

تاريخ الاستلام: 2023/10/30م تاريخ القبول: 2023/11/10م تاريخ النشر: 2023/12/15م



مجلة علمية محكمة نصف سنوية - تصدر عن أقسام الفلسفة بجامعة الزاوية
العدد الرابع عشر - السنة الخامسة - ديسمبر/ 2023م



تفاعلية المواقع الإلكترونية

المفهوم، التطور، الخصائص، الخدمات

أنور رمضان وادي محمد

قسم الإعلام - كلية الآداب بالزاوية - جامعة الزاوية
الزاوية - ليبيا

EMAIL: a.wade@zu.edu.ly

ملخص البحث:

تناول هذا البحث موضوع تفاعلية المواقع الإلكترونية من حيث المفهوم والتطور والخصائص والخدمات، ويهدف إلى التعرف على أبرز المواقع التفاعلية واستخداماتها، والتعرف على بعض المدارس الناتجة عنها مفهوم التفاعلية، وكذلك مراحل تطور مواقع الإعلام التفاعلية، ومعرفة أبرز مميزات هذه المواقع. ويكتسب هذا البحث أهمية في كونه يعد من البحوث القليلة التي تجرى محلياً على حد علم الباحث.

وتوصل الباحث إلى خلاصة مفادها: أن أبرز إفرزات ثورة التكنولوجيا والاتصال والمعلومات تتمثل في التمهيد لعصر إعلام تفاعلي، تتجدد أدواته ووسائله الاتصالية، وتقنياته ومواقع بصورة مستمرة، مما يصعب عملية وضع حدود فاصلة بين قديمه و جديده. كلمات مفتاحية: المواقع الإلكترونية - الإعلام التفاعلي - ثورة التكنولوجيا .

Interactive websites Concept, development, characteristics, services.

Anwar Ramadan Wadi Muhammad

Department of Media: Faculty of Arts, Zawia University

Azzawia -Libya

EMAIL: a.wade@zu.edu.ly

ABSTRACT

This research dealt with the topic of website interactivity in terms of concept, development, characteristics, and services. It aims to identify the most prominent interactive websites and their uses, and to identify some of the schools that resulted from the concept of interactivity, as well as the stages of development of interactive media websites, and to know the most prominent features of these sites.

This research is important because it is one of the few studies conducted locally, as far as the researcher knows.

And it arrived To identify the most prominent interactive sites and their uses, and to learn about some of the schools that resulted from the concept of interactivity, as well as the stages of development of interactive media sites, and to know the most prominent features of these sites.

This research is important because it is one of the few studies conducted locally, as far as the researcher knows.

The researcher reached a conclusion that: The most prominent outcome of the technology, communication and information revolution is the paving the way for an interactive media era whose tools, means of communication, techniques and websites are constantly renewed, which makes it difficult to establish dividing boundaries between old and new.

Keywords: Websites - interactive media - the technology revolution

مقدمة:

تشهد وسائل الإعلام ولاسيما في السنوات الأخيرة تطوراً مذهلاً لا مثيل له، سواء من ناحية الشكل والمضمون، أو الخصائص والتأثيرات، ومرد ذلك إلى جملة عوامل أبرزها

التطور التكنولوجي الهائل وغير المسبوق، الذي تزامن مع ثورة رقمية ارتكزت في مجملها على عناصر عديدة أبرزها التفاعلية، هذه الخاصية التي أكسبت وسائل الإعلام مزيداً من الحيوية والإيجابية في التعاطي مع الجمهور، الذي غدا نشطاً بدوره كطرف مهم ورئيسي في العملية الاتصالية، فضلاً عن الدور الذي لعبته العولمة خلال ذلك، حيث أصبحت الرسالة الإعلامية هي الوسيلة.

كما أن ظهور مواقع الإعلام التفاعلي على شبكة الانترنت كنتاج طبيعي نشأ لحاجة الأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح مجال للحوار بشكل أوسع؛ لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الحاسوب في جميع أنشطته، وهذه الشبكات ظهرت تقريباً منذ العام 2004م، قبل انطلاقة تطبيقات الويب، ولكنها نسبت في تقنياتها إلى شبكة الويب 2، لما لها من نفس الإمكانيات والتطبيقات، حيث استخدمت نفس البرمجيات والمعدات الحديثة، هذا ناهيك عن تميزها بالأنظمة التفاعلية، التي تعد من أبرز خصائص الويب 2.

في حين أن التفاعلية في الإعلام ظاهرة أفرزتها الثورة الاتصالية بين المرسل والمستقبل، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه، بل يلعب دوراً إيجابياً ومؤثراً في الفعل الاتصالي، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الاتصالية، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كما وكيفاً، أي أن التكنولوجيا الحديثة أثرت في زيادة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرك والتحويل والشبوع والانتشار.

والتفاعلية هي أبرز ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة، إلى جانب الارتقاء بدور المتلقي إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية. كما يلاحظ أن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال تمثلت بدرجة أولى في تحقيق أكبر قدر من التفاعلية.

ونتيجة التفاعلية يبرز مفهوم "الجمهور النشط" أو الجمهور الإيجابي الذي يتفاعل ولا يكتفي بدور المتلقي السلبي، وهو الذي يحدد في نطاق ما يشمل من وعي ذاتي، وقدرة على الاختيار أو التفاوض، وامتداده إلى التفاعل الإيجابي أكثر، ويتمثل الدور الحيوي لهذا الجمهور في اختيار التعرض للرسائل الاتصالية، بناءً على ما يرغب في تحقيقه من إشباع، وتطويع تكنولوجيا الاتصال لخدمة الثقافة العامة، أو القيم والاتجاهات الاجتماعية والسياسية للأفراد، وتفسير الرسائل الاتصالية والثقافية بشكل يعزز الهوية، ويتوافق مع الغايات والمعاني المقصودة من الرسائل.

- معرفة أبرز مميزات مواقع الإعلام التفاعلي.

منهج الدراسة:

استندت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وهو الذي يستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف يهدف إلى الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها من دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها. كما يستهدف دراسة نماذج ومراحل التطور أو التغيير للذات سادا الظاهرة عبر فترة زمنية محددة، حسب مجال البحث والأغراض التي يحققها⁽¹⁾.

وعليه فهذه الدراسة تستهدف جمع معلومات كافية ودقيقة عن المواقع التفاعلية، وبيان أوجه استخداماتها، مع التركيز على مفهومها ومراحل تطورها.

مفهوم التفاعلية:

تعرف التفاعلية بأنها عملية اشتراك الآلة، أو الفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومات وعملية المشاركة في المعلومات، كما أنها عبارة عن الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة، وبرامجها ومحتواها، والتي تسمح للمتلقى بأكثر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال، والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتماماته، وكما أنها تفتح باب التأثير على الجمهور، وتوجهه الوجهة التي يريدونها من يثير قضية ما، فيما الردود والتعليقات تدل على ما يهتم به الجمهور من مجمل القضايا المثارة، وينطلق مفهوم التفاعلية من عدة مدارس أهمها:

- **المدرسة الاجتماعية:** هي التي تنظر للمفهوم من ثلاثة محاور. التفاعل البشري المستخدم مع المستخدم الآخر، التفاعل البشري مع الآلة، والتفاعل البشري مع الرسالة، وترى هذه المدرسة أن التفاعلية تحقق الدعم الاجتماعي والرفقة والإحساس بالانتماء في مجتمعات افتراضية، تتيح فرص النقاش والحوار.

- **المدرسة التكنولوجية:** تعد التفاعلية خطاباً حوسبياً يحدث بين البشر وبرامج الحاسوب يتخلله فعل من جانب المستخدم، يقوم فيه بإدخال بيانات للحاسوب، ينتج عنه رد فعل عبارة عن المخرجات المسموعة أو المرئية، وهي تعني بصورة أخرى مقدرة التكنولوجيا التفاعلية على مخاطبة المستخدم والتفاعلية بين المستخدمين.

- **المدرسة النفسية:** تنظر للتفاعلية على أنها مرتبطة بمجالات النفس البشرية يتبعها رد فعل يحقق مجموعة من الإشباعات النفسية، وهي المجال المعرفي الذي يشمل الإدراك والتفكير والذاكرة، والمجال العاطفي الذي يشمل الإحساس والمشاعر والانطباعات، والمجال الرغباتي ويشمل الإرادة والعزم والتخطيط، والمجال السلوكي ويشمل الحركة والعادات والأفعال.

- **المدرسة الاتصالية:** ترى أن التفاعلية عبارة عن قناة ربط فعّالة بين المرسل والمستقبل، وتتخذ مسلكين الأول: يركز على العملية الاتصالية بوصفها عملية استجابة بين الطرفين، والثاني: يركز على المشاركة الفعّالة في تغيير شكل ومضمون المادة الاتصالية. **أما خصائص الإعلام التفاعلي** فهي تتمثل في أنه لا قيود على حرية التعبير فيه، إذ تكاد تكون مطلقة، لا شروط للانضمام إلى أي مجموعة أو صفحة، ولا حين مغادرتها، لا قيود على مستوى نوعية المشاركة، والاعتماد على التنظيم الشبكي الأفقي الذي يوفر شعوراً بالندية والمساواة بين كل الأعضاء المشاركين، إضافة إلى الحرية الكاملة في كشف أو إخفاء شخصية العضو أو المشارك.

وتتمثل مستويات التفاعلية في التالي:

- تفاعلية التصفح، التي تسمح بتصفح محتويات الموقع.
- التفاعلية الوظيفية، التي تتيح المشاركة لدرجة معينة في عملية إنتاج المادة الإعلامية من خلال التفاعل مع الآخرين.
- التفاعلية الكيفية، ومن خلالها فأي فعل أو موقف يتم اتخاذه يكون له نتيجة معينة على المحتوى، وهنا يكون الموقع مبرمجاً على معرفة السلوكيات.
إلى ذلك فإنه بعد الاطلاع على الميزة التفاعلية للإعلام الجديد يمكن أن نطلق عليه مسمى الإعلام التفاعلي، وذلك انطلاقاً من هذه الميزة أو الخاصية، فعلى سبيل المثال وفيما يتعلّق بمسمى الإعلام الجديد، تعدّ الجودة مسألة نسبية، فما هو جديد اليوم لن يكون جديداً في الغد، وما تعدّه قديماً اليوم كان جديداً في الأمس.
مراحل تطور مواقع الإعلام الإلكتروني⁽²⁾:

1- **المرحلة الأولى:** هي المرحلة التأسيسية التي رافقت الجيل الأول للويب web، ومن أبرز المواقع التي ظهرت في هذه المرحلة sixderees. Com، والذي يمنح للأفراد المتفاعلين إعطاءهم فرصة طرح لمحات عامة عن حياتهم، وإدراج أصدقائهم، حيث بدأت

فكرة قوائم الأصدقاء في العام 1998م، ولاحقاً أخفق هذا الموقع في العام 2000م كما ظهر موقع classmates.com، وكان هدفه الربط بين زملاء الدراسة، وبرز أيضاً في هذه المرحلة موقع ryze المخصص لرجال الأعمال؛ بغرض تسهيل التعاملات التجارية، وقد تمثل أبرز ما ركزت عليه مواقع هذه المرحلة في خدمة الرسائل القصيرة، والخاصة بالأصدقاء، بالرغم من نجاحها في تحقيق الأرباح إلا أن الكثير منها لم يستمر.

2- المرحلة الثانية: هي مرحلة اكتمال المواقع، وترتبط بالموجة الثانية للويب 2 web، يمكن التّاريخ لها بظهور الموقع الأمريكي My Space، وموقع الفيس بوك، وشهدت هذه المرحلة إقبالاً متزايداً على المواقع، وذلك بالتزامن مع زيادة مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

إلى ذلك هناك عدّة مسميات للوسط الذي نشأت في كنفه مواقع الإعلام التفاعلي، منها المجتمع الإلكتروني، الذي يقوم على خلق تواصل بين الأفراد والمجتمعات عبر إحدى الشبكات الإلكترونية، والتي تعد خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجميع المستخدمين، الذين ينقسمون الأنشطة والاهتمامات المشتركة، والباحثين عن تكوين صدقات جديدة⁽³⁾، وكذلك مسمى الفضاء الرقمي التفاعلي. وهو الذي أتاح لملايين الناس التواصل من خلال وتبادل الأفكار وإجراء المناقشات والاتفاقيات، والخطط وتنظيم وتنفيذ الأحداث عبر الانترنت، ومختلف أدوات المعلوماتية الأخرى⁽⁴⁾. وعملياً تشكل هذا الفضاء من المنتديات والمدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، أو مواقع الإعلام التفاعلي، إضافة إلى مسمى "الواقع الافتراضي"، وهو بيئة تفاعلية ثلاثية الأبعاد، مولّدة بشكل كامل بواسطة الحاسوب، وتبدو للمستخدم كأنّها واقعية، وتتيح تقنية هذا الواقع تفاعل عناصرها مع المستخدم بطريقة توهمه بأنه داخل المشهد الذي يتابعه⁽⁵⁾. وهذا الفضاء الرقمي جعل الجمهور أمام مستوى غير مسبوق من التفاعل، بدءاً من مجرد البحث والاختيار، وتوجيه الأسئلة المباشرة للطرف الآخر، أو مصدر المعلومة، وانتهاءً بالتدخل للمشاركة في صناعة معلومة، أو محتوى جديد، كذلك إبداء الملاحظات أو المشاركة في الحوارات واستطلاعات الرأي والدراسة الفورية⁽⁶⁾ ومن المسميات الخاصة بمواقع الإعلام التفاعلي الشبكات الاجتماعية، وهي مجموعة هويات اجتماعية، ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي بينهم، وتمثل هيكلًا أو شكلاً ديناميكياً لجماعة اجتماعية⁽⁷⁾.

وهناك أيضاً مصطلح الإعلام الاجتماعي، وهو يشير إلى إعلام قائم على التفاعل الاجتماعي، يستخدم تقنيات النشر العالمية، ويعتمد على تقنيات الاتصال المتطورة في الانترنت؛ لإنشاء حوارات تفاعلية، كما يعرفه اندرياس كابلان وميشل هاينلن على أنه مجموعة في الانترنت تجمعها ايدولوجية معينة، تستخدم تطبيقات الويب 2، التي تسمح بخلق حوارات وتبادل المحتوى فيما بينها⁽⁸⁾. ومن جهته يطلق عليها عبد الرزاق الدليمي مسمى منافذ الشبكات الاجتماعية، وهو يرى بأنها عبارة عن أنواع محددة من المواقع على شبكة الانترنت، تروج لعملية التواصل بين الأصدقاء المستخدمين للشبكة، ويتم نشر أفكار وآراء في هذه المواقع، التي توفر بدورها خدمات فورية في مجال التواصل والاتصال، وتتميز بقدرتها على نشر المعلومات بسرعة كبيرة⁽⁹⁾.

أمّا محمد صاحب، فيعرف الإعلام الاجتماعي بأنه استخدام المواقع ذات الصبغة الاجتماعية و التشاركية في الانترنت، بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم⁽¹⁰⁾. وهو يرى بأنه مع ظهور الإعلام الاجتماعي تحولت الأدوات الإعلامية النصية للتواصل إلى أدوات إعلامية سمعية وبصرية شاملة، وأصبح لها قدرات على التأثير في المتلقين وقدراتهم⁽¹¹⁾.

وتتمثل القيمة المضافة التي قدمتها وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة كما يسميها بعض الباحثين في الجمع بين خصائص الوسائل الصحافية والتلفزيونية والإذاعية، والتفاعل الاتصالي الذي يتميز بقدرة المستقبل على التأثير، وبالتالي يمكنه ممارسة دور أكبر في تحديد مضمون الرسالة، ومن مميزاتا ضمان حرية المناقشة، والتعبير لجميع أعضائها، وانفتاحها على زيادة الأعضاء الجدد، والإرادة الحرة للعضو في الانتماء إليها⁽¹²⁾. وبالنسبة إلى المسميات التي تتدرج في الإطار الاجتماعي، مثل مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية أو المنصات الاجتماعية وغيرها، يلحظ بأنها تحصر طبيعة استخدام هذه النوعية الجديدة من المواقع التي فرضها الإعلام في زاوية اجتماعية، سواء من حيث الدور أو التأثير، وما إلى ذلك، في حين أن واقع استخدامها ولاسيما في السنوات الأخيرة، بدأ يفتح الجانب السياسي بصورة كبيرة، ولم يعد مقتصرًا على جانب اجتماعي، بل كان ذلك هو الغرض الذي أنشئت من أجله أساسًا، وبخصوص مستخدمي هذه المواقع، يرى حسنين

شفيق أن من يستخدم الإعلام الجديد أو البديل كما يسميه، هم من فئة المهتمين الفاقدين للزاد المعرفي والتعليمي، حيث يوفر لهم حصانة من المسائلة القانونية، والنخبة لامتلأها الزاد المعرفي والموقع الاجتماعي المتميز، وكذلك النخبة الشبابية التي تعاني تهميشاً مزدوجاً من السلطة والمجتمع المدني⁽¹³⁾،

ومن أبرز استخدامات مواقع الإعلام الإلكتروني ما يلي:

- استخدامات شخصية خاصة.
- استخدامات تجارية أو التجارة الإلكترونية.
- استخدامات مهنية شبكية عن طريق توسيع التجارة.
- استخدامات إعلامية عن طريق نشر الأخبار.
- استخدامات ترفيهية، فقد أصبح الترفيه سمة العصر الحالي.

أبرز مميزات مواقع الإعلام الإلكتروني⁽¹⁴⁾:

- خاصية الدوام حيث أن الأحاديث والتعليقات المتبادلة على هذه المواقع مسجلة، ويمكن للجمهور الرجوع إليها بعد فترة تسجيلها.
- قابلية البحث عن أصدقاء من ذوي اهتمامات وعقليات متشابهة.
- القدرة على تصنيف الأعضاء، وليس مجرد ربطهم ببعض البعض.
- التكرارية، معنى أنه من السهل نسخ صورة أو تعليق أو مقال لموقع ما من دون تغيير ملامحه.
- إتاحة المساحات الافتراضية لتدوين الذكريات، أو ما يشاء المستخدم من أخبار أو أفكار.
- الجمهور الافتراضي غير المرئي بخلاف الجمهور في الحياة العادية الذي يمكن معرفته وسماعه.
- المجانية التي تتيحها هذه المواقع لمستخدميها لإنشاء حسابات لهم.

أما أبرز خصائص مواقع الإعلام الإلكتروني التفاعلي فهي:⁽¹⁵⁾

- الملفات أو الصفحات الشخصية (Profile Page)، إذ من خلالها يمكن التعرف على اسم الشخص أو المعلومات الأساسية عنه، مثل الجنس، البلد، تاريخ الميلاد، أبرز الاهتمامات، الصورة الشخصية، وغير ذلك.

- العلاقات/ الأصدقاء، وهم الذين يتعرف عليهم المستخدم؛ لغرض معين، فمواقع الإعلام الإلكتروني تطلق مسمى صديق على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، وبعضها تطلق مسمى اتصال، أو علاقة على هذا الشخص المضاف للقائمة.
- إرسال الرسائل مباشرة لشخص ما أو عدة أشخاص، سواء كانوا في قائمة الأصدقاء أم لا.
- ألبومات الصور، حيث يمكن إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع الصور فيها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- المجموعات عبر خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، وإتاحة مساحه أشبه بمنتهى حوار مصغر، أو اليوم صور مصغر مع خاصية تنسيق الاجتماعات والدعوة إليها.
- إنشاء الصفحات، وفيها يتم نشر معلومات عن منتج أو شخصية أو حدث معين، ومن ثم يتصفحها المستخدمون عن طريق تقسيمات محددة إن وجدوا اهتمامًا بها.

أبرز الخدمات التي تتيحها مواقع الإعلام الإلكتروني⁽¹⁶⁾:

- إرسال الرسائل والملفات والصور والروابط خلال ثوان حول العالم، والرد خلال ثوان.
- توفير معلومات تتسم بالتطور والحداثة، مع سرعة الوصول إليها، أو الحصول عليها بأقل وقت وجهد وتكلفة، وفي أي مكان وزمان.
- تكوين موقع أو صفحة شخصية بمثابة لوحة إعلامية، بحيث تحتوي على موضوعات للنقاش، وطرح الآراء و التعليقات من دون ضوابط إعلامية.
- إمكانية البحث عن موضوعات أو صور معينة.
- نشر الثقافات والتعريف بالقضايا عبر التواصل مع المنظمات المختلفة المعنية بها، وتزويدها بالمعلومات حولها، وهذا يفيد خاصة خلال الأزمات أو الأحداث العارضة.
- إدارة الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتخطيط لها. مما يؤدي إلى ترشيد الخطاب وإيصاله للحشود المهمة به.
- إمكانية قراءة الصحف اليومية والمجلات إلكترونيًا، وتزويدها بالأخبار التي تحدث ثانياً بثانية، وهو ما يعرف في علم الإعلام الحديث بالمواطن الصحفي.

- إمكانية متابعة ومشاهدة الأحداث العالمية والاقتصادية فور وقوعها بالصوت والصورة والفيديو .
- إكساب المستخدمين مجموعة من المهارات الخاصة بالقيادة والتواصل الجيد والتفكير الناقد، والقدرة على حل المشكلات وإدارة الأزمات.
- بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم اهتمامات وأنشطة مشتركة.
- إخراج البعض وبخاصة الشباب من عزلتهم الاجتماعية، التي وضعتهم فيها وسائل الإعلام التقليدية؛ ليصبحوا عنصرًا فاعلاً في المجتمع، وذلك يتحقق عبر رجوع الصدى باتصال تفاعلي ذي اتجاهين.
- الاندماج بمعنى زوال الحدود التقليدية بين مختلف أنواع التكنولوجيا الاتصالية، وتلقي المعلومات ومعالجتها وصنعها و تخزينها وإرسالها.
- وسيط اتصالي إذ قامت العديد من المؤسسات الإعلامية بإنشاء حسابات لها على مواقع الإعلام الإلكتروني لنشر واستقبال الرسائل الإعلامية من خلالها.
- إتاحة فضاء حيوي لإبداء التطلعات نحو التغيير، ورفع السقف المعمول بها، أو حتى كسرها.
- تجاوز البيدهيات والمعايير والضوابط والأجندة التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية من حيث التحكم بالمعلومات، وكيفية نشرها وطرق الحصول عليها، مما زاد من هامش حرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات.

نماذج لأبرز مواقع الإعلام التفاعلي:

- **الويكي (wiki):** هو موقع قائم على المشاركة الجماعية يسمح لمشاركيه بتعديل المضمون، الحذف، الإضافة، دون أية قيود في الغالب، وقد ظهر أول موقع ويكي في العام 1995، وتعني الكلمة بلغة جزر هاواي الأصليين بسرعة، أو أسرع، وذلك للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات الموقع⁽¹⁷⁾. ويستخدم الويكي لأغراض كثيرة، منها الاحتفاظ بالملاحظات الشخصية، وإنشاء قاعدة بيانات معرفية، أو مواقع تقليدية، كما أن برامجه تبسط عملية تحرير أو تغيير أو تنظيم المحتويات، وتسهل تصفح

- الموقع عبر الروابط التي تربط بين الصفحات، ومن أبرز المواقع المعروفة التي تعتمد الويكي لتطوير محتوياتها هي موسوعة ويكيبيديا⁽¹⁸⁾.
- **ملقمات (RSS)**⁽¹⁹⁾: هي عبارة عن صفحة إنترنت مصممة بطريقة خاصة، تستطيع الحواسيب أن تقرأها وتعربها وتفرزها لمكوناتها الأولية. وتتواجد هذه كخدمة على صفحات المواقع الإخبارية، وهي تعني النشر المتزامن البسيط، وميزته أنه يتيح لأصحاب مواقع الانترنت أن يعرضوا على صفحاتهم ومواقعهم أخبارًا من مواقع أخرى. وتتيح هذه الخدمة للمستخدم السيطرة الكاملة على المحتوى المقدم، حيث يمكنه تحديد نوع البيانات التي يرغب في استلامها، كما أن المشترك ليس بحاجة لقراءة كامل المحتوى، بل قد يكتفي بتصفح العناوين المهمة.
- **دك (DIG)**⁽²⁰⁾: هو شبكة الكترونية تتيح للمستخدمين تشارك المضامين بمختلف مصادرها على الانترنت، والتصويت على المواد الجديدة، التي يكتشفونها خلال تصفح الشبكة الدولية، كما تتيح لهم فرص الارتباط بموقع الفيس بوك لإحالة الموضوعات التي يتصفحونها على الشبكة على مواقعهم في الفيس بوك، ليشاركوا أصدقائهم ذلك⁽²¹⁾.
- **كيك (Keek)**: تعرف بأنها شبكة اجتماعية تجمع ما بين مواقع عدّه (التويتر و الفيسبوك والانسستغرام واليوتيوب) بنفس الوقت، وتتركز فكرتها على أخذ صور من كاميرا الهاتف الذكي، أو كاميرا الويب، وإرسالها إلى الشبكة، مع إمكانية التعليق عليها من قبل الناس أو التابعين نصيًا، أو بفيديو، علمًا بأن أقصى مدة للتسجيل أو الرفع هي 36 ثانية فقط. و يتواجد مقر الشركة في كندا، وأول إصدار لها كان في منتصف العام 2011م، من قبل مؤسسها (Isaac Raichy k) الذي كانت فكرته الأساسية تركز على التدوين المصغر المرئي بالفيديو، وكنسخة مصغرة من اليوتيوب، وفي الربع الأخير من العام 2012م تخطى عدد المشاهدات للشبكة حاجز 250 مليون مشاهدة شهريًا، لأكثر من 6.4 ملايين مقطع فيديو، منها نحو مليوني مقطع أنتج في شهر واحد فقط، فيما يتم رفع أكثر من 66 ألف مقطع يوميًا، ومن نحو 10 ملايين مستخدم قبل نهاية العام 2012م، وارتفع العدد إلى 16 مليون مع بداية العام 2013م، والزيادة مستمرة بمقدار 200 ألف مستخدم جديد يوميًا، مع مشاهدات تتخطى المليار شهريًا.
- **الانسستغرام instagram**: هو برنامج تبادل الصور مجانًا أطلق في أكتوبر 2010م، وهو يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم

مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة انستغرام نفسها، وتضاف الصور على شكل مربع على غرار كوداك، وصور بولارويد، على النقيض من نسبة أبعاد 4:3 تستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول، وفي البداية كان دعم انستغرام على الآيفون، الأيباد تاتش، في إبريل 2012م. وقد أضافت انستغرام دعم لكاميرات الهواتف المحمولة، لتشغيل الروبوت أو أعلى، يتم توزيعه عبر المتجر ايتون التشغيل من غوغل أندرويد.⁽²²⁾

- **غوغل بلس (Google plus):** هي شبكة اجتماعية تهدف إلى جعل التواصل على الانترنت أسهل من قبل، أنشأتها غوغل وتم إطلاقها رسمياً في 28 يونيو 2011م، لكن لم يكن التسجيل مسموحاً للجميع؛ لأنَّ الشبكة كانت في المرحلة التجريبية، وفي 20 سبتمبر 2011م، تم افتتاح التسجيل لكل من هو فوق الـ 18 سنة، ويتشابه موقع غوغل بلس مع موقع تويتر، حيث يمكن إضافة أي شخص لشبكة المستخدم عكس الفيسبوك، كما يمكن للمستخدم تحديد الأشخاص الذين يود مشاركتهم أخباره وتحديثاته، وذلك من خلال الدوائر التي يقوم بإنشائها، وتصنيف الأشخاص ضمنها، وقد تخطى الموقع حاجز المائة مليون مستخدم في العام 2012م.

ويتميز غوغل بلس عموماً بالآتي:

- الدوائر
- مكالمات الفيديو
- الاهتمامات
- المحادثات الجماعية
- والوسم⁽²³⁾

- **مايسبيس (my space):** هو موقع إلكتروني مجاني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء، والاحتفاظ بمدونة شخصية، والانضمام إلى مجموعات، وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو، وقد تأسست شبكة ماي سبيس في العام 2003م، ومع الوقت صار لها دور مهم كوسيلة للبحث عن المعلومات والأحداث والقصص الإخبارية⁽²⁴⁾.

- **اليوتيوب (youtube):** هو موقع على شبكة الإنترنت متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ويحمل النطاق

www.youtube.com⁽²⁵⁾، وقد سهّل الموقع للمستخدمين مشاركة الفيديو عن طريق إرسال الرابط بالبريد الإلكتروني، أو برسالة نصية، أو على برامج المحادثة السريعة، أو عبر عرضها مباشرة على صفحاتهم الشخصية، وفي مواقع الإعلام التفاعلي والمدونات، وبدأ اليوتيوب انتشاره في أجهزة الحاسوب حتى اتجهت إدارته إلى الهواتف المحمولة لتصل به إلى أكبر عدد من المتصفحين، وصار بالإمكان تحميل ملفات الفيديو التي تم تصويرها باستخدام الهواتف مباشرة إلى الموقع عبر نسخته المحمولة، وتتطلب هذه الخدمة اتصالاً عالي السرعة، أي الجيل الثالث للاتصال 3G حتى تتيح المشاهدة الحية للمحتوى، كما أطلق الموقع عدّة تطورات على خدمته، حيث أطلق برنامج Multi-Video Upload الذي يمكن استخدامه مع أنظمة ويندوز، ويمكن المستخدم من رفع أكثر من ملف فيديو في نفس الوقت، ويقوم بإدارة عملية الرفع بشكل كامل.⁽²⁶⁾

إنّ المشاهدة في اليوتيوب تشبه الفرجة التلفزيونية بواسطة الريموت كنترول، حيث تنقلت المشاهدة من كل برنامج، لكنّها تفوقها في أنّها لا تنفد بالوقت، كما أنّ المواد المتاحة دوماً للانتقاء بحسب رغبة جمهور الشبكات، وذلك أقل ما يقال في الفوارق بين التلفزيون واليوتيوب.⁽²⁷⁾

الفيسبوك (Facebook): هو موقع ويب يمكن الدخول إليه مجاناً من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، وقد تم إطلاق هذا الموقع في العام 2004م على يد الشاب مارك جوكر بيرج (23 عاماً) من جامعة هارفارد الأمريكية، كانت بدايته تقتصر على محاولة تسهيل التواصل بين طلبة الجامعة، ومن ثم أتيح لكل من يرغب في استخدامه، ولذا ارتفع عدد مستخدميه من 12 مليون إلى أكثر من 40 مليون في العام 2007م، ومع الوقت زاد عدد المستخدمين للموقع، وصار من أكثر المواقع شهرة في العالم.⁽²⁸⁾

في مطلع العام 2010م بلغ مستخدمي الفيس بوك حوالي 250 مليوناً، وذلك وفق تقديرات للموقع عن عدد أعضائه، وفي العام 2011م أشار الموقع إلى وصول عدد مستخدميه إلى 800 مليون مستخدم، بحسب تقرير صادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية، وأنّ عدد المشتركين من فئة الشباب في الفيسبوك عام 2011م بلغ نحو 27 مليون مشترك.⁽²⁹⁾

وفي الربع الأول من العام 2013م زاد عدد المستخدمين النشطين يوميًا على موقع فيسبوك بنسبة 26% عن العام 2012م، أي وصل عددهم إلى 665 مليون مستخدم يوميًا، فيما قفز العدد الشهري إلى حوالي 1.11 مليار مستخدم بزيادة 23% عن العام 2012م. أما المستخدمين النشطين شهريًا من خلال الهواتف الذكية، فقد ارتفع عددهم إلى 751 مليون مستخدم نشط، بزيادة 54% عن العالم 2012⁽³⁰⁾. وإجمالًا يعد الفيسبوك أحد أكثر المواقع شعبيةً في العالم.

- **سناپ شات Snapchat** هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبت ومشاركة الرسائل المصورة يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديو، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين، وتعرف هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله على أنها لقطات تبقى لمدة زمنية معينة ثم تختفي، أو يتم حفظها أحيانًا، وقد تعرّض هذا التطبيق لمحاولات استحواذ من قبل عدة شركات، وهو يتميز باللون الأصفر في كافة إعلاناته ودعاياته.⁽³¹⁾

- **موقع تويتر Twitter**: كانت انطلاقة موقع تويتر مع بداية العام 2006م، بصفته مشروعًا تطويريًا تابعًا لشركة Cobvious في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية، وأتيح للعموم في أكتوبر من نفس العام، قبل أن تقوم الشركة بفصله عنها، ليكون نشاطًا خاصًا بشركة تابعة لها تحمل اسم تويتر في إبريل من العام (2007م) وفي النصف الأول من العام 2008م تعرّض الموقع لعدة صعوبات؛ بسبب زيادة عدد المستخدمين، أو نتيجة أعطال في خوادم الموقع أو البيانات، وكما يعود الفضل في اختراع تويتر إلى مبرمج الحاسوب الأمريكي جاك دروسي، وهو من مواليد العام 1976م، وكان مهتمًا بقطاع الاتصالات في سن مبكرة، وقد بدأ البرمجة وهو لا يزال طالبًا في المدرسة، وفي العام 2000م قدم عدة برامج من خلال شبكة الانترنت، ثم أطلق فكرة الموقع التي من شأنها أن تجمع بين سهولة الرسائل الفورية والبساطة، التي تطورت لاحقًا ليتم إنشاء موقع تويتر، وفي 21 مارس 2006م نشر جاك دروسي التغريدة الأولى في العالم: أنا اشغل التويتر الخاص بي⁽³²⁾.

ويعد تويتر منصة للتدوين المصغر، تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات محدثة، تعرف باسم تغريدة، والتسجيل فيه مجاني عبر موقعه على الانترنت twitter.com، وفيه يختار المستخدم لنفسه اسمًا وكلمة سر؛ ليصبح حسابه مفتوحًا وعاملاً، ويتيح له متابعة

من يشاء من أشخاص أو حسابات، ويأخذ التدوين المصغر الذي يميز بالسرعة في التواصل والاتصال بالآخرين، وتكمن فلسفته من الفكرة الجوهرية للويب 2، في إيجاد بيئة فعّالة للمساهمة ومشاركة الزوار، واعتبار المستخدم هو المركز الذي تدور حوله كل الأنشطة، ويؤثر فيها تبعاً لاهتماماته...⁽³³⁾. ويعد سبب الاكتفاء بـ 140 حرفاً في تويتر في البدايات سبباً تقنياً، إذ أنّ فكرة المواقع الأساسية كانت للتكامل مع الرسائل النصية القصيرة (sms) عبر مزودي خدمة الهاتف، حيث يكون الموقع منصة لتوزيع هذه الرسائل بين الأصدقاء لمعرفة الأخبار. ثم تغيرت طريقة الموقع بدلاً من الاعتماد على رسائل الهاتف؛ ليكون الموقع منصة رئيسية للتواصل وتوزيع الرسائل بالاعتماد على تطبيقات (عميل) على الهواتف الذكية، وذلك حتى أواخر العام 2017م.⁽³⁴⁾

الخاتمة:

من خلال ما سبق تناوله في هذا البحث يصل الباحث إلى أنّ أبرز إفرزات ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تتمثل في التمهد لعصر إعلام تفاعلي، تتجدد أدواته ورسائله الاتصالية وتقنياته ومواقعه بصورة مستمرة، ممّا يصعب عملية وضع حدود فاصلة بين قديمه وجديده، ناهيك عن صعوبة تحديد مسمى معين، غير أنّ ثمة ميل لمسئى الإعلام الإلكتروني التفاعلي، كمفهوم يركز على عنصر التفاعلية، و التي تعد من أبرز خصائص الإعلام بعد موجة التطورات التكنولوجية والرقمية التي لحقت به في السنوات الأخيرة، كنتاج للثورة المعلوماتية وما تبعها من عولمة للإعلام.

وليس ببعيد عن شبكة الانترنت التي تصنف كأداة إعلامية بحد ذاتها، غير أنّه تبين أنّ الوسائط التقنية الحديثة على اختلاف أنواعها تعتمد على هذه الشبكة، وما لحق بذلك من تطورات أدت إلى بروز (الويب 2) وتطبيقاته، و التي يطلق عليها عدّة مسميات أكثرها استخداماً الإعلام الاجتماعي، أو وسائل التواصل الاجتماعي، وهي التي تندرج تحت مسمى الإعلام الإلكتروني التفاعلي.

هوامش البحث ومصادره:

- (1) أماني مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، العدد الثامن. مايو 2010، ص 61.

- (2) فرج التقيمش، استخدامات الشباب الكويتي للشبكات الاجتماعية، و الإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين 2012 ص126.
- (3) هيثم العرادي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعليم الثانوي، دراسة ميدانية على المدارس الثانوية في مملكة البحرين ورسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين 2011م، ص67.
- (4) جمال غبطاس وخالد الغمري، قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي في العام 2010م مؤسسة الفكر العربي، بيروت الطبعة الأولى. 2012، ص12.
- (5) حلمي محمد، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2007م، ص 115.
- (6) جمال عطاس وخالد العمري مرجع سابق، ص220 - 221.
- (7) حمزة المصطفى، المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، المراكز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، ط2012، ص1، ص21.
- (8) محمد سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط2012م ص 353.
- (9) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 292-293.
- (10) محمد سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، مرجع سابق، ص354.
- (11) المرجع السابق، ص 358.
- (12) حمزة المصطفى، المجال الافتراضي، في الثورة السورية، مرجع سابق، ص 21 - 22.
- (13) حسنين شفيق، الإعلام الجديد. الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى 2010م، ص 149.
- (14) عبد الرحمن سيادي، استخدامات طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي في مملكة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، 2013م، ص 76-77.
- (15) محسن المحافظة، تأثير موقع فيسبوك، في تشكيل الرأي العام السياسي للشباب في مملكة البحرين، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الأهلية، مملكة البحرين 2012م، ص 40-41.
- (16) أحمد الحداد، اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الأهلية مملكة البحرين، 2012م، ص 106 - 193.

- (17) حسين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل- تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية مرجع سابق ص 192-193
- (18) عباس صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 211.
- (19) المرجع نفسه ص 197-198.
- (20) فالح الصواغ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية الكويتية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير مشورة، الجامعة الأهلية البحرين 2012 ص 56.
- (21) حسنين شفيق مرجع سابق ص 210.
- (22) عزام الدخيل، دليلك الكامل الانستغرام، الرابط الإلكتروني <http://azzamal-dakhil.com/azzam>
- (23) مدونة ساعدني، الرابط الإلكتروني: <http://www.sa.3edni-net/2013/05/what-is-Google-phis.html-w>
- (24) حسنين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، مرجع سابق ص 203 204.
- (25) ابتهاج المتغوي، استخدامات اليوتيوب، الإشباع المتحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، البحرين 2013 ص 40.
- (26) محمد سيد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي القاهرة، الطبعة الأولى، 2009، ص 284-285.
- (27) عبد الحليم محمود، الانترنت... إعلام ضد إعلام، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت الطبعة الأولى 2008 ص 81.
- (28) محمد سيد المرجع السابق ص 287 - 288.
- (29) حمزة المصطفى مرجع سبق ذكره ص 14.
- (30) مجلة أراجيك الرابط الإلكتروني <Htp://www.arageek.com>
- (31) محمد البسيوني، ولة الفيسبوك، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009، ص 10-12
- (32) على حسين شفيق مصدر سبق ذكره ص 207.
- (33) حسين فاروق، التدوين المصغر مشهد إعلامي جديد، شبكة الألوكة. الرابط الإلكتروني <http://www.lukah.net/Culture/0/2/7/2017/%20>
- (34) مدونة محمد يدوي ثقافة الاختصار ب 40 | حرفاً فقط 16 سبتمبر 2013م، الرابط الإلكتروني: <http://www.badwi.com/bloq/p=1365>