المحاضرة الثانية: خصائص الإعلام الجديد

الأهداف التدريسية :

- تمكين الطالب من ضبط خصائص الإعلام الجديد .
- مساعدة الطالب على تمييز الظواهر المستحدثة و التغيرات غير المسبوقة في البيئة الإعلامية الجديدة من خلال ضبط خصائص الإعلام الجديد .

المحتويات :

- الاندماج Convergence
- المشاركة Participation
- الذكاء الجماعي Collective Intelligence
- ما بعد التفاعلية Post Interactivity

يمكن مقاربة أبرز خصائص الإعلام الجديد من خلال دراسة أربع مظاهر تميزه عن الأنماط الإعلامية التقليدية الإلكترونية السابقة و هي :

- الاندماج Convergence: و الذي يعتبر واحدا من أبرز خصائص و سمات الإعلام الجديد الذي يعني " تدفق المحتويات و المضامين الإعلامية من خلال منصات إعلامية مختلفة و متعددة "1 و التي تنعكس في ترحال المتلقي ،بين الخبرات الترفيهية و الإخبارية المختلفة اعتمادا على وسيط واحد ، لذلك يمثل الاندماج تحولا ثقافيا بفعل دفع المستخدمين إلى تحصيل المعلومات و الأخبار و المضامين الترفيهية وفق آليات مستحدثة من خلال الربط بين محتويات وسائل إعلام مختلفة .
- المشاركة Participation : ثوّرت خاصية المشاركة أساليب الممارسة المهنية من جهة و تقاليد تلقي المضامين الإعلامية من جهة ثانية " فالحديث عن منتج للمضامين الإعلامية و متلق

[1] JENKINS, Henry: ***Convergence Culture:Where Old and New Media Collide*** , New York University Press, New York , 2006,p:03.

لها ، و عمّا يضطلع به كل منهما من مهام بات من الماضي ، ففي الإعلام الجديد يشارك الجميع (منتجون و متلقون)، من خلال عمليات تفاعلية تلقائية أو منظمة في صناعة المحتوى وفق قواعد جديدة "2

- الذكاء الجماعي Collective Intelligence : يثمّن الكثير من الباحثين* ،في مجالات علمية مختلفة ، مبادئ العمل الجماعي . و قد لقيت هذه الأفكار تجاوبا كبيرا في مجال الإعلام و الاتصال بفعل تحقيقها لمبدأ التحقق من الوقائع في ذلك النوع من المواقع المستحدثة عل هامش المزايا التي يوفرها الويب 2.0 و التي تعرف بالمواقع التعاونية على غرار الـ Wikis .

و قد " صكّ المنظر السيبرني الفرنسي Pierre Lévy مصطلح الذكاء الجماعي Collective Intelligence ... الذي يمكن النظر إليه كمركز قوة بديل لوسائل الإعلام "3 إذ لا يمكن لأي شخص أن يعلم كل شيء عن واقعة معينة ، غير أن كل شخص يعرف تفصيلة محددة ، و عملية الجمع بينها من شأنها أن تغطي الموضوع من كل جوانبه من جهة و توفر آلية تلقائية للتأكد من المعلومات و غربلتها من ناحية ثانية على خلفية تطابق التفاصيل و منطقية العلاقة بينها .

- ما بعد التفاعلية Post Interactivity : مفهوم اصطلاحي يصف مجمل تلك المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الأنترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها تقنيات Web 2.0 حيث ولجت الأنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفحيها أن يكونوا بمثابة مرسلي المادة الإعلامية ومستقبليها في آن وفق نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many

---

[2] Loc.cit

*يشير الباحث الاقتصادي Freidrich Hayek في دراسة له حول استخدام المعرفة في المجتمع The use of knowledge in society الى ان معرف الشخص الواحد تظل محدودة وان الحقيقة لا يمكن اظهارها ما لم يتم استثمار الذكاء الجماعي للجماعة . للمزيد من التفاصيل انظر:
HAYEK, Friedrich August. ***The use of knowledge in society***, The American Economic Review , volume 35 , Issue 4 (Sep ,1945).