

## الإجابة على أسئلة الامتحان

أجب على سؤالين فقط :

10/20 السؤال 1- يستخدم الإعلام الغربي الصور النمطية (stéréotypes) كأسلوب لجذب شباب المجتمعات في طريق النمو مثل الجزائري/ ناقش هذه الفرضية و أعطي أمثلة عليها مبرزاً العلاقة بين الصورة النمطية و السلوك الاجتماعي المعبر عنها.

### الإجابة 1

الأفكار المسبقة التي ينقصها الكثير من المعلومات تتسم بأنها أولية ومؤقتة، تراكمت في عقلك الباطني، ليست مبنية على التجربة. وإنما على الحكم المسبق وتمتاز بالثبات النسبي غالباً ما تكون سطحية ومغلوطة، تسمى “الصورة الذهنية.” مثلاً إن قلنا لك تخيل مالي وما وجهة نظرك فيها، قد تتخيل دولة صحراوية مقفرة لا تصلها تمديدات الكهرباء، تنزوج الفتيات هناك في عمر الثامنة! هذه المعلومات يتم تعميمها بشكل كلي على دولة بأكملها لمجرد أنك شاهدت برنامجاً يناقش قضية الزواج المبكر في مالي وسلط التقرير الضوء عن قرية نائية فيها. وإن جالت على خاطر ككلمة كندا قد يترأى لك منظر ناطحات السحاب والسيارات والحياة المترفة دون معرفة بأعداد الفقراء المتشردين الذين يفتقرون إلى التأمين الصحي فيها وغيرها من المشاكل الداخلية التي تواجهها. وإن ذكر أمامك “غزة” أو “سوريا” قد تتصور إن لم تعرفها أو تزورها بأنها دولة من حطام كل المباني فيها مدمرة والأوضاع المعيشية لسكانها تحت خط الفقر، دون أن تتصور بوجود مناطق جميلة فيهما من مطاعم وبيوت و عمارات ذات طابع معماري حضاري.

أو الصور النمطية حول الأدوار المنوطة بالرجل والمرأة وما تعرف “بالجنندر” هل يعقل أن يرتدي رجل قميص زهري! أو تلعب سيدة كرة قدم! أيضاً في الدراما يصورون لك الفنان شعره طويل منسدل على كتفيه، تصرفاته غريبة، يرتدي قبعة مائلة! والمتقف يرتدي نظارات واسعة لا مبالي ولا يهتم بهندامه.

أو في الأفلام الغربية يصورون العربي بإنسان بدائي جاهل يعيش في الخيام والصحراء!... من الذي ساهم وشكل الوسيط بتكوين كل هذه الصور والاعتقادات والآراء عن هذه الدول أو المذاهب أو ذلك السياسي، وسائل الإعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص شكلت تلك الصور النمطية التي تفتقر إلى المعلومات.

تعريف «الصورة النمطية»: هي عملية اختزال لوصف شخص، أو جماعة، أو شعب لخصائصه الكلية العامة بدلاً من خصائصه المتفردة والتميزة، وهي تقوم على التبسيط المخل للصورة العامة فعلية تشكيل الصورة تقدم عند استغلال شعب لشعب آخر مع المبالغة في بعض الجوانب، والتقليل من جوانب أخرى. وللصور النمطية أثر كبير في ترسيخ الفكر والعقل القيمي وليس النقدي،

**10/20 السؤال 2:** قال أرسطو «الصورة بألف كلمة»، وهي اليوم أصبحت بديلاً للواقع. فإلى أي حد يمكن اعتبار الصورة مصدراً موثقاً للحدث أو الواقعة؟

## الإجابة: 2

لا خلاف يطول أهمية الصورة، ودورها في تشكيل الرأي العام، حتى إنها باتت اليوم دليل إدانة واضحاً لكثير من مفاهيم وقناعات لم يكن الشك ليطولها يوماً، وعلامة قادرة على إحداث فرق كبير بمجرد تصدرها الشاشات، لكن وفي المقابل ظهرت تقنيات وبرامج يمكن استخدامها للعب بمكونات الصورة، أو حتى صنعها من لا شيء.

أن الصورة كانت على مدار التاريخ أهم مصادر تأكيد وقوع الحدث أو واقعيته، أرسطو قال منذ آلاف السنين «الصورة بألف كلمة»، وهي اليوم سيدة العصر، بمعنى أن الصورة أصبحت بديلاً للواقع، لسبب بسيط هو أن الناس لم يعد لديهم الوقت، ولا الرغبة للحصول على المعلومة بطرق أخرى بديلة للصورة، فأصبحت وسائل الإعلام وخصوصاً المرئية هي المصدر الأول للمعلومات.

يفترض أن هذا المصدر لا يأتيه الباطل لا من أمامه ولا من خلفه لأنه مدعم بصور توحى بأنها أخذت في مكان الحدث، بل وأثناء وقوعه، لذلك نقول الآن إن العالم اتجه إلى ما يسمى صناعة الواقع وليس نقل الواقع، بمعنى أن الإمكانيات التكنولوجية الهائلة أصبحت تتيح لصانع الصورة أن يصنع صورة ليس لها أي مرجعية أو أصل عبر تقنيات الفوتوشوب والجرافيك، وأن يروجها ويسوقها على أساس أنها هي الواقع، فتصبح بديلاً للواقع، وبديلاً للخبرة الموضوعية والواقعية للبشر، بحيث أصبح الناس يشكون بخبراتهم الواقعية ويصدقون الصورة لأنها بالإمكانيات التكنولوجية المتاحة، تبدو فائقة الواقعية وليست واقعية فقط.

## تحريف لكل ما في الصورة

حقيقة التحريف يمكن أن يطول جميع مكونات الصورة، ابتداء من اختيار زاوية معينة، ليشمل كل محتوياتها من ديكور وموسيقا إلى ملابس، وطريقة نطق أو حتى حركة الصورة كلها تدخل في باب تكثيف المؤثرات بمعنى زيادة الشحنة الانفعالية الناتجة عن رؤية الصورة إضافة إلى المونتاج كونه يحدد كيفية رؤية الصورة، وكل ما يمكن أن نسميه تكثيفاً أو زيادة المؤثرات التي تساعد على تمرير المعلومة كما يرغب صانع الصورة أو الخبر، كتلك التي تتضمن نوعاً من التشكيك أو إثارة الريبة أو زيادة مصداقية الصورة.

و للصورة كما هو معروف دوراً أساساً في الإعلام المتلفز أحياناً يُبنى عليه في صوغ الحدث وأحياناً أخرى تغدو أصل الحدث، فكم من صورة التقطتها عين مصور أصبحت سيرة وحكاية يبيث لأجلها الخبر وتُعدّ التقارير، لكن هذا الدور لا يرتقي إلى المرتبة نفسها من الأهمية في الإعلام المكتوب (الصحافة). ذلك أنك في المكتوب تخاطب المتلقي بالدرجة الأولى عبر الكلمة أداتك التي توصل ما تريد من أفكار إضافة إلى أنه لم يتمّ إلى الآن تفعيل الصورة بالشكل المطلوب والمناسب، والذي يخدم غاية المقال في صحافتنا الوطنية لأسباب عدّة. وهو ما يجعل هذه (الصورة) تعود إلى مرتبة ثانية وربما ثالثة في الأهمية.

بينما في المرئي، يعوّل دائماً على البصريّات لدرجة تمّ فيها تكريس العين ولا شيء سواها عنصراً أساسياً يتمّ استغلاله وجذبه وحتى تحريكه بالطريقة المرادة، ووفق التوجه (الهدف) الذي تبتغيه الوسيلة الإعلامية، تالياً مجال التلاعب هنا أوسع وأكبر فأنت فيما يتعلّق بمخاطبة العين تحرك حاسة تراكم بدورها ذاكرة بصرية من دون تحليل أو تشغيل فكر، حيث يجري التأثير تلقائياً وحتى غريزياً..

من هنا فإنه ليس هناك حقيقة مطلقة، هي مرتبطة بعين من يصور، وحتى لو توخينا الصدق، فنحن ننقل جزءاً من الحقيقة وليس كلها، فكيف إذا كنت تضيف التطور التكنولوجي بمعنى التعديل على الصورة، إذاً هو تغييب للواقع مقابل واقع بديل، لذلك الصورة شديدة الخطورة اليوم، وأهم أسباب ذلك هو أن البشر استبدلت التفكير بالرؤية.

## المسؤولية بين المتلقي ووسائل الإعلام

لكن حتى لو راقب المتلقي الصورة أو هيأ له ذلك، فهل يمكن له أن يكتشف مكامن التزييف، أو الغاية من وراء أي تفصيل من تفاصيل الصورة، آخذين بالحسبان اختلاف وتباين مستويات المشاهدين وقدراتهم؟

لا يمكن التأكد من الصورة خصوصاً في العرض المرئي التلفزيوني، لأن الصور تتوالى سريعاً، تالياً إمكانية التأكد هنا مستحيلة بالنسبة للمشاهد العادي، لكن ربما يستطيع ذلك حرفي أو مختص. المطلوب من

المشاهد ألا يصدق كل ما يرى، وإن كان هذا يحتاج إلى ما يسمى **تحصيناً وطنياً**، وإثارة انتباه المشاهد إلى أن الأشياء ليست كما تبدو عليه، إضافة إلى رفع السوية الثقافية للمشاهدين بما يتعلق بالصورة وبالتعامل مع وسائل الإعلام، وهذا يحتاج إلى فترة طويلة.

إذاً هي ليست مسؤولية المتلقي وحده بقدر ما هي مسؤولية وسائل الإعلام، والتي يمكن لها تكوين رأي، وتشكيل وحتى تطويع ذائقة عبر الصورة التي تلتقطها العين وحدها ليتحوّل دور الإعلام من وسيلة تخدم المتلقي إلى وسيلة تحدير وربما أصبحت تنوياً من دون نسيان أن القضية ترتبط في كثير من الأوقات بتوجهات وغايات، ما جعل وسائل الإعلام في النهاية أداة تخدم كما شاهدنا مؤخراً سياسات، وهذه الأخيرة تُحيل وسائل الإعلام (المحطات التلفزيونية) من ناقلة للحدث إلى صانعة له

ودائماً ومتى ارتبطت الوسيلة الإعلامية بغاية تحرفها عن مصداقيتها أو سياسة محددة تُبعدها عن غايتها الأصلية المتمثلة بنقل الخبر والمعلومة بمهنية وموضوعية، دائماً يستحيل هذا المتن من معايير الروح الصحفية الشفافة والحقيقية هامشاً، ويغدو الهامش حينها متنأ.

## 10/20 السؤال 3- كيف يصنع الإعلام الرأي العام

### الإجابة 3

قبل الدخول في تعاريف ومضمون الرأي العام والإعلام يجب أن ننوه في البداية إلى أن هذه التعاريف والمصطلحات اختلفت مكوناتها وممارساتها في وقتنا الحالي عن العقود الماضية، وأصبحت الآلة الإعلامية الحالية لها صور كثيرة ومتعددة ومتشعبة، ومن منا لم يتابع في الماضي القريب تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وما لعبته الآلة الإعلامية بكل مكوناتها في تحريك عواطف ومشاعر الجماهير نحو اتجاه معين حتى لو كان مخالفاً للمصلحة الوطنية.

وزادت الثورة التكنولوجية الحديثة من قوة وتأثير الإعلام بكل محتوياته وخاصة برامج وتطبيقات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، وخاصة بعد ازدياد عدد المتعاملين مع هذا النوع من التطبيقات وانتشار وزيادة عدد المتعاملين مع الانترنت، وخاصة من خلال الهواتف المحمولة التي يسرت الدخول إلى الانترنت والتعامل مع هذه التطبيقات بسهولة ويسر.

وقد أدى هذا التأثير الكبير للإعلام في صورة برامج التواصل الاجتماعي بالعديد من الأجهزة الأمنية والسيادية في العديد من الدول إلى تبني بعض السياسات والبرامج التي تهدف إلى تقليل مخاطر هذه الوسائل الإعلامية، وخاصة أن أغلب المواد الإعلامية المنشورة من خلال هذه الوسائل قد تكون مغلوبة وتؤثر سلباً في الرأي العام دون أسانيد أو حقائق، وهذا ما يطلق عليه الشائعات المدمرة لمقدرات ومستهدفات الأوطان، وقد يتحول الموضوع في العديد من الأحيان إلى استغلال التواجد الكثيف للمتعاملين مع برامج التواصل الاجتماعي وخاصة الشباب في تنفيذ بعض الأجندات العدائية أو ما يسمى تحديداً بحروب الجيل الرابع والتي تعتمد في الأساس على **الشائعات ونقل المعلومات المغلوطة** واستغلال عدم المعرفة واليقين عند المتعاملين مع هذا النوع من الوسائل الإعلامية الغير مؤمنة.

كيف يمكن للإعلام صناعة الرأي العام وتبني قضايا الوطن في ظل التحديات والمخاطر التي تواجهه، وكيف العمل على تبني الحلول لهذه القضايا وفقاً لترتيب الأولويات وشحن الهمم لمواجهتها عبر إعلام مدروس وأدوات مبنية على الأدلة الإقناعية والمنطقية لحماية النشء والحفاظ على مكتسبات الوطن في ظل الإعلام المتربص والأجندات المغرضة.

يمكن تعريف الرأي العام بأنه محصلة الرأي والذي يتكون من مجموع الآراء المتشابهة في جماعة ما أو ما يطلق عليها جماعة الرأي، ومن ثم فجماعة الرأي العام تتشكل نتيجة القوة النسبية وتحت تأثير الصراع بين هذه القوى، وإلى حد كبير يتوقف نوع الرأي العام على كفاية المناقشة العامة وهي بدورها تتوقف على توفر ومرونة أدوات الاتصال الجماعي مثل الصحافة والإذاعة والاجتماعات العامة. ومن ثم فإن الرأي العام قوة لا يستهان بها ومن خلالها تستطيع أن تضغط الشعوب على حكامها وتغيير الحكومات إذا تكون لديها رأى خاص وتعلن الحروب ويتم الصلح كما تتم الإصلاحات الاجتماعية وفقاً للرأي العام كما ، لذلك تسعى الحكومات بطرق مختلفة إلى التعرف على الرأي العام تجاه المشاكل المختلفة التي تواجهها وهذا يفيد بوجود طرق للاتصال بين الحكومة والشعب مثل الانتخابات العامة التي يصوت فيها الأطراف بحرية لاختيار من يمثلهم وطرق الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة.

وعند طرح تعريف واضح للإعلام يجب التأكيد أن المجتمع الإنساني في الأساس يقوم على الاتصال بين أفراده وجماعاته وكل اتصال بين البشر يحمل نوعاً أو أنواعاً مختلفة من الإعلام، وهذا يعتبر أمراً فطرياً وغير مستحدث لأن الإنسان جبل على الاجتماع والتعارف وهو ما اكتسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة المجتمعات وخصائصها، ويتميز الإعلام بأن له خصائص أساسية والتي من أهمها: غرس الشعور بالانتماء للوطن، وإبداء الرغبة في التطور، وزيادة طرح المجتمع في مجتمع متحضر واقتصاد متطور، كما يقوم الإعلام بتعليم الشعوب مهارات جديدة وتشجيع الناس على المشاركة الفعالة ونقل أصواتهم وأرائهم للقيادة السياسية ولضمان فاعلية ونجاح أي خطة إعلامية لا بد من توافر مجموعة من المقننات والتي من أبرزها أهمية إجراء الدراسات والبحوث الإعلامية والتي تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات الاجتماعية التي يجب أن تتصدى لها أجهزة الإعلام كما يتعين تحديد الأهداف الإعلامية بوضوح وتقسيم هذه الأهداف وفقاً للمدة الزمنية سواء طويلة الأجل أو متوسطة الأجل أو قصيرة الأجل، ومن حيث المستوى إلى أهداف عامة، وجزئية ومحلية، وفي جميع الأحوال لا بد من توفير وإعداد الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام المختلفة والتي يمكن أن تتولى هذه المسؤولية الوطنية الضخمة.

وحيث أن الشباب يعتبر من أكثر الفئات تأثراً وتأثيراً في الرأي العام فيجب الاعتراف أن شباب الدول النامية تأثر وبشدة بحملات الغزو الثقافي وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية فهو المصدر الرئيسي للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية وإنه لا يوجد خطر أكبر على المجتمعات من تدمير طاقتها الشبابية سلوكياً وفكرياً ومحاولة التأثير في ولاء الفرد لوطنه وقيادته ورموزه، وقد يتم ذلك بطرق مباشرة من خلال نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة لتشويه الدول وتشويه الإنجازات وخلق حالة عداوة بين الشعب والسلطة كما يمكن أن يتم بأساليب غير مباشرة أيضاً من خلال تشويه مفهوم الوطنية وادعاء أنها نوع من التعصب، ويطلب من الإعلام أن يتصدى لهذا الخطر عن طريق وضع الخطط والبرامج المرئية والمسموعة و المقروءة القوية والمؤثرة مثل القنوات والمواقع الإعلامية فضلاً عن آلاف الحسابات التي تغذيها في مواقع التواصل الاجتماعي.

و يندرج هذا النوع من الإعلام الموجه والمغلوط إلى ما يسمى بحروب الجيل الرابع والخامس، أو ما يسمى باحتلال العقول بدلاً من احتلال الأوطان، حيث أثبتت جميع الخبرات التاريخية أن هذا النوع من الاحتلال هو الأخطر والأقوى تأثيراً لأنه يعتمد على تخريب العقول وهز الثقة بين الشباب وأوطانهم وجعلهم يخربون مقدراتهم بدون وعي ولا مسؤولية مجتمعية ويهز العلاقة بين الشباب ووطنه، والتي قد تتحول إلى العنف في بعض الأحيان، حيث يتم استخدام هؤلاء الشباب لفرض حالة من عدم الاستقرار والانفلات الأمني، كما يتم تجنيدهم بطرق مختلفة ومن خلال التطبيقات المتنوعة لبرامج التواصل الاجتماعي.

هذا و تجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام والاتصال الجزائرية تولى اهتماماً خاصاً بقضايا التنمية التي تخدم مجتمعات الدول النامية التي تواجه ظروف قاسية في محاربة التخلف وتصارع من أجل تحقيق النهوض الاقتصادي والتنمية الاجتماعية والسياسية، وفي هذا الصدد تشير العديد من الدراسات أن اتجاه الأفراد بشكل عام للتقدم والتحول نحو الحداثة يتوقف على العديد من العوامل والمتغيرات مثل التعليم واستخدام وسائل الاتصال الحديثة والتطلع إلى الإنجاز والانفتاح على العالم الخارجي فضلاً عن الإدراك السياسي، ومن هذا المنطلق يفترض أن تؤدي وسائل الإعلام عندنا العديد من الوظائف منها غرس الشعور بالانتماء، وتعليم المواطنين مهارات جديدة ومتنوعة، وغرس الرغبة في النمو وزيادة الطموح في اقتصاد متقدم ومتطور، والتشجيع على المشاركة السياسية .

كما يلعب الإعلام أدواراً متعددة وبارزة عندنا والتي من أهمها تعريف الشباب بالإنجازات على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي مثل البرامج السكنية و الاجتماعية، وتبسيط الإجراءات كالخدمات الإلكترونية، واعتماد المشاريع التنموية الضخمة، وغيرها . ، فضلاً عن تعريفهم بأهم التحديات والقضايا التي تواجه الجزائر على المستويين الإقليمي والدولي مثل ارتفاع وانخفاض أسعار النفط، والبطالة، بالإضافة إلى الفرص الاستثمارية وجذب رؤوس الأموال للاستثمار بالاقتصاد الوطني، فيما يبرز دول الإعلام أكثر في كشف وتقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي، كأخبار اكتشاف فساد إداري مالي بأحد الجهات الحكومية و مكافحة الجريمة المنظمة. كما يلعب الإعلام الدور المحور في تبسيط الكثير من الأمور الاقتصادية مثل ما يطلق عليه الإغراق أو التضخم و مناقشة قضايا التنمية.

## **10/20 السؤال 4: ناقش العبارة التالية: "الإنترنت إعلام ضد الإعلام"**

### **الإجابة 4:**

أفضى التطور التكنولوجي الذي شهده ميدان الاتصال اثناء السنوات الأخيرة إلى ظهور أنماط اتصالية جديدة ومبتكرة أسهمت في التأسيس لتغيير بنيوي على آلية وهيكلية سريان الاتصال وتوصيف عناصره الأساسية والثانوية والعلاقات التبادلية بينها .  
التطبيقات الحديثة في مجال الاتصال عبر الإنترنت ووسائل الاتصال الجديد أو الجديدة كما توصف أحيانا أسهمت في تطوير النشاط الاتصالي وتفعيل وسائله ورسائله ودعم قوته التأثيرية بالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة من جانب والعلاقة المستحدثة والمستجدة بين الوسائل الجديدة والجمهور ضمن بنية وبيئة لم تكن سائدة في ظل الاتصال عبر الوسائل التقليدية من جانب آخر.

الحديث التقليدي عن الثورات الاتصالية الذي يشير فيه البعض إلى أننا نعيش في خضم الثورة الرابعة للاتصال أو الخامسة - على وفق آراء أخرى - يشير إلى الجوانب التكنولوجية البحتة دون الغوص في التغيرات البنيوية الكبيرة التي حدثت داخل المنظومة الاتصالية وداخل الوسائل بل وحتى في نطاق وسياق العلاقة بين الوسائل والجمهور التي تشهد اليوم تبادلا واضحا للأدوار والمواقع فضلا عن الجوانب التفاعلية التي باتت واقعا مميزا في الاتصال والإعلام الجديد، وبالتالي فإننا اليوم على أعتاب مرحلة أسهمت في صياغة جديدة للمفاهيم بشأن الوسائل واليات عملها وتحديثات لافقة للنماذج المفسرة لسريان الاتصال ، وهو ما يجعلنا نذهب نحو القول إذا كانت الثورات السابقة تكنولوجية وفنية بحتة ، فإننا اليوم أمام ثورة تجمع التكنولوجيا مع قيم العمل الإعلامي وممارساته وطرائق عمل وسائله فضلا عن التغيرات الجوهرية في توصيف دور الجمهور وفاعليته في العملية الاتصالية فضلا عن التغيرات المستحدثة في محور التفاعلية الذي بات بارزا ولافتا ورئيسا في العملية الجديدة .

الاختلاف على التسميات والتوصيفات هو السائد اليوم حيث انقسم الباحثون بين تأييد الجديد من الإعلام والاعتراف به وبفضله ومزاياه وبين آخرون يرفضون التطلع إلى الأمام ويصطفون بشكل سلبي مع الوسائل التقليدية القديمة حيث يعدون نقدها ومقارنتها بغيرها عبثا وطرحا غير منصفا ، والقصة عندهم تنتهي عند النقطة تلك ، كما وبرزت الكثير من التسميات والتوصيفات بعضها يصف النشاط الاتصالي الجديد عبر الإنترنت بأنه إعلاميا خالصا يرتقي للجماهير ويمتلك الوسائل والقواعد وله الفنون والأساليب بل وحتى النظريات ، وبين الفريق الثاني الذي ما يزال يرى بأنه نشاطا اتصاليا شخصيا غير مؤسسي وغير منظم ويستند إلى الجهود الذاتية والفردانية في التخطيط والأهداف والنشاط ، لكن وكما ورد في نظرية "الحمية التكنولوجية" فإن خلاصة الواقع الراهن للنشاط الاتصالي الشخصي والجماهيري اقترب من تثبيت أركان الإعلام الجديد ووسائله وتقويض سلطة وسطوة وسائل ومؤسسات الإعلام التقليدي التي بدأت تترنح أمام المنافس الجديد ، وكانت الصحافة المطبوعة من أوائل من يخرجون من مسار ومساق التنافس الجماهيري حيث بدأت علامات أفولها بالازدياد حول العالم بفعل تأثير وسطوة المنافس الجديد .

ويعد الإنترنت الحاضنة الرئيسة والكبرى لوسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، وعلى الرغم من أن شبكة الإنترنت لم تحظ بالاهتمام الكبير منذ انطلاقتها الجماهيرية قبل نحو ربع قرن من اليوم لكن اللافت انه ومنذ تأسيسها وهي تتولى عملية انجاز التحول والانتقال التدريجي للإعلام نحو الأتمتة والرقمنة وتفتيت النشاط الاتصالي العريض إلى الفئوي والتخصصي وعبر مراحل زمنية وموضوعية عدة ، وفي ذلك الخصوص تشير اغلب الآراء والطروحات العلمية إلى أن خصائص وسائل الإعلام الجديد هي بالأساس خصائص وميزات الإنترنت لاسيما وأنها تمثل الحاضنة والوعاء والحيز الشامل لذلك النشاط الاتصالي ، لكن الوسائل الجديدة قدمت هوية جديدة ونقوية في مجال

التخصص والتوجه ، وهي بالتالي أضحت علامة جديدة في فضاء الانترنت و عنوانا متميزا لنمط محدد من الخدمة الاتصالية ، والخلاصة فان الحديث عن الانترنت في السياق العلمي يجب أن يمتد في كل مرة إلى السياق التاريخي والموضوعي الذي انتح كل الوسائل الجديدة ، وهو مذهب علمي يقود للاعتراف بفضل الشبكة العنكبوتية والقائمين على استحداثها وتطويرها على مدى نحو ستة عقود . والحديث عن وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي يمتد أيضا إلى الوسائل الرئيسية مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب والمدونات وغيرها والوسائل الثانوية أو التي استحدثت مؤخرا ، جميعها اتسمت بمزايا وخصائص معينة تختلف جزئيا أو كليا عن الوسائل الأخرى ، وهي بموجب سماتها نجحت في استقطاب قطاعات واسعة من الجمهور جعلنا نتحدث عن نمط جديد من الجماهيرية لم تكن متاحة مع الوسائل الإعلامية التقليدية، فنحن نشير اليوم إلى جمهور قوامه المليارات من المشتركين والمستخدمين والمتابعين ما يجعل من العملية الاتصالية جديدة بكل الأبعاد والمقاييس على الأقل في مستوى المستفيدين والمستخدمين لها ، وأتاح التنوع في الوسائل والمواقع إلى التنوع في المضامين والنشاطات والتنوع في مزاج الجمهور ورغباته أيضا، وهو ما مثل صورة جديدة لظاهرة التخصص في مجال الإعلام أو ما يسمى بالإعلام المتخصص.

و لعل تأسيس مقارنة علمية بين الاتصال على وفق معطيات وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد وإيضاح جوانب الارتباط والتداخل والفرز بيتهما يعد من المواضيع الإستراتيجية نظرا للآثار التي يخلفها النشاط الاتصالي الجديد على الإعلام التقليدي

# انتهى