:** هل يتوافق المحتوى المقدم مع المحتوى المطلوب من قبل المستخدم؟

- **الإمكانيات التقنية:** يقصد بها إما أن تصمم الصحيفة تطبيقاً خاصاً بها، ولكنه يعد أمراً مكلفاً ومعقداً، أو أن تحصل على موقع جديد للهاتف المحمول وتقوم بتشغيله، ثم تبدأ في تطوير تطبيقات لأجهزة معينة، بالإضافة لوجود نظم لإدارة المحتوى عبر هذه التطبيقات، كما يقصد بالإمكانيات التقنية توافر الأدوات والتقنيات خاصة فيما يتعلق باستخدام ملفات الصوت والفيديو التي تسمح بإرسالها للمستخدم بجودة عالية.

وستظهر الحاجة إلى فريق عمل من أقسام الأخبار والتكنولوجيا، ويفضل أن يكون هناك شخص مسؤول عن منتجات الهواتف المحمولة، ويجب أن يكون مدعوماً من قبل الرئيس التنفيذي، وأن يكون في مكانة عالية بين جميع الإدارات المعنية.

- **التكلفة والإعلانات التجارية:** أي المبلغ الذي يستطيع المستخدمون دفعه مقابل الحصول على هذه الخدمات، وأيضاً تمويل هذه الخدمات عن طريق الإعلانات التي يمكن إرسالها للمستخدم.

وبشكل عام عند التفكير في تطبيقات الصحف الإلكترونية وأخبار الهاتف المحمول يجب مراعاة طبيعة الوسيلة الإعلامية، وأن يتناسب أسلوب كتابة الأخبار والموضوعات مع حجم الشاشة، فيجب الاختصار وتقليل عدد الكلمات قدر الإمكان، واستخدام لغة بسيطة وسهلة، ويجب أن يكون العنوان قصيراً حيث يتناسب مع حجم شاشات الهواتف المحمولة التي يتميز عدد كبير منها بالصغر، كما أن المحتوى الإخباري الخاص بالهواتف المحمولة لا يقرأ فقط؛ ولكن تتم مشاهدته ولمسه، لذا يجب على المحررين استخدام الصور والرسوم والأشكال البيانية والخرائط والمحتوى ثلاثي الأبعاد في أخبار الهاتف المحمول.

وأكدت الدراسات ارتفاع نسب استخدام الأطفال للهواتف المحمولة ويمثل هؤلاء الأطفال الجمهور المستقبلي للصحف الإلكترونية؛ لذا يجب أن تسعى الصحف إلى تقديم المحتوى لهم على المنصات الإعلامية التي يستخدمونها عليها وعلى رأسها الإنترنت والهواتف المحمولة، كما يجب على الصحف تبني استراتيجية الهاتف المحمول أولاً بدلاً من استراتيجية الصحيفة الإلكترونية أولاً، ولا يتعلق ذلك فقط بالنشر أولاً على الهواتف المحمولة؛ ولكنه يتعلق أيضاً بأولويات عمل المؤسسة الإعلامية وطريقة تفكيرها، ويجب على الصحفيين التفكير في كيفية تجميع وتسليم الأخبار عن طريق الهواتف المحمولة، كما يجب على قسم تكنولوجيا المعلومات أن يعمل على تطوير تطبيقات الهواتف المحمولة للأجهزة الأكثر شعبية، ويجب أن يضع قسم المبيعات في مقدمة أولوياته توجيه العملاء نحو استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة للوصول إلى المستهلكين وتقديم الإعلانات وفرص البيع المباشر، ويجب على المصممين تقديم المحتوى بشكل واضح وسهل للقراءة على الشاشات الصغيرة، كما أن المديرين التنفيذيين في حاجة إلى إعادة توجيه الموارد وتحديد الأولويات كي تتابع الفرص التي تتيحها الهواتف المحمولة.

المدونات

❖ تمهيد:

يعتقد البعض أن ظاهرة المدونات تعبر عن الإعلاميين الجدد لأنها تمثل آراء الناس في أرض الواقع دون تزييف، كما أنها مساحة مفتوحة يكتب فيها كل من يرغب دون اشتراط الخبرة أو الثقافة أو التخصص، ففتيح للمتصفح التعرف على آراء الناس وكسر الحاجز النفسي والخوف لدى المواطنين، وفتح الباب أمام التعبير عن الرأي مع إمكانية التخفي عبر الإنترنت من خلال الظهور بأي اسم، وتحقيق مفهوم العالمية والتواصل والتفاعل، وإلغاء حواجز الزمن، وتخطي حدود الجغرافيا، كما ألغت قيود اللوائح والقوانين فلم يعد هناك ضابط ولا متحكم فيما يكتبه الإنسان سوى ضميره وأخلاقه وأمانته.

كما ساهمت المدونات في تحول المواطن من متلق للخبر أو المعلومة إلى منتج وصانع لها، لذا تحظى باهتمام الحكومات، فتتابعها وتراقب كل ما يكتب بها وتحلله، كما أصبحت مصدراً لمعرفة اتجاهات الرأي العام، لاسيما عندما تكون المدونات للمعارضة.

وبشكل عام توفر المدونات خياراً لمن لا يملكون أي خيارات، إذ بات من حق الجميع أن يكتب، مثلما هو من حق الجميع أن يقرأ، وظهرت المدونات في المجتمع العربي متأخرة نسبياً، لكنها استطاعت في فترة وجيزة أن تسهم في تشكيل الرأي العام والوعي لمجموعات كبيرة من رواد الإنترنت، لدرجة يعتبرها البعض بمثابة إعلام بديل كما أنها تشكل منافساً لوسائل الإعلام التقليدية نظراً لسهولة الوصول إليها والتفاعل من خلالها مع مختلف القضايا، كما أنها لا تتطلب رأس مال ضخ، وعليه ستخصص المحاور الآتية لاستعراض المدونات:

❖ مفهوم المدونات.

❖ سمات وخصائص المدونات.

❖ وظائف المدونات.

❖ سمات جمهور المدونات.

❖ مفهوم المدونات:

يعتمد التعريف على وصف عملية التسجيل أو التدوين الشخصي على شبكة الويب، وصك المصطلح جورن بارجر Jorn Barger في عام 1997، والأصل في هذا المصطلح كلمة log بمعنى التسجيل والتدوين ليوميات السفن أثناء الإبحار، ولأن ما يتم هو تسجيل أو تدوين على شبكة الويب، فقد تم صك المصطلح ليجمع بين العملية وموقع تنفيذها فكان مصطلح weblog وهو ما يعني سجل الويب log of the web، ومنذ منتصف 1999 أصبح المصطلح الأكثر استخداماً هو (blog)، وتنوعت التعريفات التي قدمها الباحثون حول المدونات ومن أبرزها الآتي:

- صحيفة شخصية على الويب، تسمح لملايين الناس بالنشر السهل لأفكارهم والتعليق على ذلك بشكل آني دون قيود، لذا هي سهلة مرنة ديناميكية.
- مواقع ويب تفاعلية تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان.
- تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تبقى متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، ويعد صاحب المدونة المتحكم الوحيد في كل ما ينشر على صفحاتها، ويمكنه نشر تدويناته مباشرة من البريد الإلكتروني الخاص بمدونته أو من بريد إلكتروني آخر أو حتى عن طريق هاتفه النقال.
- تعرف شبكة مايكروسوفت للمدونات أنها صفحة ويب شخصية، يتم تحديثها باستمرار، وتساعد الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقية، وتزيد من قدرة الناس في مشاركة الأفكار والمعلومات على المستوى العالمي.

واستناداً إلى التعريفات السابقة توجد مجموعة من الملاحظات من أبرزها الآتي:

- تعد المدونات ظاهرة مختلفة عن صفحات الويب الساكنة، لأن الأهداف الظاهرة للمدونات تتمثل في الحوار مع الذات أو التسجيل التاريخي للوقائع والأحداث التي يمر بها الفرد دون أن تستهدف التعليق والمشاركة مع الآخرين، لكن عندما تطرح المدونات أفكاراً أو قضايا أو وقائع حتى ولو كانت ذات طابع شخصي فإنها تستهدف مشاركة الآخرين بالرأي والتعليق أو النقد، بدءاً من العائلة والأصدقاء والجماعات الاجتماعية إلى كل أفراد المجتمع.

- تجاوزت المدونات وظيفة تسجيل وقائع الحياة الشخصية، وكذلك شكل المذكرات اليومية إلى تجسيد مفهوم الاتصال بمستوياته المتعددة من الشخصي إلى فئات القراء غير المتجانسين الذين يتواصلون مع ناشر المدونة في الأفكار والآراء في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك في المجالات الاجتماعية والإنسانية أو السياسية أو الأدبية أو الرياضية، وغيرها من صنوف المحتوى فهناك مدونات للشعر والأدب والقصة، كما أن هناك مدونات سياسية ذات طابع محلي أو عالمي، ومهما اختلفت أنواع المحتوى أو أشكاله وأساليبه فإنه في النهاية يجتمع حولها الناشر وآلاف القراء في إطار الاهتمام المشترك.
- تهتم المدونات بوظائفها الأصلية التي تقترب من وظائف صحافة الرأي، إذ اهتمت بالأخبار كوظيفة لأنها أصبحت في كثير من الأحيان مصدراً من مصادر الأخبار لوسائل الإعلام التقليدية، ومع وجود المدونات الساخرة الفكاهية، والمدونات التجارية والتسويقية واستخدام البعض منها في الإعلان كمصدر تمويلي للناشر، وكذلك المدونات التعليمية لطلاب الجامعات وأعضاء هيئة التدريس، فإنها بذلك تكون قد شاركت في القيام بكل وظائف وسائل الإعلام التقليدية وبصفة خاصة الصحافة.

❖ سمات وخصائص المدونات:

- نوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني.
- بداية ثورة جديدة في صناعة النشر.
- تمكن الأفراد من إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجاناً.
- لا تحتاج إلى تصريح للنشر.
- نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.
- تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاق جديدة واسعة.
- ساهمت في تعزيز الموجة الجديدة من الصحافة وهي صحافة المواطن (Citizen Journalists)، فتدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع، فتحول الأفراد من مجرد متلقين للخبر والمعلومة إلى منتجين لها.
- نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد والقائم على المؤسسات الإعلامية.
- تختلف في بعض الأحيان عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الإنترنت كمواقع الويب والمنديات وجماعات الأخبار والبريد الإلكتروني لأنها تهتم بالتاريخ والتوثيق.
- يعد المدونون صناع الإعلام الجديد وهم يحظون بالاهتمام على صعيد الإعلام الدولي.

❖ وظائف المدونات:

تعد الوظيفة الأولية للمدونات هي التعبير عن الذات وتوثيق الوقائع والأحداث وصور النشاط المختلفة

في حياة الفرد، كما يمكن أن نرصد عدداً من الوظائف بالنسبة للفرد والمجتمع كالاتي:

- تجاوز قيود العزلة التي فرضتها وسائل الإعلام لفترة طويلة على الآراء التي تختلف معها، لذا تساعد المدونات على كسر هذه العزلة وتحدي الصمت، مما يساهم في تكوين المجتمعات والجماعات ذات الاهتمام المشترك على الشبكة والمجتمعات الافتراضية وهو ما يسمى تدعيم التشبيك الاجتماعي.
- يرتبط بالوظيفة السابقة إتاحة منصة أو منبر جديد لعرض الأفكار والآراء والتعبير الذاتي في العديد من القضايا والموضوعات التي تهم الفرد والجماعة، ولم تتوفر لهم هذه الأدوات في وسائل الإعلام التقليدية.
- مصدر للأخبار والتعريف بالوقائع والأحداث وتقديمها إلى وسائل الإعلام للنشر أو إجبارها على النشر في حال الرغبة في إغفالها أو التغاضي عنها، وبذلك أضيفت للمدونات وظيفة الرصد والمراقبة بالنسبة للمجتمع، ومتابعة وسائل الإعلام التقليدية ورصد أدوارها وتقييمها في المجتمع.
- تتيح المدونات تعميم الأخبار الحديثة والنصوص الموجزة، وأي مستجدات بشكل تلقائي على القراء المشاركين متى توافرت هذه المستجدات، ويتم توصيل العناوين والملخصات بشكل فوري عن طريق هذه الخدمة، ومعها الروابط الفائقة للنصوص الكاملة، وبالتالي فإن خدمة التوصيل للأخبار والملخصات، بجانب الإتاحة الفورية واللاحقة تحقق النشر والتوزيع الموسع الذي يميز وسائل الإعلام التقليدية.
- يرتبط بالوظيفة الإخبارية وظيفة الشرح والتفسير والتعليق على ما تنشره أو تذييعه وسائل الإعلام التقليدية ودعم وجهات نظرها أو معارضتها وتكوين رأي عام صائب حول القضايا أو الموضوعات أو الأفكار التي تنشرها المدونات أو تنشرها وسائل الإعلام وتتناولها المدونات بالشرح والتفسير والتعليق.
- مساعدة القارئ والمتلقي المشارك على فهم العالم المحيط به من الداخل والخارج نتيجة القراءة والمشاركة بالرأي فيما يطرح من أخبار وأفكار خاصة بهذا العالم وما يخزنه القارئ أو المتلقي.
- اختزال مراحل متعددة في دورة المعلومات والحقائق حيث لا يوجد حراس البوابة أو الرقابة على ما ينشر، ويفيد اختزال دورة المعلومات إتاحة الفرصة لطرح المزيد من المعلومات والكشف عنها للقارئ أو المتلقي، خصوصاً تلك التي تأثرت بالوقت والزمن المطلوب لدورة المعلومات، وهو ما شجع الصحفيين على نشر مدونات تهدف إلى تجاوز مشكلات المساحة والزمن في النشر أو العرض،

والوصول إلى القراء لعرض الموضوعات أو الأفكار لم يتم نشرها في الوسائل التقليدية بتأثير المساحة والزمن والسياسات.

- أصبحت المدونات أداة في دعم الفكر الحر والممارسة الديمقراطية والإصلاح السياسي في معظم المجتمعات في العالم.
- دعم العملية التعليمية والتعليم باعتبارها أداة من أدوات الاتصال والتفاعل ويمكن الاستفادة منها في المواقع التعليمية على الشبكة لتقويم عملية التعليم والتعلم بإتاحة الفرص للطلاب المستفيدين والمجتمعات الطلابية وأولياء الأمور والمعلمين في المشاركة وإبداء الرأي في العملية التعليمية ونظمها وأدواتها.
- تعتبر وظيفة التسلية والترفيه من الوظائف الأساسية لهذه المدونات، شأنها في ذلك شأن الصحف أو البرامج الفكاهية والتسلية في وسائل الإعلام التقليدية.
- تسهم في الترويج للمنتجات إذا ما تم استغلالها في الإعلانات وتمتاز بقدرتها على أن تعرض الخدمات والمنتجات المختلفة لأكبر قدر من المستخدمين.
- دعم صور المؤسسات في تخطيط العلاقات العامة وممارستها للجمهور الداخلي والخارجي والمستفيدين من المنتجات أو الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات.
- تشجيع الإبداع وتبني المواهب وطرح أعمالها على مواقع المدونات بسهولة ويسر وبدون أعباء مادية تذكر.

❖ سمات جمهور المدونات:

- جمهور غير محدد وغير معروف بالنسبة للقائم بالاتصال أو صاحب المدونة.
- جمهور قادر على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة، وتساعد هذه العلاقة على تشكيل مجتمعات افتراضية متوافقة في الفكر والرأي.
- يشبه جمهور المدونات المستخدمين الأوائل لشبكة الإنترنت في السمات الأساسية وهي: (معظم الجمهور من الذكور، من ذوي الدخل المرتفع، ومن المستوى التعليمي العالي).
- ذكر تقرير أجرته مؤسسة أمريكية أن 77% من المدونين يقولون أنهم يكتبون أو يدونون للتعبير عن أنفسهم بصورة إبداعية دون سعي وراء كسب مادي أو شهرة، كما أظهر التقرير نفسه أن 37% من المدونين الذين شاركوا في الاستطلاع يرون أن الكتابة عن حياتهم الخاصة وخبراتهم تأتي في المقام الأول، في حين أن القضايا السياسية في المقام الثاني، وجاءت الموضوعات الترفيهية في المركز الثالث، أما القضايا الدينية والموضوعات الروحية حظيت بنسبة قليلة من الاهتمام.

الصحافة الإلكترونية

❖ تمهيد:

غيرت الإنترنت المجتمع، وأثرت على أفراد، ومؤسساته لاسيما الإعلامية منها، إذ دخلت الإنترنت الصحف الغربية منذ الثمانينات، كأدوات مساعدة للصحفيين والمحررين للحصول على الأخبار والمعلومات، وأصبحت في مطلع التسعينات، منفذاً لصدور هذه الصحف والتعريف بها، فظهرت العديد من الصحف الأمريكية في البداية كنسخ إلكترونية للصحف الورقية المطبوعة، ثم ظهرت فيما بعد المواقع الإلكترونية لهذه الصحف، وقد حملت شكلاً ومضموناً مختلفاً عما تحمله الصحف المطبوعة، فاتصفت هذه الصحف بقدرتها على البث الفوري والسريع للأحداث والأخبار، واعتمدت الوسائط المتعددة والنص المتنوع في عرض موضوعاتها وصفحاتها، ووفرت العديد من الأدوات التي تسمح للمتلقي التفاعل والتواصل مع القائم بالاتصال، فغيرت العملية الاتصالية التقليدية الخطية، واستبدلتها بالعملية الاتصالية التفاعلية أو الدائرية.

فساهم السابق في التأثير على الصحافة المطبوعة، وشكل تحدياً لها يفترض مواجهته، وتنبأ بعض الباحثين باختفاء الصحافة التقليدية، مقابل زيادة انتشار وتطور أشكال الصحافة الإلكترونية، بينما دعا باحثون آخرون إلى التريث، في إصدار هذه الأحكام، ومتابعة تطور هذه الوسائل، وتطور الصحافة المطبوعة نفسها، وقدرتها على الوقوف إلى جانب هذه الصحافة والقيام بأدوارها الاتصالية المختلفة بشكل متكامل، وعليه ستعالج المحاور الآتية:

- ❖ نشأة الصحافة الإلكترونية.
- ❖ تعريف الصحافة الإلكترونية.
- ❖ أنواع الصحف الإلكترونية.
- ❖ أدوات الصحافة الإلكترونية.
- ❖ خصائص الصحافة الإلكترونية.
- ❖ تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية.

❖ نشأة الصحافة الإلكترونية:

بدأت أجهزة الكمبيوتر والإنترنت تدخل بشكل مكثف إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية منذ بداية التسعينيات لاستخدامها في الكتابة والتحرير، حتى صارت الإنترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات، والأخبار، والاتصال، وهو ما أدى إلى تحول كبير في الأداء الصحفي، والممارسات الصحفية للصحفيين، وازدياد الاعتماد على الإنترنت صحفياً.

وظهرت الصحافة الإلكترونية كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية، ولم تمر سنوات على استخدام الإنترنت حتى ظهرت العشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية، أو مواقع إلكترونية تنشر مواد إعلامية لا تقدمها الصحيفة الورقية، واعتمدت هذه الصحف على تعدد الوسائط التي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها، وحفظ وطباعة صفحاتها.

تعد الصحف الإلكترونية جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل، وهو النشر الإلكتروني Electronic publishing، الذي لا يعني مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي " DTP " Desktop publishing، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني الآن ليشمل أيضاً النشر عبر الإنترنت On Line Publishing.

ونشأت فكرة الصحافة الإلكترونية في منتصف عام 1970، من استخدام تقنية التيليتكست Teletext و الفيديوكتكست Videotext.

- **التيليتكست Teletext:** هو نظام اتصالي ومعلوماتي، غير تفاعلي، يعتمد على بث المعلومات عبر قناة تلفزيونية غير مستخدمة، ويتيح هذا النظام عرض مجموعة من الصفحات التي تحمل معلومات وأخبار مختلفة، بشكلٍ بطيء، ويحتاج المتابع إذا أراد الاطلاع على معلومة ما؛ أن ينتظر مرور الصفحات، حتى يصل إلى ما يريد.
- **الفيديوكتكست Videotext:** نظام اتصالي ومعلوماتي تفاعلي، يعتمد على تحويل جهاز التلفزيون إلى أداة لنقل المعلومات عبر ربطه بالحاسب الآلي، وبشبكة الخطوط الهاتفية، ويستطيع المستخدم لهذه التقنية أن يتحاور مع القائمين على هذه الخدمة، وطلب المعلومات التي يريدها.

وبالرغم من خدمات تقنيتي (Teletext و Videotext) إلا أنه لم يكتب لهما النجاح، خاصة مع ظهور الإنترنت، واستغلالها في ظهور العديد من الصحف عبرها، وكان ظهور أول صحيفة إلكترونية أمريكية عام 1992 وهي صحيفة (Chicago Tribune) وسميت Chicago Online، وكانت الصحيفة الإلكترونية السويدية "هيلزنبورج داجبلاد" أول صحيفة إلكترونية كاملة تظهر على شبكة الإنترنت عام 1995.

أما أول صحيفة عربية تظهر على شبكة الإنترنت، كانت "الشرق الأوسط" في بريطانيا، وذلك عام 1995، تلتها صحيفة "النهار" اللبنانية عام 1996، ثم صحيفة "الحياة" السعودية والتي تصدر في بريطانيا أيضاً، وذلك في العام نفسه.

وظهرت العديد من الطبعات الإلكترونية للصحف المطبوعة سواء في العالم أو الدول العربية، كما توالى ظهور الصحف والمواقع الإلكترونية الكاملة على شبكة الإنترنت، وتطورت هذه الصحف في طريقة أدائها وتقديمها للمادة التحريرية، فاعتمدت تقنيات النص الفائق، والوسائط المتعددة، كما وصلت إلى مرحلة البث الفوري والمباشر للأحداث، وظهر منها عدة أشكال، كالبوابات الإلكترونية، والمدونات الإلكترونية، والمجلات الإلكترونية، وغيرها من المواقع الإعلامية التابعة للعديد من المؤسسات المرئية والمسموعة، وبذلك حققت الصحافة الإلكترونية خلال فترة من عمرها القصير، ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت هذه الصحافة من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية، ولجمهور القراء، وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين، مثل: المعلنين والطبقة السياسية، ومروجي الأفكار والدعاة وغيرهم، لكن ارتبطت هذه المكاسب بتطور التقنية وانتشارها، وفي طبيعة الجمهور الذي ستخدمه.

❖ تعريف الصحافة الإلكترونية:

يطلق بعض الباحثين على صحافة التسعينيات مسمى الصحافة الإلكترونية **Electronic Journalism**، أو الصحافة المستعينة بالحاسبات **Computer Assisted Journalism**، نظراً لارتفاع درجة اعتماد الصحفي عليها في العديد من مراحل العمل الصحفي مثل: جمع المعلومات من الميدان، واستكمالها، وتوصيلها إلى مقر الصحيفة، وفي صفها، وإخراجها، وتجهيز الصفحات بحيث تحول المحرر الصحفي إلى معالج للمعلومات عبر الوسائل الإلكترونية.

كما يطلق عليها البعض الآخر، الصحافة التفاعلية **Interactive Journalism**، نظراً لقدرتها العالية على التفاعل والتواصل مع مستخدميها، والصحافة المباشرة **Online Journalism**، وغيرها من المسميات الأخرى.

وتعددت التعاريف التي قدمها الباحثون عن الصحافة الإلكترونية إلا أن من أبرزها:

- الصحف التي يتم إصدارها بشكل إلكتروني كامل، بدءاً من تلقي الأخبار، مروراً بمعالجتها، وتحريرها، وتصميمها، وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الإنترنت، يستطيع القارئ استدعائها وتصفحها، والبحث فيها، وحفظ وطبع ما يريد منها من مواد، لذا تسمح للمتلقي حرية الاختيار والتجول والتفاعل، بما يحقق حاجاته وتفضيلاته، وبما يحقق أهداف النشر والبث.

- مجموعة المواقع الإلكترونية، بأشكالها المختلفة، (صحف، مواقع، بوابات، مدونات...)، والتي تعنى بتقديم الأحداث والأخبار، سواء كان لها أصل ورقي أم لا، وتبث بشكل دوري، على شبكة الإنترنت، مستفيدة من خصائص وتقنيات هذه الشبكة، وتلبي حاجات ومتطلبات مستخدميها، وتحقق أهداف القائم بالاتصال فيها.

❖ أنواع الصحف الإلكترونية:

- نسخ إلكترونية: تابعة لمؤسسات صحفية ورقية تقدم العديد من موضوعاتها ومقالاتها عبر هذه النسخ الإلكترونية.
- صحف إلكترونية متكاملة Online Journalism: ظهرت على شبكة الإنترنت، وتستفيد من كل الخصائص والخدمات التقنية الاتصالية والمعلوماتية للإنترنت، وتعتمد أسلوب النص المتشعب أو الفائق، والوسائط المتعددة، وتطورت هذه الصحف حيث أصبح بعضها بوابات إلكترونية، تقدم العديد من الروابط الخارجية والداخلية للقصص والأخبار التي تقدمها.

❖ أدوات الصحافة الإلكترونية:

مكنّت الإنترنت الصحافة الإلكترونية من استخدام الأدوات المتاحة على الشبكة، بالإضافة إلى الأدوات التقليدية التي تستخدمها الصحافة الورقية، ويحاول مصممو مواقع الصحف الإلكترونية استخدام هذه الأدوات بطريقة تخدم العمل الصحفي الإلكتروني، وتجذب المزيد من القراء، وتجعل المواقع أكثر تفاعلية، فتقسم الأدوات التي تستخدم في تصميم الصحيفة الإلكترونية إلى الآتي:

- الأدوات التقليدية: هي الأدوات التي تستخدمها الصحافة الورقية المطبوعة، وتستعين بها الصحافة الإلكترونية أيضاً، وتتمثل في: المتن، والصور، والرسوم، والعناوين، والألوان.
- الأدوات الإلكترونية: هي الأدوات التي تستخدمها الصحافة الإلكترونية فقط، والناجمة عن مزج وسائل الاتصال الحديثة بعضها ببعض الآخر، والتي أدت إلى ظهور أنماط إلكترونية تساعد القارئ على الفهم والاستيعاب مع بذل أقل مجهود، ومن هذه الأنماط الجديدة: النص الفائق Hypertext، والرسوم المتحركة Animations، والوسائط السمعية البصرية Audio-Visual Media المتمثلة في: الصوت والفيديو والمعروفة باسم الوسائط المتعددة Multimedia.
- الأدوات التفاعلية: تشير إلى الأدوات الإلكترونية التي تحقق الاتصال والتفاعل مع مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية، وتتمثل هذه الأدوات في: البريد الإلكتروني، الدردشة، المنتديات الإلكترونية.

❖ خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة، ومن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية ما يلي:

- **التفاعلية:** تعتمد الصحف الإلكترونية الأسلوب التفاعلي مع مستخدميها، من خلال تقنية النص المتشعب أو الفائق Hypertext، الذي يتضمن وصلات Links، لنقاط داخل الموضوع، أو خارجه، وتعتبر هذه الخاصية واحدة من أهم سمات وخصائص الصحافة الإلكترونية.
- كما تظهر التفاعلية في تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين، كما يمكن الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة، أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية، إلى جانب تلك التي تتوفر على الإنترنت.
- وتتيح الصحافة الإلكترونية أدوات مختلفة للتفاعل المتزامن، وغير المتزامن، ومن أدوات التفاعل المتزامن: غرف الدردشة، أو المحادثة، والمجموعات الإخبارية، والمؤتمرات عن بعد، أما أدوات التفاعل غير المتزامن، فمن أمثلتها: البريد الإلكتروني، والقوائم البريدية.
- **المباشرة والتحديث المستمر:** يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية مباشرة، إذ تنقل الأخبار من موقع الحدث إلى الصحفية بطريقة آنية ومباشرة من خلال المراسل، ويمكن تعديل الخبر أو حذفه أو إضافة ما يمكن إضافته من مستجدات، وينطبق هذا على النصوص الإخبارية والصوت والفيديو أيضاً.
- **استخدام الوسائط المتعددة:** تعتبر الصحافة الإلكترونية الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص معاً بشكل مترابط ومنسجم ومفيد تحت مسمى الوسائط المتعددة، ويكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل: الصور المتحركة والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية أهمية خاصة، إذ يساعد تقديم الصورة والألوان في تقليل الجهد الذي يبذله القراء لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال، كما تساعد في إضفاء الواقعية على الأحداث والأخبار المقدمة، ما يزيد من فعالية تأثير المضمون المقدم، أو إضافة معانٍ أخرى على هذه المعلومات.
- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ويتحقق ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية، بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة، كما تعمل هذه الصحف، عبر ما تقدمه من خدمات إضافية، على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، وإتاحة إمكانية العودة للأرشيف الصحفي.

- التفتيت أو اللاجماهيرية : تعني هذه الخاصية، التخلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدم الوسيلة الإعلامية، وتقديم منتج إعلامي يمكنه أن يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل قارئ.
- الأرشفة الإلكترونية الفوري: تكتسب هذه الخاصية أهمية خاصة في مجال النشر الإلكتروني للصحافة الإلكترونية، فتقديم المعلومات المختلفة داخل الموقع بالإضافة لخدمة الأرشفة، وإمكانية البحث، يقدم للمستخدم سياقاً شاملاً حول الموضوع الحالي الذي يتعامل معه، مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات.

❖ تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية:

اختلف الباحثون في تقدير التأثير الذي يمكن أن تحدثه الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية المطبوعة، فبعضهم توقع اندثار واختفاء الصحافة الورقية خلال السنوات القليلة القادمة، نظراً للميزات والخصائص والخدمات الاتصالية والمعلوماتية، التي تقدمها، ولم تستطع الصحافة المطبوعة تقديمها.

وبعضهم حاول أن ينظر إلى هذا التأثير ببعض الاعتدال، وتنبأ بأن كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ستؤدي دورها بشكل متكامل، ويمكن لكل وسيلة أن تستفيد من الأخرى، وتطور أدواتها، وتقنيات معالجتها لأخبارها ومعلوماتها، وأسلوب تقديمها، فتتقاسم كل وسيلة مجموعة من الوظائف تؤديها لجمهورها وتلبي احتياجاته، تؤدي الصحافة المطبوعة دور التحليل والتفسير العميق للأحداث والأخبار، أما الصحافة الإلكترونية تنتقل الأخبار والتفاصيل بشكل فوري ودوري، ويعتقد أصحاب هذا الاتجاه أن الوسائل الإعلامية والاتصالية التي ظهرت لم تقض على سابقتها، بل وجدت سابقتها لنفسها، أسباب الوجود والبقاء فبحثت عن أدوار ووظائف تلبيها لجمهورها.

ويعتقد البعض الآخر أنه لا يمكن للصحافة الإلكترونية أن تحل محل الصحافة الورقية، ذلك استناداً إلى جملة من الانتقادات التي توجه للصحافة الإلكترونية، والتي تجعل من استخدامها، أمراً ليس سهلاً لفئات كثيرة من الجمهور، فيعتمد أصحاب وجهة النظر هذه على آراء الباحثين الذين يشيرون إلى أن استخدام الوسائل الحديثة يمر بفترة انبهار بإمكانياتها، وتقنياتها، مما يدفعهم إلى الاستغراق في اكتشافها والتعرف عليها، وعندما يحصل المستخدم على هذه المعرفة، ويصل إلى مرحلة تحديد حاجاته واستخداماته لهذه الوسيلة، يعود إلى الاستخدام المرشد والسليم، وهذا ما تمر به الصحافة الإلكترونية حتى الآن.

الإذاعة والتلفزيون الرقمي

❖ تمهيد:

تمثل الإذاعة والتلفزيون، مع الصحافة المطبوعة، وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، التي كانت ولا زالت تحظى بشعبية جماهيرية واسعة، وتشير الدراسات والأبحاث إلى أن التلفزيون يتصدر الوسائل الاتصالية، رغم ما يقال عن انتشار استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة، نظراً لما يتمتع به من ميزات وخصائص تجعله، أسهل وأيسر في الاستخدام والتعرض من الوسائل الإلكترونية الحديثة.

ولا يزال الراديو يحظى بنسبة استماع عالية رغم المنافسة الشديدة للتلفزيون، خاصة مع ظهور العديد من التقنيات، ولا سيما الهواتف المحمولة، والتي تسهل سماعه بشكل أفضل، وقد استفادت الوسيطتان من ظهور الإنترنت، بالانتقال إلى الشكل الرقمي في البث، فحققتا مستويات أعلى وأفضل في الشكل والمضمون، وستعرض مجموعة من المحاور التي تعالج الإذاعة والتلفزيون الرقمي على النحو الآتي:

❖ الإذاعة الرقمية: المفهوم، والنشأة والتطور.

❖ خصائص الإذاعة الرقمية.

❖ طرق الاستماع إلى الإذاعة الرقمية.

❖ التلفزيون الرقمي: المفهوم، والنشأة والتطور.

❖ مكونات التلفزيون الرقمي التفاعلي.

❖ خصائص التلفزيون التفاعلي.

❖ الخدمات التي يقدمها التلفزيون التفاعلي.

❖ الإذاعة الرقمية: المفهوم، والنشأة والتطور

ظهرت الإذاعة الخبرية لأول مرة عام 1920، عندما بث راديو مدينة ديترويت الأمريكية أخباراً عن النتائج الأولية للانتخابات الرئاسية في هذه الولاية، ويخط الكثير من الأفراد بشكل عفوي بين استخدام مصطلح الإذاعة والراديو للتدليل على الإذاعة، فالراديو باللغة العربية، يشير إلى جهاز الإرسال والاستقبال الذي يستقبل البث الإذاعي، واستخدم الأمريكيان هذا اللفظ للدلالة على الإذاعة لفترة زمنية طويلة، في حين يستخدم مصطلح الإذاعة أو البث الإذاعي Broadcasting، للإشارة إلى الخدمات الإعلامية المتعددة، التي تعتمد حاسة الصوت فقط، في إرسالها للجمهور.

وعانى البث الإذاعي عبر المحطات الأرضية، من عيوب تتعلق بجودة الصوت ووصوله إلى المستمعين ، وتم التغلب على بعض هذه المصاعب بالبث بالموجات القصيرة أو الطويلة، ما أدى إلى ظهور الإذاعات الدولية، التي شكلت لفترات طويلة، وسيلة الجمهور الأساسية للاطلاع على الثقافات والاتجاهات السياسية، والفكرية والثقافية الدولية، فتمكن الجمهور من الاستماع إلى محطة الإذاعة البريطانية BBC، وإذاعة Monte Carlo، الفرنسية، وصوت أمريكا، الأمريكية، إلى أن تمت الاستفادة من الأقمار الصناعية وانتقل البث الإذاعي الأرضي التناظري، إلى البث الفضائي الذي وصل إلى أماكن جغرافية أبعد، وبجودة أعلى.

وتميزت الإذاعة بمجموعة من الخصائص، جعلتها لفترة طويلة إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية، التي يستخدمها الملايين في أنحاء العالم:

- السهولة في الاستخدام، والانتشار الواسع، والقدرة على الوصول إلى الخدمة باستخدام العديد من الأجهزة مثل الراديو، والإنترنت، وآخرها الهواتف المحمولة.
- القدرة على البث الفوري والمباشر.
- الاستخدام من قبل كافة شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية.
- انخفاض تكلفة الإنتاج، والترخيص.
- عدم الحاجة للتركيز العالي، فيمكن للإذاعة أن تكون خلفيةً لكثيرٍ من النشاطات التي يمكن أن يمارسها الإنسان، مثل الأكل، والمكالمات الهاتفية، والمطالعة، وغيرها من الأنشطة.
- قدرتها على تنشيط الخيال بشكل كبير، نتيجة الاعتماد على حاسة السمع فقط.
- سهولة التسجيل والاحتفاظ بالمواد الإذاعية لتوفر أدوات التسجيل والحفظ مثل أجهزة وشرائط الكاسيت سابقاً، أما حالياً لا يتعدى الأمر النقر على زر واحد للتحميل على ذاكرة الحاسب أو الهاتف المحمول المستخدم.

وتشكل الإذاعة الرقمية، والبث عبر الإنترنت، آخر التطورات التي طالت الإذاعة، وهي الخدمة التي تختلف عن نشر بعض المقاطع والمؤثرات الصوتية في المواقع الإلكترونية، إذ يمكن في الوقت الحاضر سماع العديد من محطات الراديو التقليدية، تبث على شبكة الإنترنت، كما يمكن سماع العديد من المحطات المتخصصة بالأخبار والموسيقى، والتي ظهرت مباشرة على الإنترنت.

❖ خصائص الإذاعة الرقمية:

تتميز الإذاعة الرقمية، بمجموعة من المميزات التي تضاف إلى مميزات الإذاعة عموماً وتتغلب على عيوب البث الإذاعي التقليدي:

- عدم التأثر بالعوامل الجوية، والبيئية، التي كانت تعترض البث التقليدي، إذ يصل البث الرقمي إلى كافة أنحاء العالم، من غير تشويش.
- جودة الصوت بشكل كبير، فيتميز البث الرقمي بنقاء الصوت.
- انخفاض تكاليف الإنشاء والبث، وعدم الحاجة إلى أذونات أو تراخيص خاصة، أو حجز ترددات.
- القدرة على استيعاب التردد لعدة برامج إذاعية، بدلاً من التردد الذي كان يخصص لبرنامج واحد.
- إمكانية الاستفادة الأماكن النائية والبعيدة، من خدمات البث الرقمي، كما يمكن استخدامه كأداة تعليمية.
- إمكانية الاستفادة من خدمات الإنترنت الاتصالية للتفاعل مع المستمعين بسهولة، وحفظ بعض البرامج والمقاطع الإذاعية، أو إرسالها إلى الأصدقاء.

❖ طرق الاستماع إلى الإذاعة الرقمية:

يمكن الاعتماد على موقع المحطة المتوفر على شبكة الإنترنت، كما توجد مجموعة من البرامج التي تسمح للمستخدم بالاستماع للإذاعة الرقمية مثل (Real Player، WinAmp، Windows Media Player)، بالإضافة إلى المتصفح Internet Explorer الذي يسمح بالاستماع إلى الإذاعة الرقمية من خلال الـ Media Tool Bar، إذ يمكن اختيار المحطة الإذاعية المطلوبة، وضبط مستوى الصوت والتحكم به.

❖ التلفزيون الرقمي: المفهوم، والنشأة والتطور

بدأ البث التلفزيوني التقليدي في منتصف الثلاثينات من القرن العشرين، فكان ثورةً على البث الإذاعي الذي سبقه بالظهور، فاعتمد التلفزيون الصوت والصورة والحركة، والمؤثرات الصوتية الموسيقية والطبيعية،

وأضاف فيما بعد الألوان، التي أعطت للمواد المرئية ميزات إضافية أخرى، وبدأ البث التلفزيون، كما الإذاعة، أرضياً، باستخدام محطات البث الأرضي، ثم انتقل للبث الفضائي، ووصل الآن إلى استخدام النظام الرقمي للبث فقدم العديد من الأشكال والخدمات التلفزيونية الرقمية، ويمكن استعراض التطورات التقنية التي طالت التلفزيون كما يلي:

- **البث التلفزيوني الأرضي:** اعتمد، كما سبق ذكره على محطات البث الأرضية التي تستقبل الإشارات المرئية الكهربائية التناظرية، وتبثها إلى المنازل لاستقبالها، وعانى هذا البث، من عدم وصول الصورة أحياناً، ومن ضعف جودتها في أحيان كثيرة، بالإضافة إلى تأثير العوامل الطبيعية والبشرية التي تمنع وصول هذه الصورة.
- **البث التلفزيوني الفضائي:** أطلقت الأقمار الصناعية إلى الفضاء في أواخر الخمسينات من القرن التاسع عشر (1957)، وأمكن الاستفادة منها في مجال الاتصالات ونقل العديد من البيانات والمعطيات والإشارات، ومنها الإشارات التلفزيونية، وأعطى هذا الانتقال للبث التلفزيوني دفعة قوية نحو التطور والانتشار، تمثل في زيادة عدد المحطات التلفزيونية بشكل كبير، ووصول الصورة التلفزيونية، إلى أماكن جغرافية أبعد، كما انعكس على جودة الصورة والصوت المقدم بشكل عالٍ.
- **بث نصوص المعلومات المتلفزة** المرتبطة بخدمتي التيلينكست Teletext والفيديوتكست Videotext، واستخدمت كلتا الخدمتان في كثير من دول العالم لتقديم خدمات معلوماتية متخصصة، وعامة.
- **البث حسب الطلب On Demand** هي خدمة متطورة قدمتها كثير من الدول أيضاً، يتحكم من خلالها المشاهد في اختيار البرامج والأفلام والمواد التلفزيونية التي يريدّها، وجاءت هذه الخدمة للتخلص من الخدمات التلفزيونية التي تحمل كماً كبيراً من الإعلانات.
- **البث عبر الأسلاك Cable TV** خدمة متطورة أيضاً مازالت موجودة في العديد من دول العالم، يتم ربط أجهزة التلفزيون المنزلية (بكوابل) مع المؤسسة التي تبث هذه الخدمة، لتقديم البرامج والمواد التلفزيونية المطلوبة، وأمكن من خلالها التغلب على العوائق الطبيعية التي تعترض وصول الإشارة التلفزيونية خاصة في الأماكن البعيدة والنائية، كما حققت للمشاهد حرية الاختيار بين المحطات والقنوات التلفزيونية التي يريد مشاهدتها.

• تحسين مستوى الصورة والصوت من خلال الوصول إلى التلفزيون عالي الدقة HDTV الذي ارتبط بالنظم الرقمية، والذي اعتمد على زيادة عدد خطوط الشاشة، وبالتالي زيادة وضوحها ودقتها Resolution، كما اعتمد على نظام الصوت المستخدم في دور السينما آنذاك.

• التلفزيون الرقمي DTV: Digital TV أضاف إلى إمكانيات وخصائص التلفزيون عالي الدقة، زيادة في تفاصيل الصورة المقدمة من خلال تقسيمها إلى نقاط Pixels، بشكل يقترب من صورة الواقع تقريباً ويفوقها إثارةً باستخدام الإشارات الرقمية، ويمكن تلخيص ميزاته بـ:

- الوضوح في الصوت والصورة، تصل إلى خمس مرات أفضل من وضوح التلفزيون العادي.
- جودة في الصورة تقترب من صورة السينما، وتمنع الخيالات.
- البث البرامجي المتعدد المتزامن في نفس الوقت.
- سعة البث، وإمكانية تخزين المواد البرمجية.
- المساعدة على تطبيق التفاعلية Interactivity، بشكل كبير.

ويمكن تعريف التلفزيون التفاعلي بأنه: التلفزيون القائم على إرسال واستقبال مواد الفيديو الرقمية، مع القدرة على الحفظ والإرسال والمعالجة الرقمية لهذه المواد، وتوفير إمكانية التفاعل معها ومع القائم بالاتصال، لاختيار اللقطات والمواد والبرامج المطلوبة.

وظهر التلفزيون التفاعلي نتيجة قيام شركتي Open TV و Euronext، المتخصصةتان في الخدمات التلفزيونية، بتزويد المشاهدين في كثير من دول العالم، بفرصة التفاعل مع الشركة المزودة، واختيار زوايا الكاميرات التي يريدون المشاهدة من خلالها، وكان ذلك بالتطبيق على مباريات كأس العالم لكرة القدم. ومباريات التنس.

❖ مكونات التلفزيون الرقمي التفاعلي:

ظهر التلفزيون الرقمي في محاولة لسد النقص في حجم التفاعل مع التلفزيون التقليدي، حيث تتحول المشاهدة إلى فعل أكثر نشاطاً وإيجابيةً، فيصبح للمتلقّي قدرةً أكبر على المشاركة في هذا المحتوى، كما جاء هذا النمط من الخدمات، ليحرر المشاهد من قيود المشاهدة المتزامنة التي تفرض عليه في زمن عرض البرنامج الذي يريده.

وتقوم فكرة التلفزيون التفاعلي على تحويل الإشارات الكهربائية المباشرة من محطة الإرسال إلى الصيغة الرقمية، وضغطها، وإرسالها إلى التلفزيون الرقمي في المنازل، ويقوم هذا الجهاز الذي يتكون من مكونات

خاصة، تشبه إلى حد كبير معالج الكمبيوتر، باستقبال هذه الإشارات وفكها، ويمكن تفصيل مكونات جهاز التلفزيون التفاعلي على الشكل التالي:

- **الجزء الموجود في محطة الإرسال:** هو الجزء الذي يرسل للتلفزيون التفاعلي الإشارات والبيانات الرقمية، لذلك فهو يعمل بنظام البث الرقمي، من استديوهات مجهزة بكافة التجهيزات التي تعمل رقمياً، كما يضم هذا الجزء قاعدة بيانات رقمية أيضاً، تقدم المواد والبرامج التلفزيونية، وحاسب Server، يعمل صلة وصل بين قاعدة البيانات، والمشاهدين في المنازل.

- **الجزء الموجود في المنزل:** ويتكون هذا الجزء من قسمين:

1- **الوحدات الملحقة بالشاشة التلفزيونية،** والتي تضم وحدات الاستقبال والترميز والمعالجة، والتي

تشبه معالج الكمبيوتر، ويطلق عليها **الجهاز العلوي أو الفوقي Set Top Box**، ويمكن لهذا الجزء أن يأتي منفصلاً عن الشاشة، موصولاً بها بواسطة أسلاك، أو أن يأتي مدمجاً مع الشاشة نفسها، ويضم هذا الجزء: برامج متنوعة تمكن المشاهد من استقبال الخدمة، والتحكم بها، كبرامج الإدارة والتحكم بهذا الجزء، وبرامج التفاعل المتبادلة مع قاعدة البيانات، وبرامج البحث عن القنوات، والبحث عن المواد والبرامج التلفزيونية المختلفة، وبرامج تشغيل الإنترنت عبر التلفزيون.

2- **الشاشة مع المكثفات والسماعات،** وتتلقى هذه الشاشة الإرسال من الجزء العلوي حسب رغبة المشاهد، كما تعمل كشاشة للجزء الكمبيوتر من هذا الجهاز، حيث تعرض عليها واجهة البرامج والتطبيقات التي ترى على شاشة الكمبيوتر العادي.

3- **جهاز تحكم Remote Control،** يتمتع بقدرات أكبر من الجهاز العادي، تمنحه القدرة على اختيار البرامج والمواد التلفزيونية من خلال القوائم المنسدلة على الشاشة، واختيارها بضغط زر موافق.

❖ خصائص التلفزيون التفاعلي:

- **جودة الصوت والصورة، والوضوح والنقاء،** بشكلٍ يماثل الواقع.
- **توفير بدائل مختلفة من البرامج والأفلام والمواد التلفزيونية** التي تلبي اهتمامات المستخدم ومتطلباته.
- **رصد خصائص وسمات جمهور المستخدمين** لهذه الخدمة، من خلال الآراء والمداخلات، والطلبات التي يقدمونها.
- **تلبية طلبات المشاهدين للمواد التلفزيونية المطلوبة،** من خلال رصد طلباتهم وحاجاتهم منها.
- **تحكم المستخدم فيما يشاهده، وفي المكان والزمان الذي يناسبه.**

- **اتصاف المنتج المقدم عبر هذه الخدمة بالتفاعلية** في العرض والتقديم، بحيث تمكن المستخدم التفاعل مع المشاهد واللقطات والتحكم بحجمها واختيار مشاهد معينة، وتخزين المواد التلفزيونية وحفظها، وإعادة مشاهدتها في أوقات أخرى.
- **توفير أدوات التواصل والتفاعل** بين القائم بالاتصال والمستخدمين، كالرسائل القصيرة، والبريد الإلكتروني.
- **تحقيق البعد الإنساني والاجتماعي في هذا النمط من الخدمات**، لأنه في النهاية يسعى لتحقيق حاجات ومتطلبات المستخدمين.

❖ الخدمات التي يقدمها التلفزيون التفاعلي:

- استطاع التلفزيون التفاعلي، بفضل الخصائص السابقة الذكر، أن يقوم بالعديد من الوظائف، ويقدم العديد من الخدمات المتطورة، ونذكر بعضاً من هذه الخدمات فيما يلي:
- **الفيديو عند الطلب:** تتيح هذه الخدمة طلب المواد والبرامج والأفلام، من الخادم Server، وإتاحتها للمشاهد.
- **التلفزيون التجاري:** يمكن من خلال هذه الخدمة إجراء عمليات البيع والشراء، وتفحص المنتجات، والحصول على معلومات وافية عنها، ثم طلبها وشراءها.
- **خدمة الإعلانات:** هي الخدمة التي يمكن تأديتها بشكل فعال في التلفزيون التفاعلي، والتي تمكن المستخدم من التعرف على السلعة قبل شراءها بشكل واف.
- **خدمة دليل البرامج الإلكتروني:** هي الخدمة التي تمكن المستخدم من اختيار البرامج المطلوبة، وإمكانية الدفع أحياناً لقاء مشاهدة بعض البرامج الخاصة.
- **خدمة المباريات الرياضية وتعدد زوايا التصوير:** تمثل الخدمة التي انطلقت منها فكرة التلفزيون التفاعلي، إذ مكنت هذه الخدمة متابعي المباريات الرياضية، اختيار زوايا اللقطات، واختيار الشخصيات الرياضية المفضلة، والتركيز عليها ومتابعتها، كما حصل مع بطولة ويمبلدون للتنس عام 2001، عندما أذاعت محطة الـ BBC، البريطانية لقطات من خمس مباريات مختلفة، وكان باستطاعة المشاهد التنقل بينها واختيار المباراة التي يريد، أو كما فعلت محطة Sky Sport، في عام 2000، عندما أتاحت لجمهور رياضة كرة القدم، المشاهدة الفورية لإحدى اللقطات، أو مشاهدة الهدف بإعادته من زوايا متعددة، أو متابعة لاعب بعينه من خلال كاميرة اللاعبين.
- **خدمة ألعاب الكمبيوتر المتنوعة ولاسيما الرياضية منها.**
- **خدمة الدردشة:** هي خدمة تقدمها الشركات المزودة بهذه الخدمة، وتتيح للمستخدمين التعرف على بعضهم، من خلال عرض المعلومات الشخصية المتعلقة بهم، وتوفير خيار الدردشة.

- مناقشة الواجبات المدرسية: هناك العديد من المدارس في الدول المتطورة، تقدم خدمة مناقشة الواجبات المنزلية للآباء والأمهات والطلاب.
- المساعدة في رصد المخالفات: التي ترتكب في حق الملكية الفكرية لمواد الفيديو والمعلومات المختلفة.



مواقع التواصل الاجتماعي

❖ تمهيد:

نشأت مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة العديد من التطورات التقنية المتمثلة في الثورة الثانية للإنترنت، وظهور خدمة الويب، كما نشأت هذه المواقع نتيجة الانتقال من فكرة الجمهور (الحشد) الذي يتعامل مع رسائل واحدة، باتجاه واحدٍ يخلو من التفاعلية، إلى الجمهور (المفتت) الذي توجه إليه الرسائل المتخصصة التي تلاءم اهتماماته، واحتياجاته، وكذلك الانتقال من فكرة الاتجاه الخطي لعملية الاتصال، إلى الاتجاه (الدائري) التفاعلي، الذي يسمح للمستقبل والمرسل بتبادل الأدوار في الاتصال، وستناقش مجموعة من المحاور التي تعرض مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على النحو الآتي:

❖ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها.

❖ الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

❖ خصائص جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.

❖ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها:

تحمل مواقع التواصل الاجتماعي فكراً وأهدافاً جديدة، تضيف لأهداف ووظائف وسائل الإعلام التقليدية الكثير، فتقدم هذه المواقع للمشاركين بها، إمكانية التفاعل والتواصل الاجتماعي، وتبادل المعلومات، والآراء والاتجاهات، بما يعكس فكر الإعلام الاجتماعي الجديد الذي تحاول هذه المواقع تحقيقه، والذي يجمع بين أهداف ووظائف الإعلام التقليدي، ووظائف وأهداف الإعلام الجديد، ومن أبرز التعريفات المقدمة الآتي:

- شبكات اجتماعية على الإنترنت، يتواصل من خلالها ملايين الأفراد، الذين تجمعهم اهتمامات وتخصصات معينة.
- مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، والركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الافتراضي.

وتتيح هذه الشبكات إلى ما سبق ذكره، مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات المباشرة، وإبداء الآراء والتعليقات على العديد من المنشورات والصور، ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الآتي:

- **موقع Classmates:** يعد هذا الموقع أول أشكال الشبكات والمواقع الاجتماعية، صممه Randy Conrads عام 1995، وكان الهدف منه إعادة تجميع الزملاء والأصدقاء الذين التقوا في فترات دراسية وحياتية معينة، ثم تفرقوا في أماكن بعيدة، فكان هذا الموقع يلبي رغبتهم في التواصل والالتقاء من خلاله.

- **موقع Facebook:** شبكة اجتماعية، أنشأها Mark Zuckerberg، عام 2004، عندما كان طالباً في جامعة Harvard الأمريكية، وكان هدفه تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة، ويمكنهم تبادل الأخبار والصور والآراء.

وركز الموقع على التواصل بين طلبة الجامعة، فساعد على رواجه بين الطلبة، واكتسب شعبية كبيرة، وتوسعت قاعدته فشمّل طلبة جامعات أخرى، وطلبة مدارس ثانوية مختلفة، واستمر على هذا الحال لمدة سنتين إلى أن قرر Zuckerberg عام 2006، فتح أبواب الموقع أمام كل من يرغب في استخدامه من غير الطلبة، وهذا ما ساعد على انتشاره بشكل كبير.

ويمكن للأفراد الاشتراك بسهولة بهذا الموقع حسب التخصص أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو الأصدقاء والمجموعات الاجتماعية، ويتيح هذا الموقع لهم الاتصال بالأعضاء في نفس الشبكة، وإضافة أصدقاء جدد لصفحاتهم، مع إتاحة رؤية الصفحات الشخصية لأعضاء نفس الموقع.

ويعتمد الموقع على الإعلانات، ويستخدم بيانات المشتركين وأعضاء الشبكات في عرض الإعلانات ذات العلاقة بزوار الموقع، وهذا ما أدى إلى زيادة أرباح هذا الموقع، وتم طرح أسهمه للاكتتاب العام عام 2012، فوصل سعر سهم هذا الموقع في سوق البورصة العالمية، إلى حوالي 54 دولار.

- **موقع Twitter:** شكل من أشكال شبكات التواصل الاجتماعي، أنشأ عام 2006، وأساس الاسم مأخوذ من Twit، بمعنى التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وتسمح هذه الشبكة للمستخدمين، المغردين، كتابة تغريداتهم، بما لا يزيد سابقاً عن (140 حرفاً والآن 280 حرفاً). يفيد الموقع في تواصل الأصدقاء وزملاء العمل بشكل سريع، ويعد الاشتراك بهذا الموقع مجاني، كما يمنح الموقع المشتركين إمكانية متابعة عدد من صفحاته، وإرسال تحديثات إلى صفحات الآخرين، واستقبال تحديثات منهم، وكل هذه التحديثات تدور حول ماذا تفعل الآن؟، كما يتيح إمكانية البحث عن الأصدقاء، ومعرفة عدد المتابعين للصفحة الشخصية.

- **موقع You Tube:** يختلف المهتمون في تصنيف موقع الـ You Tube، هل هو شبكة اجتماعية، أم لا، فهذا الموقع الإلكتروني عبارة عن موقع لمقاطع الفيديو التي يحملها المشتركين عليه، ويستفيد المشتركون من مقاطع الفيديو، سواء في عرضها على وسائل الإعلام التقليدية أو الفيس بوك، يراه البعض موقعاً غير مباشر للتواصل الاجتماعي، عبر تبادل وتحميل المشتركين لمقاطع الفيديو، وإجراء حوار جماعي حول مقطع الفيديو، من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، وتقييم هذا المقطع بإعطائه درجة من خمس درجات تعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظرهم.

تأسس هذا الموقع عام 2005 في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، ويشتمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون، والفيديو والموسيقى، واشترت شركة Google الموقع، وتصدر في عام 2006 الترتيب الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك حسب مجلة Time الأمريكية.

لا توجد رقابة على ما يبث أو يعلن على هذا الموقع، لكنه يلزم مشتركه بالالتزام ببعض القواعد التي يحددها، ومنها عدم تحميل مقاطع فيديو تحض وتشجع على الإرهاب والجريمة، وتجاوز الأخلاق، أو التي تشجع على ازدراء الأديان والمذاهب، والأشخاص، لكن هذا لم يمنع من تحميل مقاطع فيديو مضمون سياسي، متعلق ببعض الشخصيات والأحداث السياسية المحظورة أحياناً، أو تحميل مضامين عنيفة تثير العديد من مشاعر المستخدمين، وقد حظرت كثير من الدول لا سيما العربية استخدام هذا الموقع لمخالفته القواعد والأخلاقيات المعمول في هذه البلدان، كما حظرت دول أخرى مقاطع معينة تبث على الموقع.

• **موقع LinkedIn:** يصنف الموقع ضمن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، تأسس في كاليفورنيا عام 2002، لكن التشغيل الفعلي بدأ عام 2003، ويستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية، وهو من أكبر وأهم الشبكات على المستوى المهني، إذ يضم حوالي 120 مليون مستخدم على مستوى العالم، وتكمن أهميته، في أنه يبقي المشاركين فيه، على تواصل دائم، من أجل تبادل المعارف والأفكار والخبرات والفرص المهنية، كما يطلع الموقع مستخدميه على كل ما هو جديد في عالم الأعمال، من مشاريع، وفرص عمل جديدة، كما يمكن الموقع من التواصل مع الخبراء، أو إيجاد أي شيء يريده، من خلال تحديد الاسم أو الوظيفة، أو الموقع الجغرافي، أو الشركة، أو أي شيء متعلق بما يتم البحث عنه، ويساعد الموقع مستخدميه، على البحث عن فرص عمل جديدة، أو جذب عملاء جدد، أو التواجد بشكل قوي في المجال المهني، وتوسيع نطاق الأعمال، من خلال جذب عملاء جدد.

• **صفحات الويكي Wiki:** يختلف المهتمون أيضاً في توصيف صفحات الويكي، هل هي شبكات تواصل اجتماعية، أم هي مجرد صفحات لتبادل المعلومات، والويكي مصطلح يستخدم لوصف موقع إلكتروني يقوم على مبدأ المشاركة الجماعية والتعاون في تطوير محتواه، ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتعديل محتواه، أو الإضافة إليه، دون قيود في الغالب. والويكي، مصطلح مشتق من لغة جزر هاواي، وتعني السرعة، واستخدمت للدلالة على سرعة وسهولة تعديل محتوى هذه المواقع، وقد أطلق هذا المصطلح على العديد من المواقع التي تعتمد صيغة الويكي، مثل موسوعة الـ Wikipedia، المتعددة اللغات التي ظهرت عام 2001، والقاموس Wiktionary، والمصدر WikiSource، والكتاب Wikibooks، وتعد موسوعة Wikipedia الأكثر انتشاراً واستخداماً.

وظهر أول موقع ويكي عام 1995، واتسمت هذه المواقع بالصفات التالية:

- إمكانية الإضافة أو التعديل أو التحرير بواسطة المستخدم، دون الحاجة لبرامج أو تطبيقات معينة، فكل صفحة تحوي رابطاً لتغيير محتوها، فتظهر الصفحة كما تم تحريرها.
- تستخدم الويكي، أوامر بسيطة، لتحرير وتنسيق محتوياتها، يمكن لكل الأفراد استخدامها.
- تحتفظ الويكي، بسجل لتاريخ الصفحات، فإذا أخطأ المستخدم في تحرير إحدى الصفحات، يمكنه العودة للصفحات السابقة المحفوظة.
- لا توجد هيكلية خاصة للموقع، ولا توجد رقابة، فكل موقع يمكن أن ينظم محتواه بالشكل المناسب له.

○ تحقيق التواصل، والمناقشة والتشاور، حول القضايا والاهتمامات المشتركة، لإغناء الأفكار والموضوعات بشكل تعاوني، في مجالات متعددة.

وبالرغم من كل هذه السمات والخصائص للويكي إلا أنه توجد مجموعة من الانتقادات هي:

○ غياب مصداقية هذه المواقع، نظراً لسهولة التحرير والتعديل فيها، مع عدم وجود التوثيق، في أغلب الأحيان، وعدم إمكانية التعرف على الشخص المحرر، مما يؤدي إلى فقدان الثقة بمحتوياتها، رغم استخدامها بكثرة، لذلك ينصح دائماً، النظر بشكل ناقِد ومتفحص لكل معلوماتها.

○ عدم ضمان جودة المعلومات فيها، فلا يوجد قرار مركزي في هذه المواقع، والإشراف والمراقبة من قبل المسؤولين عليها، ينصب في الغالب على الموضوعات والمعلومات، المثيرة للجدل، أما المعلومات الأخرى ففي الغالب، يتمتع المستخدمون بحرية مطلقة في الاستخدام.

❖ الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

تشارك مواقع التواصل الاجتماعي، بتقديم مجموعة من الخدمات، كما تتميز عن بعضها، ببعض الخدمات، وهي بذلك، تحقق لمستخدميها، ما يتلاءم مع حاجاتهم المتطورة، ومن هذه الخدمات:

- إنشاء الصفحات أو الملفات الشخصية **Profile Page**: تتضمن هذه الصفحات، اسم الشخص، وجنسه، وتاريخ الميلاد، الجنسية، الاهتمامات، والصورة الشخصية، بالإضافة إلى معلومات أخرى، ويمكن من خلال هذه الصفحات التعرف على المستخدم، اهتماماته، وأصدقائه، والصور الجديدة التي يعرضها.

- الأصدقاء، العلاقات **Friends, Connections**: هم الأشخاص والعلاقات التي يقيمها المستخدم لأهداف معينة، وتطلق بعض المواقع، على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، صديق.

- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخدمة إرسال رسائل قصيرة لصديق، أو شخص ليس بالضرورة أن يكون على قائمة الأصدقاء.

- المجموعات: خدمة توفرها الكثير من مواقع التواصل، وتسمح بإنشاء مجموعات، باهتمامات معينة وبمسميات محددة، وتحظى هذه المجموعات بمساحة أشبه ما تكون بمنطدى مصغر، ويمكن أن تنسق هذه الاجتماعات، عن طريق الأحداث **Events**، ودعوة أفراد المجموعة لهذه الأحداث، ومعرفة عدد الحاضرين، والغائبين.

• **البومات الصور:** تسمح هذه الخدمة إنشاء العديد من ألبومات الصور، ومشاركتها مع الأصدقاء والتعليق عليها.

• **الصفحات:** خدمة أوجدها موقع الفيس بوك، واستخدمت تجارياً من قبل العديد من الأفراد والمؤسسات والهيئات، لعرض إعلاناتهم على مجموعة من المستخدمين المهتمين بها، ويمكن لهؤلاء النقر على الإعلان الذي يهتمهم، كما يمكن أن يضيفوا هذه الصفحات إلى ملفهم الخاص.

❖ خصائص جمهور مواقع التواصل الاجتماعي:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ مستمر، استخداماً متزايداً يفوق استخدام العديد من تطبيقات الإنترنت، وزاد هذا الاستخدام نتيجة الهواتف المحمولة، التي ساعدت على استخدام هذه المواقع من خلالها، كما يضم جمهور هذه المواقع العديد من الفئات والشرائح المجتمعية المتباينة في الموصفات الديموغرافية والشخصية، والمختلفة في الأهداف والحاجات، ورصدت العديد من الدراسات، خصائص هذا الجمهور، كما رصدت أهدافهم وحاجاتهم، وتوصلت إلى العديد من المؤشرات، منها:

- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، من الفئات الشابة، وإن كان هناك شريحة كبيرة من الأطفال والمراهقين، والناضجين، الذين يستخدمون هذه المواقع.
- يسعى أغلب المستخدمين إلى التواصل مع الآخرين دون أن تظهر هويتهم الحقيقية ويعود هذا التخفي لكثير من العوامل النفسية والاجتماعية.
- توجد رغبة واضحة بالتواصل الاجتماعي حتى مع الأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم، من أيام الطفولة أو المدرسة.
- الأعضاء المسؤولين عن بعض الأشخاص، كالأباء والأمهات الذين يرغبون بالاطمئنان على أولادهم وعلاقاتهم واهتماماتهم.
- توجد فئات نرجسية تسعى وراء المديح والإطراء، استغلالاً لمكانتهم، وولاء الآخرين لهم، كالمدرء والمسؤولين في بعض المناصب.
- الباحثين عن المعلومات، والمعرفة، من خلال المعلومات الكثيرة التي تتضمنها هذه المواقع.
- الراغبين بالتعبير عن مشاعرهم، وآرائهم، واتجاهاتهم، نحو العديد من الموضوعات والقضايا، مع أشخاص آخرين يقاسمونهم نفس الاهتمام والآراء.
- الباحثين عن الفرص، واكتساب الخبرات والمعارف والمهارات في بعض المجالات المهنية والحياتية.
