

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية **social networking**: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

غادة ممدوح سيد(*)

إشراف/ أ.د. محمد المرسي(**)

مقدمة:

سعى الإنسان جاهدا عبر التاريخ إلى تطوير مهاراته في الإتصال فانبرى أولا إلى تطوير اللغة وأعقبها باختراع الحروف الأبجدية محققا بذلك الثورة الأولى للإتصال، لكن جهوده في نشر المعرفة على نطاق واسع لم تكفل بالنجاح إلا في القرن الخامس عشر للميلاد حين تم اختراع المطبعة محققا بذلك ثورة الإتصال الثانية، وأذن اختراعها بحلول عصر الإتصال الجماهيري. وحقق استخدام وسائل الإتصال الإلكترونية في الثلث الأول من القرن الثامن عشر دفعة قوية لبلوغ عصر الإتصال الإلكتروني، لما نجم عن ذلك شيوع للمذياع والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى، وبذلك تحققت ثورة ثالثة في الإتصال هي ثورة الإتصال الإلكتروني. أما الثورة المفصلية الرابعة فهي ثورة الكتابة في الفضاء الإلكتروني التي ارتبطت بوسيط اتصال جديد هو شبكات الإتصال عن بعد، فقد استقبلت الصحافة وافدا جديدا جاء إليها من الإنترنت وظهر ما يسمى بالنشر الإلكتروني والنشر عبر الإنترنت⁽¹⁾. أما ثورة الإتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية في نقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية⁽²⁾.

وقد تميز النصف الثاني من القرن العشرين بقفزات تكنولوجية مذهلة تطورت معها نظم الإتصالات بشكل فاق كل تصور، فظهر مجتمع المعلومات Information Society نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الإتصالات الفضائية بما لديها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية القادرة على تخزين قدرات هائلة من البيانات وسهولة استرجاعها في ثوان قليلة، وهو ما أدى إلى ظهور شبكات المعلومات التي جعلت الإنسان يستطيع الوصول إلى مصادر المعلومات عن طريق وسائل الإتصال الحديثة الفورية على الأرض أو من خلال الفضاء، وهكذا أضافت هذه الشبكات بعداً كبيراً لقدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها وإنتاج المعلومات وبنائها والتعامل معها في الحال. وقد ظهر التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات وهو ما يمثل أحد أبعاد عولمة الإعلام، فمع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات

(*) مدرس مساعد بكلية الآداب- قسم الإعلام - جامعة بنها
(**) الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي، ظهرت تكنولوجيا الإتصال متعددة الوسائط وتكنولوجيا الإتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة، ومن أشهرها شبكة الإنترنت⁽³⁾. فكان ظهور تلك الشبكة بمثابة قفزة نوعية في تاريخ وسائل الإعلام، إذ أسهمت في إلغاء المسافات والحدود الجغرافية بين البشر، وجعلت العالم ليس فقط قرية كونية صغيرة _ كما يقول مارشال ماكلوهان M. Marshal _ بل مجرد شاشة فضية صغيرة؛ ليتحول إنسان القرن الواحد والعشرين إلى ما يمكن تسميته بالمواطن الكوني أو العالمي Global Citizen⁽⁴⁾.

وقد حظيت الثورة المعلوماتية باهتمام بالغ من قبل الدارسين والباحثين سواء في حقل العلوم السياسية أو الإعلام والاتصال، حيث تهدف تلك الثورة إلى تكريس حق المواطن في الإعلام من خلال تعزيز الحرية المطلقة لنشر المعلومات، فكانت تلك الثورة نتاج ثلاث ثورات سابقة لها نتج عنها ما صار يُعرف في الأوساط الأكاديمية بـ Web 2.0 أو الجيل الثاني من الإنترنت والذي تميز بعدد من التطبيقات تسمح لمستخدميها بالتعاون والعمل سوياً وتقاسم الفيديوهات والتسجيلات الصوتية والملفات عبر الإنترنت، وقد اتخذت هذه الظاهرة مسميات عدة منها الإعلام الجديد New Media، والإعلام البديل Alternative Media، والإعلام المجتمعي Societal Media، وإعلام المواطن Citizen Media⁽⁵⁾، وصحافة المواطن حيث نجد أن أول من دعا إليها في العام 2003 هو الكاتب "دان جليمور" في كتابه نحن وسائل الإعلام: الصحافة الشعبية من الشعب وإلى الشعب⁽⁶⁾.

ويعتبر مصطلح Web 2.0 من أهم المصطلحات التي يطرحها قطاع المعلوماتية، وقد ظهر بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب عام 2003 في مدينة سان فرانسيسكو الذي أقيم بين شركتي O'reilly وشركة Media Live International، وكان الهدف من المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة وتقسيم مواقع الإنترنت إلى مواقع ويب 1.0 ومواقع ويب 2.0 على أساس الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التي تقدمها مواقع الإنترنت، وبهذا يتضح بأن ويب 2.0 هي عبارة عن مجموعة من الخدمات التي تقدمها المواقع وليست تقنية واحدة أو خدمة واحدة⁽⁷⁾.

ومع الثورات والاحتجاجات التي اندلعت مطلع سنة 2011 في العديد من البلدان العربية (تونس، ومصر، وليبيا، والبحرين، وسوريا، والجزائر....) وجدت هذه التطبيقات الاتصالية مناخاً مناسباً للتطور والانتشار في البيئة الإعلامية والسياسية العربية، فقد تنامت بشكل مذهل وتزايد عدد مستخدميها بشكل كبير، وهذا راجع في الأساس إلى أن غالبية وسائل الإعلام العربية مملوكة من طرف الحكومات مما جعل

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

الأفراد يلجأون إلى هذا التطبيقات الاتصالية كوسائل بديلة لإيصال أصواتهم إلى العالم ونقل ما يعيشونه من واقع مرير في ظل التعنيم الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العمومية والصورة المزيفة التي يتم اصطناعها⁽⁸⁾.

مظاهر تعدد تسميات الإعلام الجديد:

هناك تسميات ومصطلحات عديدة تستعمل كمرادفات لصحافة المواطن (Citizen Journalism) وللإعلام الجديد (new media)، فقد راجت تسميات مثل "صحافة التطوع"، "الصحافة الشعبية"، "صحافة الهواة" (amateur journalism)، "إعلام نحن" (we media)⁽⁹⁾، و"الصحافة القائمة على النقاش" (conversation journalism)، ويسمى "أندرو ليونارد" (Andrew Leonard) بصحافة المصدر المفتوح (open source journalism)، وتسمى كذلك الصحافة التشاركية (participatory journalism)، وغير ذلك من التسميات التي تطلق على هذا الشكل الصحفي الجديد⁽¹⁰⁾.

وتشير كل هذه التسميات إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستعمل بإنتاج مضامين إعلامية ونشرها عبر وسائل وتطبيقات الاتصال الجديدة (كتطبيقات الإنترنت: المدونات، مواقع التشبيك الاجتماعي، مواقع بث الفيديو والبودكاست، المواقع التشاركية، مواقع الويكي، منتديات النقاش الإلكتروني...)، أو إرسالها للفتوات والمؤسسات الإعلامية لتقوم بنشرها. ورغم وجود نسبة هامة من الصحفيين المحترفين الذين يمارسون صحافة المواطن (كالتدوين مثلا) إلا أن غالبية الممارسين لها هم من المواطنين العاديين، أي أنهم هواة وغير محترفين. وبالتالي فصحافة المواطن جاءت لتعبر عن نوع من "صحافة الجمهور"⁽¹¹⁾، التي يمارسها الجمهور من أجل الجمهور (of the people, by the people as well as for the people)⁽¹²⁾.

ولقد تعددت أسماء الإعلام الجديد ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء:

- الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.
- الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات .

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

- الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت غيرها من النظم الاعلامية التفاعلية الجديدة .
 - كما يُطلق عليه تعبير الوسائط السيبرونية Cyber Media من تعبير الفضاء السيبروني Cyber Space الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي "ويليام جيبسون" (William Gibson) في روايته التي أصدرها عام 1984⁽¹³⁾.
 - يُطلق على الإعلام الجديد أيضا صفة إعلام المعلومات Info Media للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
 - ويُطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة Hyperlinks وهنا نحن معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي اعطت ميزة التشعبية والوصلات Links لما ينشر او يبيث داخلها.
 - كما يُطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام المستحدث إعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.
- ونلاحظ ارتباط بعض هذه الأسماء بتطبيقات الكمبيوتر, فبعضها خرج من طبيعة الوسيط الاتصالي وأخرى من خبرات ثقافية يصعب ايجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي ولدت فيها , كما أن بعض الاسماء يشير الى تطبيق جزئي من تطبيقات الاعلام الجديد او احدى ميزاته كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من ميزات شبكة الانترنت , وبعضها يلم بأطراف اخرى من الوسائل مما يوسع من قاعدة التعريف ومن قاعدة الوسائل والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام الجديد بشكل عام⁽¹⁴⁾.

مفهوم الإعلام الجديد New media:

ظهر مصطلح الإعلام الجديد New media ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يُبيث أو يُنشر

عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية. ومن المهم الإشارة إلى أن (الجدة) التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جدة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون جديدا

في الغد أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديدا بالأمس. ومن هنا ندرك أن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثل "جينتلمان وبنجري" قد أصلا لظهور الإعلام الجديد ابتداء من ظهور التلغراف عام 1740 م، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام. فالمفهوم بالرغم من دقة وصفه بالجدة إلا أن هناك خلافا لفظيا ولغويا على مدلولاته، وهذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعلام ظهرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية التي تختلف تماما عن مرحلة ما قبل الانتشار الجماهيري لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)⁽¹⁵⁾.

ولا تعني التعريفات المتعلقة بالإعلام الجديد لأي حال من الأحوال نفي الدور الفاعل الذي لعبته وسائل الإعلام التقليدية التي أصلت للمسيرة الإعلامية وأسهمت بشكل كبير في الحراك الإنساني طوال القرون الماضية، ولا تنفي التعريفات الخاصة بالإعلام الجديد كذلك استمرارية تلك الوسائل التقليدية في القيام بدورها الإعلامي، إنما يقصد في تعريف الإعلام الجديد توضيح التحولات والإضافات على مستوى الشكل والمضمون في الممارسة الإعلامية. وبذلك يشار إلى أهم ملامح الإعلام الجديد/ "بأنه استخدام كافة التقنيات المتاحة والتي أفرزها التطور التكنولوجي للتواصل وتفعيلها عبر الشبكة المعلوماتية الدولية لتبادل الرسائل والمضامين والمعلومات بين الجمهور من خلال كافة أدوات ووسائل وطرق التواصل المتاحة والتي منها مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب وغيرها بالإضافة إلى مواقع النشر الإلكتروني والمدونات، وكذلك تفعيل الوسائط الإعلامية التي تعمل على ربط الوسائل الإعلامية التقليدية بالشبكة المعلوماتية"⁽¹⁶⁾.

وفي هذا ترى الباحثة بالرغم من كثرة التعريفات العربية والأجنبية للإعلام الجديد إلا أن هناك صعوبة بين الباحثين والدارسين في وضع تعريف أو مفهوم محدد وشامل لما يُسمى "بالإعلام الجديد" نظرا لأنه ظاهرة ديناميكية في تطور مستمر، لذا فإن الباحثة تضع له تعريفا إجرائيا في دراستها على النحو التالي: "الإعلام الجديد New media أو وسائل الإعلام الاجتماعية Social Media "هي تلك الوسائل الحديثة التي ظهرت بظهور الثورة المعلوماتية التي كان من أهم إفرازاتها ما صار يُعرف في الأوساط الأكاديمية بـ Web2.0 أو تطبيقات الجيل الثاني للإنترنت، والتي تميزت بسمه أساسية وهي التفاعلية Interactive التي حولت المستقبل العادي في حالة وسائل الإعلام التقليدية (صحافة، إذاعة، تلفزيون) إلى منتج لإعلامه الخاص من خلال مجموعة من التطبيقات والخدمات التي توفرها الشبكة كالمدونات والمنتديات ومواقع مشاركة الفيديو (تويتر) وشبكات التواصل متمثلة في (فيسبوك وتويتر ولينكد إن)".

ويتفق هذا التعريف إلى حد ما مع التعريف الذي قدمه "فيليبس و بونج" Philips & (Yung,2009) لـ مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية Social Media وهي التي تضم المدونات Blogs ، المنتديات Forums، العالم الافتراضي Virtual world ، Proad ، cast وهي الملفات الصوتية والمرئية التي ينتجها المستخدمين، والمؤتمرات الصوتية والمرئية وغيرها من الأدوات التي يتم بداخلها التفاعل بين مستخدمي الإنترنت بشكل اجتماعي يتسم بالألفة والحميمية(17).

وهناك من يرى أن هناك أربعة مداخل أساسية لدراسة الإعلام البديل في إطار نظرية الهوية السياسية، حيث تمكن هذه الرؤية النظرية من دراسة ممارسات الإعلام البديل باعتبارها جزءاً من المجتمع المدني(المدخل السياسي)، أو باعتبارها وسائل إعلامية تقف في مواجهة الوسائل السائدة(المدخل الإعلامي)، أو بالنظر إلى دورها في خدمة المجتمعات المحلية(المدخل المجتمعي)، وأخيراً دراستها من خلال ارتباطها بالنظام الاجتماعي والعالمي القائم(المدخل البنائي أو الجذموري)(18).

عوامل ظهور الإعلام الجديد:

وبدون شك فإن وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الإنترنت التي تشكل حالياً وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات(19).

2. العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات،

وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوماً بعد يوم... بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر (20).

3. **العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية** بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية (21).

4. **تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية:** يعتبر تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية من قبل البعض نتيجة طبيعية لظاهرة عولمة الإعلام وبروز أقطاب إعلامية دولية كبرى، فضلاً عن أن الإعلام الإلكتروني يعتبره البعض رد فعل عفوي وواعي عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام في وسائل الإعلام التقليدية وتأكيداً لحالة من التشكيك في مصداقيتها، وهو بذلك يعكس ظرفاً حرجاً من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني.

5. **قيام الشباب بإنشاء المواقع الإخبارية والمدونات على الإنترنت:** تعد فئة الشباب أحد أهم العوامل الفعالة التي اسهمت بحق فب لورة ظاهرة الإعلام الإلكتروني من خلال عملهم المتواصل في إنشاء المواقع والمدونات الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وربما وربما مرجع ذلك أنهم وجدوا في الإعلام الإلكتروني تعبيراً جديداً عن الديمقراطية حيث يسهم في تعبئة الرأي العام والتعبير عن قضايا الشأن العام والخاص وصياغة الآراء والقيم (22).

خصائص الإعلام الجديد:

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات يحددها "علم الدين" في الآتي (23):

1. التحول من النظام التماثلي (Analog) إلى النظام الرقمي (Digital):

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة، ونظراً إلى كون الإشارات الرقمية إما صفراً أو واحداً دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاءً وخالياً من التشويش. ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب (الكمبيوتر).

2. التفاعلية (Interactivity):

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أحوال الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أو لا/ أن يأخذ فيها موقع الشخص وثانياً/ ويقوم بأفعاله الاتصالية أي المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر. وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، والتبادل، والتحكم، والمشاركين. ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التفاضلية.

3. تفتيت الاتصال (Demassification):

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

4. اللاتزامنية (Asynchronization):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة.

5. قابلية التحرك أو الحركية (Mobility):

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.

6. قابلية التحويل (Convertibility):

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

7. قابلية التوصيل (Connectivity):

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD.

8. الشبوع أو الانتشار (Ubiquity):

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية. وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها.

9. الكونية:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

وهناك من يحدد خصائص الإعلام الجديد في الآتي:

1. تغيير أنماط السلوك: لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من

الإنتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل **active** يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.

2. **اندماج الوسائل:** أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لاعلاقة لكل منها بالأخرى، فأصبح جهاز التلفزيون يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي الوقت نفسه الإبحار في الإنترنت وإرسال وإستقبال رسائل البريد الإلكتروني، كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان إستخدامه كجهاز إستقبال لبرامج التلفزيون والراديو.
3. **حرية الإعلام الجديد:** شبكة الويب مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى أنحاء العالم بتكلفة لاتذكر، وهناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمتسخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم.
4. **إعادة تدوير المعلومة:** جعل الإعلام الجديد هذه العملية ممتدة لتشمل المعلومة ذاتها فيتم انتاجها مثلاً في صحيفة ورقية ثم تتحول لمعلومة في موقع الصحيفة على الانترنت وقد تتحول إلى صورة مدموجة مع معلومة أو مقطع فيديو تتداوله شبكات التواصل الاجتماعي.
5. **المستخدم User:** اجتماع التقنية والمساحة للتعبير والفرصة لإيصال الرأي عوامل أساس تضافرت لتعزز من المفهوم الجديد في عالم الإعلام "المستخدم ينشأ المحتوى **user generated content**"، وفي العام 2005 بلغ هذا المفهوم شكله المتكامل ليشمل الأخبار والإشاعات والتجارب الشخصية والخبرات والحلول في مختلف مجالات الحياة، وضمن وسائل متعددة كالتدوين، والمننديات، ومصادر المعلومات المفتوحة، ومواقع الأسئلة العامة، والشبكات الاجتماعية. الفرد لم يعد متلقياً عادياً بل وحدة إنتاج في ذاته⁽²⁴⁾.
6. **الفردية:** إن مجرد الهوس بتلقي جديد الإنترنت أولاً بأول من أخبار ومعلومات كان ولا يزال محل دراسة وتأمل، ولما صار الفرد مشاركاً في صنع ونشر هذه المعلومة والخبر نجده أكثر ارتباطاً ومتابعة لما يقوله ويقدمه من تفاعل الآخرين معها وتقييمهم لها ونشوء مجتمع افتراضي خاص به يعيش فيه مثل مجتمعه الواقعي⁽²⁵⁾.

كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) ويعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من نمط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال⁽²⁶⁾. وأبرز ما يتسم به الإعلام الجديد أنه يتيح المحتوى الاتصالي حسب الطلب on-demand، في أي وقت وباستخدام العديد من الوسائط الرقمية، فضلا عما يتيح للمستخدم من إمكانية تفاعلية ومشاركة دينامية في عملية الاتصال ومساحة لإنتاج قدر كبير من هذا المحتوى، بالإضافة إلى قدرة كل مستخدم على بناء شبكة للتواصل الاجتماعي مع الآخرين تتناسب مع اهتماماته واحتياجاته⁽²⁷⁾.

دور الإعلام الجديد في التغيير:

إذا كانت الصحافة بصفة عامة قد شكلت في الماضي ما سمي بالسلطة الرابعة بفضل تأثيراتها في مختلف المجالات ولاسيما السياسية منها، فإن العديد من الكتاب حاليا يعتبرون صحافة المواطن كسلطة خامسة؛ نظرا لتأثيرها المتعظم على الشؤون السياسية والإدارية لمختلف البلدان ولأنها تتيح ليس فقط للصحفيين فرصة نشر ما هو ممنوع وما قد يضايق السلطة والنظام القائم، بل تتيح أيضا للأفراد والمواطنين العاديين- بما فيهم أولئك الذين يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع- إمكانية التعبير بحرية عن انشغالاتهم، وإيصال آرائهم واقتراحاتهم للحكام، وهو الشيء الذي أثار تخوف الأنظمة الشمولية المستبدة، فقامت في عدة أحيان بحجب مواقع الكترونية ومدونات الكترونية، بل قامت حتى باعتقال بعض المدونين الذين تم التعرف على هوياتهم والزج بهم في السجون بسبب كتاباتهم (مثل ما حدث في إيران، الصين...)، و لكن رغم ذلك فإن صحافة المواطن لا يمكن التحكم فيها و مراقبتها كما هو عليه الأمر مع الصحافة التقليدية، لأنه حتى وإن تم حجب موقع أو مدونة في بلد معين ومنعه من النشر، فإن التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلد آخر أو في موقع إلكتروني آخر، و لذلك يمكن القول أن رقابة السلطة على وسائل الإعلام قد زالت وتلاشت، و لاسيما مع التطبيقات والتقنيات الإتصالية التي تتطور وتستحدث باستمرار، مما يجعل التنبؤ بما يمكن أن يحدث في المستقبل من أشياء جديدة ضربا من المستحيل؛ و ربما قد تكون هذه الحرية اللامتناهية للتعبير عبر شبكة الانترنت، من بين الأسباب التي جعلت عدة بلدان و أنظمة ديكتاتورية تتماطل في إيصال الربط بالشبكة في أقطارها و حرمان مواطنيها من استعمالها⁽²⁸⁾.

وعليه فإن الدول العربية لم تكن بمنأى عن هذه التأثيرات والممارسات الجديدة رغم النسبة الضئيلة من الأفراد المستعملين لتكنولوجيا الإتصال، فتخلف هذه البلدان سياسيا وانغلاقها إعلاميا جعل تلك النسبة القليلة من الأفراد المستعملين الذين اتاحت لهم الوسائل ينفجرون ويثيرون من خلال إنتاج المضامين السياسية ونشرها لكسر الاحتكار الذي تمارسه حكوماتهم ومؤسساتهم الإعلامية ، ويؤكد ذلك عدة أمثلة في مختلف الدول، منها تونس ومصر وليبيا والبحرين التي حدثت فيها مظاهرات واحتجاجات أجبرت حكوماتهم وسياسيهم على التعامل معهم وتمكينهم من الكشافة السياسية في مختلف القنوات الإتصالية، ولاسيما القنوات التفاعلية الجديدة عبر الإنترنت. حيث تساهم تلك التطبيقات في وصول الأصوات المغمورة إلى المحافل الدولية والمنظمات الحقوقية والمهنية ووسائل الإعلام الأخرى، التي تتناقل هذه الأخبار بشكل يلفت نظر السياسيين والمسؤولين المحليين ويشكل ضغوطا عليهم ويجعلهم يولون اهتمامهم لهذه الأصوات المحلية ، ولا أدل على ذلك ما قامت به السلطات من حجب لبعض المواقع ومنع بعض التطبيقات مثل الفيسبوك والمدونات وغيرها في البلدان العربية التي اجتاحتها موجة المظاهرات بداية عام 2011 خوفا من قيام المواطنين بتقديم تغطية إعلامية لما يحدث في ظل غياب شبه كلي لوسائل الإعلام التقليدية⁽²⁹⁾.

مقاربة بين الإعلام الجديد والتقليدي:

يعتبر الخطاب السائد أن الأشكال الإعلامية الجديدة والممارسات التواصلية المستحدثة (صحافة إلكترونية، إعلام المواطن، إعلام جديد، شبكات اجتماعية، تدوين....) التي تنتشر داخل فضاء الإنترنت تمثل قطيعة مع الإعلام الكلاسيكي من حيث التكنولوجيات التي توظفها والمضامين التي تنتجها والنماذج التي تحكمها. وإذا كان من البديهي التسليم بأن الأشكال الإعلامية الجديدة مثل الصحافة الإلكترونية تختلف عن الإعلام الكلاسيكي في مستوى آليات بناء خطابها وعلاقتها بالجمهور ووسائطها التقنية، فإن القول بالقطيعة بين الإعلام الكلاسيكي والجديد المنتجة لإلغاء الثاني للأول يحتاج إلى مساءلة نظرية. فالاحتفاء بالإعلام الجديد والافتتان بوسائطه كاد أن يتحوّل إلى خطاب تبشيري بثورة عارمة تعلن بكل ثقة نهاية الإعلام الكلاسيكي (موت الصحافة مثلا) أو أزمتته ونقصانه في كل الأحوال مقارنة بالإعلام الجديد، كالقول مثلا بتضاد الوسائط الإعلامية غير النشطة (Passive old media) والوسائط الإعلامية الجديدة والنشطة (Interactive new media versus) كما يدافع عن ذلك البعض. وإضافة إلى التشويه المعرفي الذي تلحقه بالظاهرة الإعلامية فإن الرؤية الحتمية- التقوية تؤدي كذلك إلى

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

توجيه جهد الباحثين إلى دراسة الأشكال الإعلامية الجديدة كالصحافة الإلكترونية والتدوين وإعلام المواطن والتفاعلية على حساب دراسة تغيّرات الإعلام الكلاسيكي (إهمال دراسة الإذاعة مثلاً) وإغفال دراسة العلاقة المركّبة بين الإعلام الكلاسيكي والجديد بشكل عام. وعلى هذا النحو تبدو العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد محكومة بالتناظر والانقطاع⁽³⁰⁾.

وفي الواقع يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي من ناحيتين هامتين، الأولى: أن المستخدمين في قنوات الإعلام الجديد هم من يقومون بإنتاج وتأليف المحتوى، حيث يستطيع المستخدم أن يدون في مدونته الخاصة ما يريد، أو يقوم برفع مقاطع الفيديو المرئية للآخرين، أو يختار المجموعات التي تتوافق مع اهتماماته ليشاركها في النقاش وإبداء الآراء، أما الناحية الثانية: فالإعلام الجديد يتصف بكونه تفاعلي، فالمتلقي هنا لم يعد يستقبل المعلومة فقط، بل أصبح له الحق في التعليق عليها والتعبير عن آرائه ووجهات نظره كما يريد، بل يستطيع المستخدم أن يقوموا بتحميل ملفات ومقاطع الفيديو والنصوص والبرمجيات ووضعها على مواقع مخصصة لهم، وأن يتحكموا فيمن بإمكانه مشاهدة هذا المحتوى سواء على مستوى أصدقائهم وأقاربهم أو على المستوى العام المفتوح للجميع⁽³¹⁾. وهنا كان لزاماً علينا التحدث عن المدخل النظري الذي يتحدث عن ال **Media morphosis** أو تحور الوسائل و **remediation** بما يعني أن وسائل الإعلام الجديدة تتضمن وتعكس أنماطاً من الوسائل التقليدية، ويطلق على ذلك مصطلح Remediation أى العملية التي يتم بمقتضاها ظهور أو تطور وسيلة جديدة من تحت عباءة وسيلة أو مجموعة وسائل اتصالية أقدم منها "the representation of one medium in another" ، فالوسيلة الإعلامية الجديدة The New medium تستفيد من تكتيكات Techniques وأشكال Forms ووسائل الاتصال السابقة تم تطويرها refashion ثم تدخل معها في مرحلة تنافسية، و أيضاً الطرق التي تسلكها الوسائل القديمة لتطوير نفسها لمجابهة التحديات التي تفرضها عليها الوسائل الإعلامية الجديدة. the particular ways in which they refashion older media and the ways in which older media refashion themselves to answer the challenges of new media⁽³²⁾.

وفي العلاقة بين الوسيلة الإعلامية الجديدة والتقليدية وضع ماكلوهان قانوناً افتراضياً لما يحدث عند ولادة وسيلة إعلامية جديدة، فحدد أربع وظائف محتملة لهذه الوسيلة في مقابل الوسائل التقليدية؛ أولها/ أنها تقوم بتمديد وسيلة أخرى قائمة بجعلها أكثر فائدة مما كانت عليه قبل ظهور الوسيلة الجديدة أو برفع قيمتها، والثانية/ أن

الوسيلة الجديدة تلغي وسيلة قائمة أو تقلل بشكل كبير من أهميتها، والثالثة/ أنها عند تفعيلها بأقصى طاقة تعمل على موازنة وسيلة قائمة، والرابعة/ أنها تقوم على إحياء وسيلة تقليدية غابت أو تراجع أهميتها بصورة كبيرة قبل ظهور الوسيلة الجديدة⁽³³⁾. فالإعلام جديد في كل طور من أطواره، ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، وجديداً مع تطوّر الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الإذاعة، وجديداً مع ظهور التلفزيون. ألم يتساءل الخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير المكتوب أمام الدور الإعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤدّيه الإذاعة بداية القرن العشرين، وعن مصير الإذاعة أمام الاستقطاب الإعلامي الذي حقّقه التلفزيون أواخر النصف الأوّل من القرن ذاته. كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية في بعدها العلمي والإيديولوجي تقتضي النظر في أمر ما يسمّيه ماكلوهان بالحتميّة التكنولوجيّة⁽³⁴⁾.

وتعتبر قضية التعارض و/ أو التكامل بين الإعلام الجديد والقديم واحدة من القضايا الجدلية التي أثارت ولا تزال اهتمام علماء الإعلام والاتصال والمهتمين بهذا الحقل المعرفي المهم، غد يبرز في هذا الشأن اتجاهان: أحدهما يرى أن الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذي لن يكون فيه مكان لوسائل الإعلام التقليدية (الصحيفة الورقية، والراديو التقليدي والتلفزيون)، والثاني يرى إمكانية التعايش جنباً إلى جنب بين جميع نماذج الإعلام والاتصال قديمها وحديثها وذلك على غرار ما حدث على امتداد تاريخ هذه الوسائل، حيث لم يبلغ الجديد القديم كلياً وإن أثر فيه على نحو متفاوت بين وسيلة وأخرى⁽³⁵⁾.

وترى الباحثة أن الإعلام الجديد بمعظم تطبيقاته لا يمكنه إلغاء وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون ولكنها الحتمية التكنولوجية التي تدفعنا لاستخدام الحديث على القديم، وفي هذا فإننا نرى التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة حيث يمكن للأولى أن تنتشر وتثبت مضامينها من خلال الثانية والعكس.

فمن الملاحظ في السنوات الأخيرة أن وسائل الاعلام التقليدية قد ازدادت نسبة توظيفها لشبكة الانترنت بصفة عامة ولتطبيقات "صحافة المواطن" بصفة خاصة لأهداف عديدة أهمها/ الحفاظ على قرائها ومسايرتهم بمختلف الوسائط، والتواجد في كل الفضاءات التي يستعملونها، وبالتالي الحفاظ على حصتها من سوق الإعلانات المرتبطة بشكل وثيق بحجم جمهورها، فبعد أن كانت مصدراً للمعلومات لنسب هامة من الأفراد هي اليوم مصدراً للأخبار والمضامين بالنسبة لوسائل الاعلام الأخرى⁽³⁶⁾. ولذلك فإننا نشهد توجهها نحو استعانة الصحافة التقليدية بتطبيقات صحافة المواطن للحفاظ على

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

قراءتها ولتحقيق أكبر قدر ممكن من التغطية الإعلامية من خلال الاستعانة بالجمهور، وهذا ما يجعل "تطبيقات صحافة المواطن تبدو بمثابة "جسر إعلامي" (bridge media) يربط وسائل الاعلام التقليدية بأشكال جديدة من أشكال مشاركة الجمهور في العملية الاتصالية وفي البيئة الإعلامية بصفة عامة⁽³⁷⁾.

وهناك أمثلة كثيرة تبيّن زيادة اعتماد الإعلام التقليدي على تطبيقات صحافة المواطن لجمع المعلومات والأخبار، فعلى سبيل المثال عملت "جانيت gannett" وهي أكبر شركة للصحف في الولايات المتحدة على إحداث تغيير جذري في الطريقة التي تجمع بها صحفها الأخبار وتقدمها عبر تضمين عناصر "صحافة المواطن" التي يخلقها القراء مستثمرة النقاشات الجارية على الانترنت لإعداد قصص إخبارية⁽³⁸⁾. وقامت عام 2003 قناة BBC بإطلاق مشروع يمكن اعتباره كمحاولة لإحياء صحافة الغد (المواطن)، هذا المشروع (ICAN) يهدف إلى تجهيز الجماهير ببعض الوسائل للنشاط والنضال السياسي، وبالتالي تتمكن من مشاهدة ما يقومون به أثناء النضال وما يحدث حولهم ويقوم الفريق التقني القائم على المشروع ببعض التنقيح والتنقية خاصة للمعلومات غير الدقيقة⁽³⁹⁾.

وأطلقت قناة الجزيرة في سبتمبر 2006 خدمة الجزيرة توك (aljazeeraTalk) وخدمة "شارك" في نوفمبر 2008، اللتان تمكنان أفراد الجمهور من إنتاج مضامين إعلامية، كما بادرت قناة العربية قبل ذلك بفترة إلى خلق "منتدى الفيديو" لتمكين مستخدم موقعها من أن يصبح مراسلا تليفزيونيا في موقع الحدث الذي يتصادف وجوده فيه. وفتحت صحيفة إيلاف الإليكترونية موقعها مؤخرا 2008 لاستضافة مدونات الجمهور، وقد تبنت صحيفة لوموند Le Monde الفرنسية نفس النموذج ففتحت موقعها الإليكتروني للجمهور، وذلك ضمن الباب المخصص لأعمدة الرأي التي يكتبها الصحفيون. وقد حصل الأمر نفسه مع صحيفة الباييس El País الإسبانية، والجارديان guardian.co.uk البريطانية مثلا، اللتين اعتمدتا على بعض المعايير في تمكين بعض المدونات من الحضور على منصتيهما الإليكترونيتين منها الالتزام ببعض قواعد النشر الأساسية⁽⁴⁰⁾.

وبدون شك فإن المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة تميل لمصلحة وسائل الإعلام الاجتماعية والمواطنين الصحفيين، فلم يعد بإمكان وسائل الإعلام التقليدية تجاهل المواطنين الصحفيين، ولما قطع فيديو (الهاوة) على يوتيوب، أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية. بل إن معظم الصحفيين التقليديين المحترفين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

جمهورهم بطرق جديدة، ومع ذلك لا يمكن تجاهل نجاح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته⁽⁴¹⁾.

فلا يمكن للإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الراجح إلا إذا استخدمه وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان السبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع، ويعتقد الكثيرون أن الإعلام الجديد هو الإعلام القادم، فالكثير من التليفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشر وتعرض خدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التليفزيونية لديها حسابات مثلًا على الـ YouTube و Facebook و Twitter⁽⁴²⁾.

شبكات التواصل الاجتماعي social networking sites كأحد أهم تطبيقات الإعلام الجديد:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارًا اليوم على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى على الشبكة العنكبوتية، وهو أمر شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية الأخرى، في ظل ميزة خاصة التفاعلية المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي، أو للسرعة في وصول المعلومة وتلقيها وسهولة التعامل معها، وتشير الدراسات والإحصائيات إلى ارتفاع معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي بشكل عام وفي مصر بشكل خاص. وقد تعددت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بين التواصل والتفاعل الاجتماعي والتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ والبحث عن وظائف بالإضافة إلى الاستخدامات الإعلامية المتعددة لهذه الشبكات الاجتماعية التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام الأخرى في عدد المستخدمين والمتابعين لها. وتتفق شبكات التواصل الاجتماعي في الخصائص والمميزات مع أدوات الإعلام الجديد وتطبيقاته، وهناك من اعتبرها إعلامًا جديدًا، ولكن الباحث يرى أنها أقرب إلى تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي" وإن كانت لديها وظائف إعلامية متعددة، حيث إن الهدف الأساسي من إنشائها كان التواصل الاجتماعي⁽⁴³⁾.

ولقد أصبح للشبكات الاجتماعية دور في التعبير عن كافة الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع في ظل حوار يكون ركيزته الندية بين الفرد والنخبة والجمهير ولم تعد تمارس النخبة دورها المعتاد في صياغة الرأي العام وتشكيله وتعيينه بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها، وأصبح للفرد دور إنتاج المعلومات وصياغة

الرسالة الإعلامية لدعم تأثيرها في الرأي العام. وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جاذبة يستخدمها العديد من النشطاء بعد أن اتسع عدد المشاركين وحجم القضايا والاهتمامات بعد ثورة 25 يناير. عبر عن ذلك تصاعد ظاهرة استخدام الشبكات الاجتماعية داخل المجتمع وخاصة بعد وصول عدد مستخدمي الإنترنت في مصر إلى 35 مليون مستخدم و9 مليون مستخدم للشبكات الاجتماعية. والمتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ أنها أصبحت أبرز الظواهر الإعلامية في عالمنا اليوم، فقد استطاعت أن تستقطب معظم فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب، فتشير الإحصاءات الصادرة عن تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الذي أصدره برنامج الحوكمة والابتكار بكلية دبي للإدارة الحكومية في 2011 أن هناك 32 مليون مستخدم عربي لموقع (الفييس بوك) بمعدل نمو قدره 50 في المئة منذ مطلع العام 2011، وأن نحو مليون ومئة ألف مستخدم عربي يستخدمون (تويتر) للتدوين عليه ما بين مدون نشط ومدون صامت. هذا بالإضافة إلى أن هذه الشبكات أصبحت قناة مهمة للتعبير عن الرأي واستطاعت أن تركز مفهوم الحق في المشاركة السياسية، حيث تعد هذه الشبكات إحدى وسائل تشكيل الوعي السياسي في الوقت الراهن، إضافة إلى ذلك أن الخبراء والباحثون في مجال الاتصال السياسي يراهنون على أن تقوم شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بدور بارز ومؤثر في تحقيق الثقافة السياسية، وتشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف القضايا، وتحديد التوعية والتثقيف السياسيين من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة، وخصوصاً أن التوقعات المستقبلية تشير إلى إمكان قيام أنظمة سياسية افتراضية تحاكي الأنظمة السياسية الحقيقية الموجودة في العالم حالياً⁽⁴⁴⁾.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

مواقع التشبيك الاجتماعي (social Networking sites): أو وسائل الاعلام الاجتماعية (social media)، ويسمىها "سيرج برولكس" تطبيقات التنشئة الاجتماعية (outil de socialisation)، وهي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية ونشر ما يرغبون من مضامين (صور، تسجيلات، نصوص...)، وهي تلعب دوراً كبيراً في بناء علاقات اجتماعية بين الأفراد. وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، ففي دراسة أعدها "ديوان الاتصالات البريطاني، تؤكد أن نموها السريع وانتشارها الحالي يشير أنها تقنيات الاتصال السائدة حالياً لكثير من الناس"، لدرجة أن من لا يملك صفحة خاصة يبدو منعزلاً عن العالم⁽⁴⁵⁾.

ومن هذا المنطلق فقد تعددت وكثرت تعريفات الشبكات الاجتماعية من قبل العديد من الباحثين، ومن أبرز التعريفات التي تتبناها الباحثة كتعريف إجرائي في دراستها كان التعريف القائل بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعددت في الأونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفييس بوك، تويتر، ويوتيوب، وجوجل بلص، ولينكد إن) وأهمها هي شبكة (الفييس بوك) (46).

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العام 1954 من قبل "جون بارنز" الذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الإلكتروني (bulletin board systems (BBS) من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي، حيث أتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة. وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل (47).

ولقد بدأت شبكات التواصل في الظهور في تسعينيات القرن العشرين، وكانت أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت على شبكة الإنترنت في شكل تجمعات على النت معممة مثل موقع "Theglobe.com" سنة 1994، وموقع "Geocities.com" في نفس السنة، وتلاههما موقع "Tripod.com". وركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال صالونات الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات. في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع "Classmates.com" سنة 1995 الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع "SixDegrees.com" سنة 1997 الذي يركز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة أصدقاء، كما ظهرت سنة 1999 نماذج مختلفة من الشبكات الاجتماعية

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

تقوم أساساً على الثقة والصدقة، حيث شملت التحديتات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال⁽⁴⁸⁾.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تحقق نجاحاً كبيراً بين الأعوام 1999 و2001، وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم عندما ظهر موقع (Friendster) في كاليفورنيا من قبل (Jonathan Abrams) ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور وملفات الأصدقاء والأفراد. وفي النصف الثاني من عام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة (skyrock) كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007. وقبل ظهور الفيس بوك أنشئ في عام 2003 موقع (Myspace) الأمريكي، حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006، وكان من أهم ما يقدمه الموقع هة تفصيلات الملفات الشخصية مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية وتضمين الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات، وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين. ونشأت في فبراير من عام 2004 شبكة الفيس بوك على يد "مارك زكوربيرغ" في جامعة هارفارد، وكانت فكرته اجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم إت أرادوا ثم عمت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الإنترنت جاءت فكرة اليوتيوب عام 2005، وفي مارس عام 2006 ظهر موقع تويتر⁽⁴⁹⁾.

ومما سبق يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي بدأت في الظهور في تسعينيات القرن العشرين، ولكن الانطلاقة الفعلية لها جاءت مع مطلع الألفية الثالثة بانطلاق مواقع الأصدقاء، وماي سبيس وفيس بوك. كما يتضح أن لشبكات التواصل العديد من الإيجابيات والسلبيات شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى تتوقف كل منهما على المستخدم وطبيعة الاستخدام .

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تقسيمات الشبكات الاجتماعية تبعاً للخدمة التي تقدمها أو الهدف من إنشاء كل شبكة، وتلك الشبكات كالتالي:

1. شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين: تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف، والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم

بجميع الأشكال، حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وإقامة حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات، وهذه المواقع عديدة وكثيرة وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة فقط من الأصدقاء لمثل هذه الأمور.

2. شبكات خاصة بموضوعات معينة: هذه الشبكات نشأت لتجمع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل المهتمين بالطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

3. شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت مثل هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات (Linked in)⁽⁵⁰⁾.

ويمكن تقسيم هذه الشبكات الاجتماعية حسب الخصوصية كالتالي:

1. النوع الأكثر شهرة وهو "الشخصية": هذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدم هذا الموقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط.
2. النوع الثاني وهو "العام": وهو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية⁽⁵¹⁾.

كما يمكن تقسيمها حسب طبيعتها وتشمل:

1. مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها مثل (فيسبوك، تويتر، يوتيوب).
2. المدونات: صفحة ويب على الإنترنت تنشر عليها التدوينات (مداخلات) مؤرخة – ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة.
3. الويكي Wiki مثل: الموسوعة الحرة Wikipedia⁽⁵²⁾.

أبرز شبكات التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين ولعبت الأحداث السياسية والطبيعة في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة هذه الشبكات وأهمها: (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب)⁽⁵³⁾.

1. فييس بوك facebook:

فييس بوك (facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول والتسجيل فيها بصورة مجانية وتديرها شركة "فييس بوك محدودة المسؤولية" كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم؛ وذلك من أجل الاتصال بالأخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء وإرسال رسائل إليهم. وقد انطلق موقع الفييس بوك كنتاج غير متوقع من موقع فييس ماتش (face match) التابع لجامعة هارفارد وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، على قام "مارك زوكربيرج" بابتكار فييس ماتش في 28 أكتوبر من 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، وبعد ذلك قام بتأسيس موقع الفييس بوك على النطاق الجماهيري تحت مسمى (thefacebook.com) تحديداً في 4 نوفمبر عام 2003، وفي مارس من عام 2003 فتح الفييس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبيل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي لي، وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفييس بوك إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من سامها بعد شراء أم النطاق ليصبح (facebook.com) عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام الفييس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وفي أكتوبر من

عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له⁽⁵⁴⁾.

وللفيسبوك خصائص ومميزات تميزه عن مواقع التواصل الأخرى وهي:

- **العالمية:** استطاع الفيسبوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية حيث يمكن لأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب ببساطة وسهولة، وبتنا نسمع عن مصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي.
 - **التفاعلية:** إن الفرد في "الفيسبوك" يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة، ويعتبر "الفيسبوك" من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعدما كانت اتصالات خطية مباشرة (مرسل متلقي) أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها "الفيسبوك" ثورة غيرت مسار الإتصالات، إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلا نقدا أو تعليقا⁽⁵⁵⁾.
 - **التنوع وسهولة الاستخدام:** أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع "الفيسبوك" الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة، و"الفيسبوك" أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة، اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل.
 - **التوفير والاقتصادية:** إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على "الفيسبوك"، وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال، فأى فرد يرغب في فتح صفحة على "الفيسبوك" فله ذلك⁽⁵⁶⁾.
- أما من الخدمات التي يقدمها الفيس بوك للمستخدمين فإنها تتمثل في:**
- **خاصية الصور:** وتتيح هذه الخاصية للمشارك إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.
 - **خاصية الفيديو:** وتوفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية صوت وصورة.

- **خاصية الحلقات:** وتمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.
- **خاصية الأحداث الهامة:** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.
- **خاصية الإعلان:** وتمكن المشترك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه أو البحث عن منتج يرغب في شرائه⁽⁵⁷⁾.

2. تويتر Twitter:

التدوين المصغر Micro-blogging:

وهو مشتق من التدوين ولكنه لا يسمح بالعدد اللامحدود من المداخلات في التدوين الطبيعي إذ يقتصر التدوين في هذا النوع المصغر على إرسال رسائل أو تحديثات بحد أقصى 140 حرف فقط للرسالة الواحدة وهناك مواقع تسمح بأكثر من 140 حرف ولكنها لا تزيد عن 200 حرف. والتدوين المصغر هو عبارة عن تحديثات كتابية تصف الأحداث التي تعاصرها في يومك على مدار الساعة، وما يميز التدوين المصغر عن باقي البرمجيات هو السرعة في الإتصال والتواصل مع الآخرين، فالأمر لا يتطلب سوى سوى جملة أو كلمة بسيطة معبرة عن موضوع كامل، ومن بين أهم أئمة التدوين المصغر التويتر Twitter، موقع جايكو jaiku، موقع ماي ساي my say، موقع باونس pounce⁽⁵⁸⁾.

وتويتر هي إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي إنتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسة لعبت دورا مهما جدا في أحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي وهي: (فيس بوك- تويتر- يوتيوب)، وأخذ تويتر إسمه من مصطلح(تويت) الذي يعني التغريد وأخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة⁽⁵⁹⁾. ظهر موقع تويتر كمشروع تطوير أجرته شركته (Obvious) الأمريكية علي يد مهندس البرمجيات "جاك دورسي" (Jack Dorsey) وهو أمريكي الجنسية وصاحب فكرة إنشاء موقع تويتر، وتم إطلاقه رسمياً للمستخدمين علي الإنترنت في عام 2006 وفي أبريل 2007 قامت الشركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم موقع التواصل الاجتماعي تويتر⁽⁶⁰⁾.

ويتميز تويتر بالآتي:

- يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت.
- كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية.
- يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالإستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً.
- يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها.
- يستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقائه ومعارفه الذين يههم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم⁽⁶¹⁾.

3. مواقع بث تسجيلات الفيديو (يوتيوب you tube):

تعتبر هذه المواقع بمثابة خزان فكري يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات التي ينجزها المستعملون ويبتونها، وقد أصبح لهذه المواقع تأثير كبير في المجال السياسي خاصة أن البث عبر الإنترنت يتم تبنيه بسرعة عن التدوين؛ لأن الناس يدركون أن هذا التطبيقات يمكنها أن تغير طريقة نظرهم إلى وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أن التصوير والتسجيل والبث لا يتطلب تكاليف كبيرة ومستوى ثقافة عالي كما في الكتابة والتدوين⁽⁶²⁾.

ويُطلق عليها مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو، ومن أشهر هذه المواقع موقع "يوتيوب" (you tube): وتشير بعض المصادر أن هناك 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يوميا عبر يوتيوب⁽⁶³⁾، كما يتم منه إنزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة⁽⁶⁴⁾، وفي سنة 2010م فاق عدد التسجيلات المشاهدة 20 بليون، ويتم بث 24 ساعة تسجيلاً كل دقيقة؛ كما أن ما نشر من تسجيلات عبر الموقع في 60 يوماً يفوق ما تنتجه أكبر ثلاث شبكات أمريكية في 60 سنة، وتشير مصادر أخرى إلى أن 700 مليار فيديو تم نشرها في 2010م. ومن مواقع تسجيلات الفيديو الأخرى موقع "dailymotion" وموقع "myvideo" المملوك من طرف شركة غوغل (google)⁽⁶⁵⁾. وقد تأسس يوتيوب كموقع مستقل في 14 فبراير عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين، هم الأمريكي "تساد هيرلي" والتاواني "تشرين" والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون بشركة "pay pal" المتخصصة في التجارة الإلكترونية⁽⁶⁶⁾.

إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد:

يذهب المؤيدون لدور وسائل الإعلام الجديد بالقول أنه مصدرا مفتوحا للأخبار والأحداث على طبيعتها الحقيقية وبالتالي فهو يمد الجمهور بالحقائق بلا تزييف، بينما المعارضون والمتشككون في طبيعة دوره يرون أنه على النقيض تماما حيث يساعد على نشر الشائعات والأكاذيب لأنه غالبا لا يوضح مصدر الخبر ولا يهتم بتوافر عناصر المصداقية ويبحث عن الإثارة وأحيانا تشويه الخصوم وتصفية الحسابات. ورغم أن هناك قوة كثيرة إلا أن نقاط الضعف تبدو أكثر من نقاط القوة، وتتمثل نقاط القوة في سرعة نقل المعلومات ووصولها إلى عدد كبير من الجمهور الذي لا يملك الوقت لقراءة الصحف أو مشاهدة التلفزيون، كما أنه يساهم في تحفيز المواطنين العاديين على خوض غمار العمل الصحفي في أماكن قد يتعذر على الصحفي المحترف الوصول إليها، بالإضافة إلى قدرة وسائل الإعلام الاجتماعي على تجاوز الرقابة المشددة التي تفرضها الحكومات في بعض البلدان على وسائل الإعلام التقليدية.

أما نقاط الضعف فتتمثل في غياب المهنية وعدم الالتزام بالضوابط الصحفية مما يلقي بظلال من الشك على مصداقيتها، وهناك أمثلة كثيرة عن أخبار جرى تداولها على "تويتر" أو "فيس بوك" وانتشرت بسرعة البرق في أنحاء العالم ليثبت بعد ذلك عدم صحتها، مثل أخبار عن وفاة بعض المشاهير أو استقالات بعض السياسيين أو تداول مشاهد فيديو وصور مفبركة، بالإضافة إلى إمكانية تعرض الحسابات إلى الاختراق والقرصنة وسرقة المعلومات الخاصة وكلمات السر، وهو ما حدث لموقع "تويتر" منذ فترة حيث اعترفت إدارته أن أكثر من 250 ألف حساب قد تعرض للاختراق وسرقة كلمات السر للمستخدمين⁽⁶⁷⁾.

ويضيف عبد الله الزين الحيدري بقوله: "هذا العالم الجديد - على ما فيه من حفريات تكنولوجية عميقة بدأت تغير من القيم والسلوك - لا يخلو من وجود حالة فوضى مزدوجة: فوضى في السماء يجسدها الحضور المتنامي لأقمار الاتصالات والأقمار المتحركة وأقمار المراقبة والرصد، وفوضى على الأرض تتلونها الفضائيات ويغذي أطوارها الفضاء اللامتناهي لشبكة الإنترنت. والأخطر من ذلك كله فوضى المفاهيم والمصطلحات المترجمة مع فيضان من التدني اللغوي أدى إلى تراجع مقاييس الجودة والإبداع⁽⁶⁸⁾. فالفوضى في مضمارنا هي تلك السلوكيات العشوائية غير القابلة للقياس الدقيق والتي لا يمكن احتواؤها بفعل تعديل يحدث داخل النظام، فالبيئة الجديدة المسماة اليوم بالإعلام الجديد مهتأة لحدوث الفوضى لا اعتبارها نظاما

ديناميًا معقدًا تحدث داخلها سلوكيات غير منتظمة وغير مستقرة، بل إن عناصرها المادية والرمزية مولدة لمثل هذه السلوكيات. فالفوضى حينئذ تظل خاصية من خصائص هذه البيئة الحتمية اللأخطية التي أصبح من العسير التحكم في ديناميكيتها والتنبؤ بحالاتها المستقبلية⁽⁶⁹⁾.

وفيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة فقد وجد أن لها عدة مميزات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

1. تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شئ عنهم كالمهنة والإختصاص والإهتمام⁽⁷⁰⁾.

2. إن السمة المميزة لهذه المواقع تركيزها على بنية العلاقات وأهميتها ابتداءً من التعارف وانتهاءً بالعلاقات الوثيقة، ومما ساعد في نجاح هذه السمة عناصر عدة توفرها شبكات التواصل الاجتماعي يتمثل أبرزها في:

- يستطيع المستخدم أن يتحدث إلى أناس متشابهين له من حيث المصالح والانتماء الديموجرافي.

- يستطيع المستخدم أن يتحدث مع الكثير مع الناس في وقت واحد.

- توفر شبكات التواصل الاجتماعي حرية التعبير الذاتي عن الاهتمامات والآراء⁽⁷¹⁾.

3. ويضيف المؤيدون لتلك الشبكات أنها تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة، كما أنها تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال وتساعد على قبول القضايا الخلافية وتساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين وتوفر فرصة التعلم "بالرمزيات" و"المحسوسيات" أيضًا⁽⁷²⁾.

ورغم الخدمات الكثيرة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركين إلا أنها تواجه عددا من **الصعوبات** والتحديات التي تنعكس في الغالب سلبا على المستخدم منها:

الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية social networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات

- ضعف الإنتاجية: اعتاد الناس على استخدام الأدوات الإلكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الاجتماعية ولكن ذلك يكون أحيانا على حساب الإنتاجية والعمل.
- سلاسل مرافق العضوية(صعوبة المراقبة): بالرغم من وجود خيارات الحذف في شبكات التواصل إلا أن المستخدمين اكتشفوا صعوبة الحذف نهائيا.
- انعدام الخصوصية وضعف الأمان: باستطاعة شبكات التواصل الاجتماعي أن تتبع معلومات المستخدم الشخصية لأي شخص، والملكية الفكرية مهددة فيها.
- انعدام الهوية الحقيقية: الهوية الحقيقية لا يمكن أن تُعرف وتظهر إلا إذا اجتمع الشخص بالآخر.
- الشرعية والتماثل: من خلال شبكات التواصل استطاعت بعض المنظمات غير الرسمية من تضليل وخداع المستخدمين الأقل حذرا بأشكال كثيرة كالنصب والاحتيال.
- تزييف المحتوى: تقييم المصداقية في بيئة الإنترنت غالبا ما يكون أكثر تعقيدا من محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة.
- المراقبة والحجب: تملك الحكومات ممثلة بأجهزة استخباراتها قدرة كبيرة على مراقبة ومواجهة تطور وسائل الإعلام ومن ثم حجبها⁽⁷³⁾.

وفي هذا ترى الباحثة أن من أخطر سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

1. أنها تؤدي لعزلة الأبناء عن آبائهم مما قد يؤدي بهم للانخراط في عالم افتراضي يسبب لهم اضطرابات نفسية وربما الدخول في علاقات غير شرعية.
2. انتحال شخصيات البعض عن طريق استخدام اسم شخص أو مؤسسة واستخدامهم في نشر المعلومات المغلوطة أو بث الشائعات أو للنصب والاحتيال.
3. إدمان تلك المواقع حتى صارت جزءا لا يمكن الاستغناء عنه في حياة البعض منا، فأصبحنا نستخدمها في الاتصالات وأدمنناها وكأنها عالم يوازي عالمنا الحقيقي.
4. ظهور لغة جديدة بين الشباب وتحولت رموز وحروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام أخرى فبات حرف "ح" يكتب "7" مما قد يؤدي بهويتنا ولغتنا إلى الطمس.

الخلاصة:

مما سبق يتضح إقبال الكثير من الأفراد على استخدام الإعلام الجديد بمعظم تطبيقاته وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي والتي من أهمها الفيس بوك، حيث لوحظ كثرة استخدام الشباب لهذا الموقع من أجل التواصل مع الآخرين والتعارف ولاكتساب ومعرفة معلومات جديدة، كما أنها أتاحت حرية التعبير عن الرأي للجميع بعيدا عن عين الرقيب سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو المدونات أو المنتديات وساحات الحوار، هذا بالإضافة إلى أنها تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة، كما أنها تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال وتساعد على قبول القضايا الخلافية وتساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين وتوفر فرصة التعلم "بالرمزيات" و"المحسوسيات" أيضاً، وبالرغم من الكثير من المميزات التي توفرها هذا الشبكات إلى أنه لها أضراراً جسيمة على الأسرة والفرد والمجتمع، فقد تؤدي بأفراد الأسرة إلى الانطواء وعزلة كل فرد والخلوة بنفسه، أيضاً قد تؤدي بالفرد إلى ارتكاب الجرائم عن طريق معرفة بعض أصدقاء السوء على تلك الشبكة مما قد يؤدي به للانحراف وارتكاب سلوكيات منافية لمجتمعنا وعاداتنا، وهنا يجب على كل أسرة مترابطة الأباء أن يقوموا بدور إيجابي إزاء تلك الظاهرة لحماية أبنائهم وخاصة صغار السن من الأطفال والذين يحملون تليفونات محمولة وتابليت في جيوبهم وينتقلون به إلى كل مكان، على الأب والأم ترشيد استخدام أبنائهم لشبكة الإنترنت وشغل أوقاتهم بأشياء أكثر إفادة لهم كتعلم السباحة والرماية وغير ذلك مما حثنا عليه رسولنا الكريم.

قائمة المراجع:-

- 1 عبد الله ممدوح مبارك الرعود. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: كلية الإعلام، 2012). ص ص25-26.
 - 2 سميرة شيخاني. الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول+ الثاني. (سوريا: جامعة دمشق، 2010). ص ص448-435-480.
 - 3 أميرة النمر. اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 8، العدد 4، أكتوبر/ديسمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007). ص ص238-239.
 - 4 فيصل مظفر عبدالله القصيري. "رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: كلية الإعلام، 2011). ص 13.
 - 5 فتحي بولعراس. الدبلوماسية التقليدية في مواجهة العصر الرقمي: كواليس العلاقات المغاربية في وثائق "ويكيليكس". المجلة العربية للعلوم السياسية، عدد 32. (بيروت: الجمعية العربية للعلوم السياسية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، 2011). ص ص115-117.
 - 6 فضل طلال العامري. "حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية". (الجزيرة: دار هلال للنشر والتوزيع، ط 1، 2011). ص 151.
 - 7 ليلي أحمد جزار. "الفيس بوك والشباب العربي". (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط 1، 2012). ص 44.
 - 8 إبراهيم بعزيز (2011). دور وسائل الاتصال الجديدة في أحداث التغيير السياسي في البلدان العربية. المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 31. (بيروت: الجمعية العربية للعلوم السياسية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، 2011). ص ص173-173-188.
 - 9 إبراهيم بعزيز (2012). دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث: دراسة حالة قناة الجزيرة. ورد بموقع:
- <http://brahimsearch.unblog.fr>. date of search: 9\10\2014, 3:11pm.
- 10 عباس مصطفى صادق. "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات". (عمان: دار الشروق، 2008). ص 185.
 - 11 Sutton, Shaun. "The.my. in oh my news: A uses & gratifications investigations into the motivations of citizen journalists in south KORE". (United Kingdom: University of Leeds, 2006). P.5
 - 12 Goh, Rachele. "Mainstream Media Meets Citizen Journalism: In Search of an New Model, communication & media studies thesis". (Tufts university: 2007). P.17
 - 13 نسرین حسونة. الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. ورد بموقع:
- <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/>. Date of search: 15\10\2014, 10:48 am.
- 14 عباس مصطفى صادق. الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة. مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد 2. (الدانمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2007). ص ص169-170.

- 15 رضا عبد الواحد أمين. استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. بحث ورد في: المؤتمر الدولي بعنوان: الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد.. في الفترة من 7-9 إبريل. (البحرين: جامعة البحرين ، قسم الإعلام والسياحة والفنون، 2009). ص ص516-517.
- 16 عماد عمر. وسائط الإعلام الجديدة فضاءات إعلامية متاحة ومصادر معلوماتية هامة: التواصل الإعلامي وثورة 25 يناير المصرية أنموذجاً. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الـ18 بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة في الفترة من 1-2 يوليو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، 2012). ص ص122-123.
- 17 Philips, David & Young, Philip. "Online Public Relations: A Practical Guide to Develop an Online Strategy in the World of Social Media". (London: Kogan Page, 2009). P.108.
- 18 خالد جمال عبده. "علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2013). ص 68.
- 19 ياس خضير البياتي. الإعلام الجديد: رؤية مستقبلية للمشاهد العربي القادم. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الـ 18 بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة في الفترة من 1-2 يوليو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، 2012).
- 20 سميرة شبخاني (2010). مرجع سابق. ص 444.
- 21 عيسى عيسى العسافين. "المعلومات وصناعة النشر". (دمشق: دار الفكر، 2001). ص 193.
- 22 أحمد بن جميل الميمان. "توظيف المؤسسات الأمنية لوسائل الجديد والتواصل الاجتماعي في مجالات التوعية الأمنية بالمملكة العربية السعودية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، 2015). ص 21.
- 23 محمود علم الدين. تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي. مجلة عالم الفكر، مجلد 23، عدد خاص عن الإعلام المعاصر. (الكويت: 1994). ص ص115: 118.
- 24 بشرى جميل اسماعيل. مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14. (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2012). ص 20.
- 25 محمد عواد. "مدخل إلى الإعلام الجديد". سلسلة مثقف في ساعة. (عمان: 2008). ص 18.
- 26 رحيمة الطيب عيساني. الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 20. (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2013). ص ص53
- 27 حسام إلهامي، أحمد سمير حماد، ومها عبد المجيد. "مناهج البحث في الإعلام الجديد". (القاهرة: الوابل الصيب للإنتاج والتوزيع والنشر، 2013). ص 95.
- 28 إبراهيم بعزیز. دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن. مجلة الإذاعات العربية، العدد 3. (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، 2011). ص ص45-56. ورد بموقع:
- Date of search: 9\10\2014, 4:08pm. <http://brahimsearch.unblog.fr>
- 29 إبراهيم بعزیز. دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية. مرجع سابق. ص 182.
- 30 الصادق الحمادي. الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال: التلفزيون العمومي نموذجا. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، يناير/يونيه. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009). ص ص1-2.

- 31حنان أحمد سليم.أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية.المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 38، يوليو/ ديسمبر.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 32شيم عبد الحميد قطب. رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات في الفترة من 7-9 يوليو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، 2009).صص1017-1136.
- 33سعد بن محارب المحارب(2011).مرجع سابق.ص40.
- 34عبد الله الزين الحيدري.الإعلام الجديد: النظام والفوضى.المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، يناير/ يونيو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).صص243-244.
- 35نصير صالح بوعلي.الشباب بين وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد.الباحث الإعلامي، العدد27.(جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2015).صص92-118.
- 36The UCLA internet report: Surveying the Digital Future.(UCLA Center for Comm –unication Policy, 2001).P.33.
- 37Schaffer, Jan."citizen media: Fad or the Future of News? The rise & prospects of hyperlocal journalism".(Baltimore\University of Maryland: The Institute for Interactive Journalism, 2007).P.3.
- 38إبراهيم بعزیز(2012).دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث: دراسة حالة قناة الجزيرة. ورد بموقع: <http://brahimsearch.unblog.fr>.Op.Cit.
- 39Gillmor, Dan."We the media. Grassroots journalism by the people for the people". (Sebastopol, CL: O'Reilly,2004).Pp.124-125.
- 40الصادق رابح.المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل. بحث ورد في: المؤتمر الدولي بعنوان: الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد.. في الفترة من 7-9 ابريل.(البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، 2009).صص546:537-558.
- 41ياس خضير البياتي(2012).مرجع سابق.
- 42بشرى جميل الراوي.دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري.مجلة الباحث الاعلامي، العدد18. (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2012).صص104-105.
- 43صلاح محمد مسلم أبو صلاح."استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية".رسالة ماجستير غير منشورة.(الجامعة الإسلامية-غزة: شؤون البحث العلمي والدراسات العليا، كلية الآداب، برنامج ماجستير الصحافة، 2014).ص70.
- 44أحمد حسين محمدين.دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر: دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية 2012. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الـ 18 بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة في الفترة من 1-2 يوليو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، 2012).
- 45إبراهيم بعزیز(2012).دور المجتمع العلمي في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت.ورد بموقع: <http://brahimsearch.unblog.fr>.date of search: 9\10\2014, 3:15pm.

- 46صلاح محمد مسلم أبو صلاح."استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. (الجامعة الإسلامية-غزة: شئون البحث العلمي والدراسات العليا، كلية الآداب، برنامج ماجستير الصحافة، 2014). ص71.
- 47عبد الله ممدوح مبارك الرعود(2012). مرجع سابق. ص32.
- 48ممدوح عبد الواحد محمد الحيطي. شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الـ 18 بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة في الفترة من 1-2 يوليو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، 2012).
- 49عبد الله ممدوح مبارك الرعود(2012). مرجع سابق. ص33-35.
- 50وليد أحمد إبراهيم إمام."استخدامات الأطفال الصم لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2015). ص58.
- 51وائل مبارك فضل الله. "أثر الفيسبوك على المجتمع". (السودان/الخرطوم: طبعة إلكترونية، 2011). ص9.
- 52وليد أحمد إبراهيم إمام(2015). مرجع سابق. ص59-60.
- 53محمد منصور."تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية: العربية نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة. (الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، 2012). ص83.
- 54سلطان خلف المطيري."شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الإقليمية والدولية، 2015). ص51-52.
- 55بدر الدين بن بلعباس."شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين: الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2015). ص55-57.
- 56إيمان حنين شين." لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في جذب السياحي: الفيسبوك نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة. (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغات العربية، 2015). ص25-26.
- 57حمادية خولة."دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي: دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة قاصدي مرباح ورقلة: كلية العلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2015). ص37.
- 58 أميرة كركوب."دور الإعلام الجديد في دعم الحراك المجتمعي: مصر نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2015). ص19.
- 59 أماني إبراهيم زوانه."درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والإشباع المتحققة". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2015). ص28.
- 60أحمد حسن خميس."الإنترنت". (القاهرة: دار المصري لتبسيط العلوم، 2013). ص139.
- 61وليد أحمد إبراهيم إمام(2015). مرجع سابق. ص90.

- 62 عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عزيز (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي. *مجلة العلوم السياسية، العدد 44*. (جامعة بغداد: كلية العلوم السياسية، 2012). ص 212.
- 63 Mayfield, Antony. "what is social media?". (California: Crossing, 2008). P.4.
- 64 Norris, Paul., & Pauling, Brian. *the digital future & public broadcasting: A research report*. (new zealand broadcasting school: November 2008). P.7
- 65 إبراهيم بعزیز (2012). دور المجتمع العلمي في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت. ورد بموقع: <http://brahimsearch.unblog.fr>. **Op.Cit**
- 66 عبد الرزاق محمد الدليمي. "الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية". (الأردن: دار وائل للطباعة والنشر، ط1، 2011). ص 15.
- 67 محمد رضا محمد حبيب. "معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة). ص 95.
- 68 عبد الله الزين الحيدري. الإعلام الجديد: النظام والفضي. بحث ورد في: المؤتمر الدولي بعنوان: *الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد.. في الفترة من 7-9 ابريل*. (البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، 2009). ص 128: 125-164.
- 69 عبد الله الزين الحيدري (2009). الإعلام الجديد: النظام والفضي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33*، يناير/ يونيه. مرجع سابق. ص 251.
- 70 محمد منصور (2012). مرجع سابق. ص 81.
- 71 عبد الله ممدوح مبارك الرعود (2012). مرجع سابق. ص 28.
- 72 ممدوح عبد الواحد محمد الحيطي (2012). مرجع سابق.
- 73 عبد الله ممدوح مبارك الرعود (2012). مرجع سابق. ص 50-51.