

جامعة أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الانسانية

محاضرات

مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة

سنة أولى ماستر، اتصال جماهيري ووسائط جديدة

2023 /2022

الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها

1- ظهور المفهوم:

ظهر مفهوم الوسائط "المتعددة" متزامنا مع تطور الحاسب الآلي، خاصة في أجياله الحديثة، ويعود ذلك إلى الستينات من القرن العشرين، ولكن مفهوم الوسائط المتعددة اشتهر وانتشر بشكل واسع وسريع في التسعينات من القرن الماضي؛ حيث الحاسبات السريعة كبيرة السعة.

حيث تشير موسوعة "ويكيبيديا" بأن مصطلح الوسائط المتعددة Multimedia قد تمت صياغته من قبل المغني "بوب غولدشتاين" في افتتاح عرضه الموسيقي عام 1966 في "ساوثمبتون"، لونغ آيلاند. وكان غولدشتاين على علاقة مع فنان بريطاني يدعى ديك هينغتر، الذين قد ناقشا إنشاء فن جديد، وصفاه بـ"إنترميديا". وفي عام 1968، استخدم مصطلح "الوسائط المتعددة" لوصف عمل "المستشار السياسي"، وفي أواخر السبعينات فإن المصطلح أشار إلى العروض التي تتكون من "عروض الشرائح المتزامن مع مسار الصوت"، وفي عام 1990 اتخذت الوسائط المتعددة معناها الحالي في الطبعة الأولى من كتاب "ماكجر وهيل" بعنوان "الوسائط المتعددة: اجعلها تعمل"، وأعلنت "تاي فوغان" أن الوسائط المتعددة هي أي مزيج من النص، فن الرسم، والصوت، والرسوم المتحركة، والفيديو التي على الكمبيوتر.

2- مفهوم الوسائط المتعددة:

1.2- **التعريف اللغوي:** كلمة وسائط هي جمع لكلمة "وسيط"، والوسيط هو كل شيء يستطيع إيصال المعلومة. أما التعدد فيعني استخدام أكثر من وسيط لإيصال المعلومات.

ويطلق على الوسائط المتعددة مصطلح "ملتيميديا Multimedia"، ذات الأصل اللاتيني المكون من كلمتين: Multus التي تعني متعدد، وMedium وهي نفسها في اللغة الإنجليزية، وتعني وسيط. ح ويعبر مصطلح Medium إلى أشكال مختلفة للقنوات الإخراجية من الحاسوب الذي يقدم المعلومات للمستخدم، مشيرا إلى حواسه مثل البصر والسمع واللمس.

كما يقصد بالـ"Media" في الغرب الإعلام والصحافة، وبشكل عام يطلق على كل ما ينطوي على معلومة تداع أو تنشر على الناس كمرحلة أولى، فيتناقلها الأفراد لتنتشر بصورة أكبر.

2.2- **التعريف الاصطلاحي:** تعرف الوسائط المتعددة بأنها "توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة من أجل

تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجات المتلقي، ومتكيفة مع قدراته الإدراكية، ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى. والوسائط المتعددة ليست مجرد تجميع لهذه الوسائط، بل هي عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة لعملية التلقي".

والوسائط المتعددة في **مجال الاتصال والإعلام** على شبكة الانترنت هي حزمة الوسائل الإعلامية الرقمية التي تشمل النص، والصورة بأنواعها، والصوت، والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة، وتتفاعل مع بعضها وظيفيا في إطار نظام مؤسسي يتيح للمتلقي الوصول والتجول والاختيار الحر بجانب المشاركة في بناء المعنى.

3.2- التعريف الإجرائي: الوسائط المتعددة هي توظيف إمكانات الحاسوب الرقمي من صوت، نص، صور ثابتة ومتحركة بشكل تفاعلي ومتكامل لإنتاج وسائط اتصالية.

إذا كان المستخدم يستطيع التحكم في ماهية المحتوى ووقت الاستخدام يسمى ذلك بالوسائط المتعددة التفاعلية Interactive multimedia، وعند توفر هيكل من العناصر المرتبطة التي من خلالها يمكن للمستخدم التنقل، تصبح الوسائط التفاعلية وسائط فائقة Hypermedia.

3- مصطلحات الوسائط المتعددة:

وردت العديد من التسميات لكلمة الوسائط المتعددة في الأدبيات الأجنبية والعربية على حد سواء، نذكر منها:

- ✓ **إعلام الوسائط الجديد:** وذلك باعتباره لا يشبه الوسائل التقليدية.
- ✓ **الوسائط على الخط:** والمقصود بها الأنية والفورية التي تتميز بها.
- ✓ **وسائط المعلومات:** وذلك للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال.
- ✓ **الوسائط التفاعلية:** حيث يتوفر العطاء والاستجابة والتفاعل.
- ✓ **الوسائط السايبرية:** وهي كلمة مأخوذة من تعبير الفضاء السايبري.
- ✓ **الوسائط التشعبية:** وذلك لإمكانية ربط شبكة من المعلومات بوصلات تشعبية.

4- عناصر الوسائط المتعددة:

من خلال التعريف بالوسائط المتعددة نستخلص أن عناصرها هي:

1.4- النصوص المكتوبة: وهي عدة جمل أو فقرات أو عناوين أساسية وفرعية تظهر على الشاشة لتعريف (المتلقي) بأهداف (الرسالة)، أو تقديم إرشادات له، ويمكن عرض النصوص المكتوبة من خلال لوحة المفاتيح أو الفأرة أو أي أداة أخرى من أدوات إدخال المعلومات.

ومن الأمور التي يجب مراعاتها عند كتابة النصوص واختيارها:

- اختيار الكلمات التي لها قوة في معناها.
- قابلية النص وتقاس بسرعة قراءة النص وفهمه.
- سهولة قراءة النص المكتوب وفهمه.
- توفر نوع وحجم ونمط الخط الذي يناسب طبيعة المحتوى من ناحية، والمتلقي من ناحية أخرى.

2.4- الرسوم الخطية: وهي تكوينات تظهر في صورة رسوم بيانية، ورسوم توضيحية، رسوم كاريكاتورية، ملصقات، لوحات توجيهية.

3.4- الصور الثابتة: هي لقطات فوتوغرافية ساكنة لأشكال وأشياء حقيقية يمكن عرضها لأية فترة زمنية، ويمكن تصغيرها أو تكبيرها حسب رغبة المستخدم.

وعند إنتاج وتصميم الصور الثابتة في برامج الوسائط المتعددة يجب مراعاة:

- وضوح الصور.
 - تزامن ظهورها مع اللغة المنطوقة.
 - عدم احتوائها على تفاصيل كثيرة تشتت انتباه المستخدم.
- 4.4- الصور المتحركة أو لقطات الفيديو: وهي لقطات متحركة، يتم تسجيلها بكاميرا فيديو رقمية، لها خاصية التثبيت والإبطاء والإسراع وإرجاع اللقطات.

5.4- الرسوم المتحركة: وهي رسوم يمكن إنتاجها بالكمبيوتر من خلال تصميم شكل في صورته الأولية، ثم عمل التعديلات اللازمة، وتلوينه ثم إعطاؤه صفة الحركة.

6.4- المؤثرات الصوتية أو الموسيقى: وهي أصوات تصاحب الرسائل اللفظية والبصرية، وقد تكون مؤثرات خاصة كانفجار بركان، أو أصوات طيور وحيوانات.

7.4- الكلمات المنطوقة والمسموعة: والتي قد تكون نصا منطوقا ومسموعا من خلال السماعات الخارجية، أو كلمات توجيهية إرشادية أو تعليقا على رسم أو صورة معروضة على الشاشة.

8.4- الواقع الافتراضي: ويتمثل في إظهار الأشياء الثابتة والمتحركة وكأنها في عالمها الحقيقي من حيث تجسيده، وحركتها والإحساس بها.

5- أدوات الوسائط المتعددة:

وهي مجموعة من الأدوات التي تستخدمها الوسائط المتعددة في عملها، علما بان هذه الأدوات تحتاج إلى برامج لتشغيلها والتحكم بها، ويمكن تصنيفها في ثلاثة أنواع كآآتي:

✓ الأدوات المرئية: مثل الفيديو، الشاشات، بطاقات الشاشات، المساحات الضوئية والأفلام الضوئية.

✓ الأدوات المرئية: مثل بطاقات الصوت، السماعات، الميكروفون.

✓ أدوات الاتصالات: البريد الإلكتروني، الهاتف وأجهزة الفاكس.

6- خصائص الوسائط المتعددة:

تتميز الوسائط المتعددة بعدة خصائص جعلتها تتناسب مع طبيعة عملية الإعلام، ومن أهمها:

1.6- التفاعلية: وتعني إمكانية الزائر (المستخدم) في ان يتواصل بشكل مباشر، وبإمكانه تحديد واختيار طريقة انسياب وعرض المعلومات حسبما يرغب.

2.6- التكامل: المقصود بالتكامل هو التناغم والاندماج بين مجموعة الوسائط المستخدمة والمعروضة على الشاشة، لخدمة المحتوى المراد توصيله إلى الجمهور، والعبرة هنا أن تخدم هذه العناصر الفكرة المراد توصيلها على شاشة واحدة، فالمهم هو اختيار الوسائط المناسبة من صوت وصور وفيديو ورسوم وموسيقى في شكل مزيج متكامل متجانس وظيفيا.

3.6- الفردية: تسمح الوسائط المتعددة بالفردية، إذ يمكن لها أن تتناسب مع رغبات فرد دون آخر، لتلائم مع خصائص المستخدمين.

فصفة الفردية تقتضي النظر إلى الفروق الفردية بين الجمهور واختلاف قدراتهم واستعداداتهم وكذلك تباين مستوى ذكائهم من أجل الوصول بهم جميعا إلى نفس مستوى الاتفاق.

7- مجالات استخدام الوسائط المتعددة:

تستخدم الوسائط المتعددة في مجالات كثيرة منها:

1.7- الأعمال التجارية: حيث تستخدم الوسائط لتوفير المعلومات للزبائن وجذبهم.

2.7- التعليم: تعتبر الوسائط المتعددة أفضل وسيلة لجذب الانتباه إلى جانب إمكانية تقديم المعلومة بأسلوب شيق قريب من الواقع، ويتيح فرصة التعمق بتوفير قدر اكبر من المعلومات باستخدام الرسوم والصور، مما يساعد على الإلمام بالموضوع.

3.7- الترفيه: من أكثر القطاعات استخداما لهذه التقنية، وتتمثل بألعاب الفيديو المختلفة.

4.7- الفنون: يسمح مجال الوسائط المتعددة بالتدريب على الرسوم والموسيقى.

5.7- الصناعة: تتمثل تطبيقات الوسائط المتعددة في هذا المجال في خدمة العملاء وتشخيص الأعطال والصيانة والتدريب والوقاية والأمن الصناعي، ويعتبر استخدام الوسائط المتعددة في تشخيص واكتشاف الأعطال أكثر التطبيقات الصناعية المتوقع استخدامها، نظرا لتعدد أنواع المنتجات والمعدات في كافة مجالات الصناعة، حيث يمكن إصلاح هذه المعدات بكفاءة أكثر عن طريق دعم المتخصصين بوسائل إيضاح سمعية ومرئية، لمساعدتهم في إتباع الإجراءات المناسبة للصيانة أو الإصلاح.

الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال

1- مفاهيم أساسية في الإعلام الجديد والوسائط:

اتفق الباحثون على خمسة مفاهيم نظرية رئيسة، تعد المفاهيم المفتاحية في مجال وسائل الإعلام الجديدة، وهي: الفضاء الإلكتروني، المجتمع الافتراضي، التفاعلية، النص الفائق والوسائط المتعددة.

ويمكن استعراض اتجاهات البحث والتنظير حول هذه المفاهيم، على النحو الآتي:

1.1- الفضاء الإلكتروني: تستخدم كلمة *Cyber* مقترنة بكلمة *Space* لتعبر عن أشهر تعبير في عصر المعلومات، واستخدمت *Cyberspace* للتعبير عن الانترنت في عام 1991، وأصبح هذا المفهوم أشمل وأوسع من الانترنت ليضم كل الاتصالات وقواعد البيانات ومصادر المعلومات، وأصبحت بنية النظام الإلكتروني تعني المكان الذي لا يعد جزء من العالم المادي أو الطبيعي، حيث أنها ذات طبيعة افتراضية رقمية إلكترونية، تتحرك في بيئة إلكترونية حيوية، تعمل من خلال خطوط الهاتف وكابلات الاتصال والألياف البصرية والموجات الكهرومغناطيسية. ووصف "ويليام جيبسون" العالم بأنه "عبارة عن شبكات الكمبيوتر والاتصالات الإلكترونية، وهو عبارة عن شبكة كمبيوتر خيالية تحتوي على كم هائل من المعلومات التي يمكن الحصول عليها لتحقيق الثروة والسلطة".

وباختصار هو: مكان للاجتماع العام، تخلقه شبكات الكمبيوتر، يتمكن فيه الناس من التفاعل والتشارك في المعلومات.

وفي الاستخدام اليومي، فإن مصطلح الفضاء الإلكتروني يشمل شبكة الانترنت، وشبكة الويب العالمية، والقوائم البريدية الإلكترونية، ومجموعات ومندديات النقاش، وغرف الدردشة، والألعاب التفاعلية متعددة اللاعبين، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية.

2.1- المجتمع الافتراضي: إن الجماعة الافتراضية تتشكّل كجمال تنتمي إليه مجموعة من الأشخاص على شبكة الانترنت، وتتقاسم اهتمامات مشتركة. ولكن هؤلاء الأشخاص يبتعدون عن بعضهم البعض مادياً. وقد لا يلتقون أبداً. وقد تشكّلت أول جماعة افتراضية من نوعها في الثمانينات، وكان الاتصال يتم فيها عن طريق حواسيب باهضة الثمن، فأمكن الاتصال والخوض في المغامرة، والزواج، وإنشاء الديانات، والتخريب على الحرب، والاحتجاج ضدها، وكانت صعوبة هذا العالم الافتراضي تكمن في كيفية تسيير عالم مسكون بـ15000 شخص.

وظهر المصطلح في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب "هوارد راينجولد *Howard Rheingold*" (1993)، ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية، أو أواصر عرقية، أو قبلية، أو سياسية، أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال، ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة، وقواعد الدخول والخروج، وآليات التعامل، والقواعد، والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها. وتعبير "دي موور و وايجاند *De Moor and Weigand*" (2007) المجتمع الافتراضي هو "نظام اجتماعي تكنولوجي".

ويشمل التعريف مجموعة من العناصر المهمة هي:

- جماعة من البشر: تزيد وتنقص، تكبر وتصغر، وفق شعبية الموقع وسهولة استخدامه، غير أنّ هويات أفراد هذه الجماعة تبقى موضع تساؤل وريبة ما لم يكن لها وجود حقيقي معلوم في العالم الواقعي.
- اهتمامات مشتركة: بالأدب، أو العلوم، أو الفنون، أو الصناعات، أو الهويات أو غير ذلك. وقد تكون الاهتمامات "تافهة" أو غير جادة، أو جانحة غير مقبولة من وجهة نظر من لا ينتمون إلى الجماعة أو المجموعة.
- تفاعل: يتّصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة. من هنا، لا يُعدّ البريد الإلكتروني مجتمعا افتراضيا، إلا إذا صاحبه الدردشة والرسائل النصية الفورية. تشمل التفاعلات تبادل المعلومات والدعم والنصيحة والمشاعر وفق طبيعة الجماعة أو المجتمع الافتراضي.
- وسيلة وفضاء للتواصل: منتدى، أو غرفة دردشة، أو موقع تواصل اجتماعي، أو مجموعة بريدية أو مدوّنة، أو غير ذلك.
- شروط عضوية: كلمة مرور واسم مستخدم وبيانات وقواعد تنظّم المشاركة والتفاعل، وما إلى ذلك.

ويعرّفه الباحث "محمد منير حجاب" بأنه "مجتمع يتكوّن من أشخاص متباعدين جغرافياً، ولكن الاتصال والتّواصل بينهم يتمّ عبر الشبكات الاليكترونية، وينتج بينهم - نتيجة لذلك - نوع من الإحساس والولاء والمشاركة".

3.1- التفاعلية: تشير التفاعلية إلى سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص، ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين.

وقد عدد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدمين، كالهاتف، والتلفزيون التفاعلي، والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال، وكذلك البريد الاليكتروني، والفيديو تكست، وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل. بالإضافة لكون التفاعلية خاصة من خصائص تكنولوجيا المعلومات، وتحديدًا الوسائط المتعددة.

وقد ارتبط مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة، فاعتبر حديث العهد نسبياً، ووليد العلاقات بين الناس والآلات، وأصبح متداولاً وشائعاً في الأوساط الأكاديمية والصناعة والصحافة مع بداية التسعينات من القرن الماضي، جراء نقطة الالتقاء التي جمعت بين المعلوماتية والاتصالات الرقمية، وكل ذلك أدى إلى تغيير تمثيل الاتصال كلياً، حيث صار ينظر إلى المتلقي كمشط وفاعل مثله مثل المرسل، بمعنى أن تكنولوجيات الاتصال الجديدة أكسبت المتلقي خاصية الارتكاسية؛ أي بإمكانه إرسال رسالة مركبة إلى المرسل.

4.1- النص الفائق: من أبرز ملامح شبكة الويب العالمية، استخدام الروابط الفائقة *Hyperlinks*، والتي هي نقاط على الصفحة، ما إن يقرها المستخدم حتى تنتقله إلى نقطة أخرى، سواء في نفس الوثيقة أو في ذات الموقع، أو في موقع آخر على شبكة الويب.

والروابط الفائقة هي شكل من أشكال النص الفائق *Hypertext*، وهو مصطلح صكه "تيد نيلسون" عام 1965. ويعرف نيلسون النص الفائق بأنه كتابة غير خطية. وكتب نيلسون يقول: "حين لا نتقيد بالتسلسل، يساعدنا النص الفائق على المجئ بأشكال جديدة من الكتابة تعبر بشكل أفضل عن الموضوع الذي نكتب عنه، وهذا يتيح للقراء أن يختاروا مواصلة القراءة في أحد المسارات التي تخدم اهتماماتهم أو حبل أفكارهم الحالي بطريقة كانت ضرباً من ضروب المحال قبل ذلك".

5.1- الوسائط المتعددة: تمثل تقنيات الوسائط المتعددة أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أتاحت تقنيات الحاسوب والانترنت تقديم المواد المقروءة والمسموعة والمرئية في آن واحد على شاشة الحاسوب، ولعل

سر جاذبية الإعلام الجديد يعود إلى هذه التقنية التي تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية، حيث أضفت عليه مميزات تنافسية، مما جعله أكثر فاعلية وجذبا للمتلقي.

أ- التعريف اللغوي: إن كلمة (ملتيميديا) *Multimedia* كلمة إنجليزية تتألف من شقين: الشق الأول *Multi* أي متعددة، أما الشق الثاني، فهو الوسائط *Media*، وهو اصطلاح يقصد به في الغرب الإعلام والصحافة، وبشكل عام يطلق على كل ما ينطوي على معلومة تذاع أو تنتشر على الناس كمرحلة أولى، فتتناقلها الأفراد وتتبادلها الألسنة فتنتشر بصورة أكبر.

وهناك عدة تسميات تطلق عليها، فنجد مصطلح ملتيميديا أو الوسائط المتعددة *Multimedia*، هايبرميديا *Hypermedia* أو الوسائط التشعبية، أو يونيميديا *Unimedia* الوسائط الواحدة أو الموحدة، أو الوسائط المندمجة *Multimedia*، أو الوسائط النهائية *Ultimedia*، حيث تم اقتراح هذا المصطلح الأخير من طرف شركة *I.B.M* في تطبيقها لبرمجياتها التطبيقية.

ب- التعريف الاصطلاحي: من التعريفات الكثيرة للوسائط المتعددة نذكر:

- مجموعة من تطبيقات الحاسب الآلي، يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة، تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، تم عرضها بطريقة تفاعلية، وفقا لمسارات المستخدم.
- هي التي تركز على عرض النص مصحوبا بقطاعات حية من فيديو وصور وتأثيرات خاصة، مما يزيد من قوة العرض، ويزيد خبرة المتلقي في أقل وقت ممكن، وبأقل تكلفة. وهي التي تعرض المعلومات في شكل نصوص مع إدخال كل أو بعض من العناصر الآتية: الصوتيات، الصور الرقمية، الرسوم المتحركة، لقطات الفيديو الحية، التصوير الفوتوغرافي، النص الكتابي.
- هي تكوين من النصوص والرسوم الفنية والصوت والرسوم المتحركة والفيديو عن طريق الحاسب الآلي، أو أي وسيلة إلكترونية أخرى.

2- بين فضاءات الاتصال التقليدية والحديثة:

ظاهرة الفضاءات الاليكترونية الحديثة شأنها شأن الفضاء التقليدية التي تتألف من أربعة مكونات رئيسية، هي: المكان والمسافة والحجم والمسار، ويعبر محتواها عن طبيعة وجود هذا المحتوى، ويتميز هذا الفضاء الاليكتروني بغياب الحدود الجغرافية، وغياب عنصر الزمن. ويتطلب ذلك العالم الافتراضي وجود هيكل مادي من أجهزة الكمبيوتر وخطوط الاتصالات، ومن ثم فإن ما يعمل داخل هذه الأجهزة يمثل نمطا من القوة والسيطرة، حيث تصبح القيمة الحقيقية للفضاء الاليكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة داخله، والمساهمة والتحكم بها في إطار وشكل إلكتروني.

والجدول الموالي يوضح مقارنة بين الفضاءات التقليدية والفضاء الافتراضي:

جدول رقم (01): يوضح الفروق بين الفضاءات التقليدية والفضاء الافتراضي

الجماعة	التقليدي	الافتراضي
مجموعة اللقاء والمواجهة	يتحدد زمن اللقاء والمواجهة بمدة تتحدد بطبيعة اللقاء مع الآخر، وينتهي بانتهاء مراسيمه.	يتسم اللقاء بتواصل افتراضي مفتوح بين أعضائه، ولا يتحدد بموضوع محدد، أو ينتهي بانتهائه.
الأسرة	تتشكل الأسرة بالإطار الاجتماعي الذي تفرضه درجة القرى، وصلات الدم وغيرها من الصلات التي تجمع بين أفرادها.	تتشكل الأسرة الافتراضية من مجموعة صلات وأهداف مشتركة، ومبادئ وعقائد تجمع تحت مظلتها مجموعة محددة من الأفراد.
جماعات المهنيين	تهدف إلى ترسيخ التواصل بين ذوي الخبرات المهنية في حقل من الحقول من خلال سلسلة من الأنشطة والوسائل الصريحة.	تشجع الجماعات الافتراضية على تبادل المسائل الشخصية ذات الصلة بتخصص مهني، وتبني مبدأ التعلم من تجارب الآخرين في بيئة افتراضية.
جماعات التعلم	تتألف من مجموعة أفراد يتفوقون بمعيار القيم والاعتقادات، ويهدفون إلى تعميق حصيلتهم المعرفية بالتعلم من الآخرين، والتواصل المباشر معهم.	تعد الجماعات الافتراضية فئة من فئات مجتمع التعلم، التي يشترك أصحابها بمبادئ وقيم ومعتقدات، ويلتحقون مع بعضهم بواسطة الانتماء للجماعة المتخيلة، والمشاركة والتواصل بما يمتلكون من معارف وخبرات.

إشكاليات التنظير لوسائط الإعلام الجديد

1- لمحة تاريخية:

لقد نشأ معظم التنظير حول الإعلام الجديد في المراحل الأولى في مجال لا ينتمي إلى الوسط الإعلامي، وكان الكثيرون ممن بادروا بوضع أسسه الفكرية والتكنولوجية متخصصون في مجالات بعيدة كل البعد عن الإعلام، منذ أن نشر "فانفر بوش Vannevar Bush" مقاله الشهيرة عام 1945، بعنوان "كما يجب أن نفكر"، والتي جسدت فيها أفكاره الأولى حول علاقة عقولنا بالآلة الهندسية. وهي الأفكار التي مهدت لظهور شبكة الويب فيما بعد.

مرورا بالدور الذي لعبته رؤى "جي سي آر ليكليدر J.C.R Lilder"، التي أطلق عليها Man-Compter Symbiosis في عام 1960، والتي قادت إلى تطوير أسس فكرة التفاعلية بين الإنسان والكمبيوتر، وهو التفاعل الذي أنتج حالة الإعلام الجديد التي نعيشها الآن.

2- أبرز الإشكاليات النظرية والمنهجية التي تواجه الدراسات المعنية بوسائط الإعلام الجديد:

أسفرت التحولات الكثيرة التي شهدتها التعامل المنهجي والنظري مع وسائط الإعلام الجديد عن ظهور العديد من الإشكاليات النظرية والمنهجية التي تواجه الباحثين المعنيين بهذا المجال من بينها:

- عدم وجود نماذج ومقولات ومفاهيم نظرية كافية ومناسبة لتفسير ظواهر وسائط الإعلام الجديد، مما يدفع بعض الباحثين إلى إنجاز دراساتهم دون الاستناد إلى قواعد ورؤى نظرية. مع الاكتفاء بوصف هذه الظواهر دون التعمق في تحليلها وتفسيرها، والبعض الآخر يستند لمقولات ونماذج تقليدية قد لا تتناسب مع طبيعة هذه الظواهر، وهو ما لا يساعد في بناء تراكم نظري ثري، كما لا يساعد في توفير رؤى تفسيرية موضوعية لهذه الظواهر.

- تواجه النظريات المستخدمة في مجال بحوث وسائل وسائط الإعلام الجديد عدة تحديات، من بينها:
- تغير خصائص وطبيعة الظاهرة الإعلامية التي يتم دراستها، واختلاف خصائص الواقع الذي ينتجها، وتداخل عوامل مغايرة في تشكيلها، يصعب حصرها أو تعميمها.
- عدم قدرة النظريات التي تتسم بالشمول والكلية على استيعاب ظواهر وسائط الإعلام الجديد، فضلا عن أن معظمها كان وليدا لسياق إعلامي واجتماعي وثقافي مختلف. مما يجعل استعارتها في مجال وسائط الإعلام الجديد محفوقا بالعديد من المحاذير، في ظل الخلاف الدائر بين الباحثين حول مدى صلاحية توظيف المداخل والنماذج النظرية التقليدية على الدراسات المهمة بوسائط الإعلام الجديد.

• قلة الاجتهاد في استحداث مداخل نظرية تتلائم مع طبيعة ظواهر وسائط الإعلام الجديد من جهة، واتجاه بعض الباحثين إلى استعارة نماذج ونظريات من مجالات وعلوم أخرى، من باب السبق البحثي، دون دراية بإمكانية توظيفها في استقراء ظواهر وسائط الإعلام الجديد، وقيام البعض بالاستناد إلى مفاهيم ابستمولوجية غير مستقاة من واقع دراسة الظواهر المصاحبة لوسائط الإعلام الجديد، ودون النظر بتعمق في استخلاص مفاهيم خاصة بها.

• صعوبة تطبيق بعض النظريات التقليدية على واقع التواصل الاجتماعي، وتغير الوسائل الاتصالية وعلاقتها بالمتغيرات والعوامل الأخرى، وظهور وسائط إعلامية جديدة، لا تخضع لذات الضوابط التنظيمية المألوفة مثل المدونات وصحافة المواطن.

- انعكست الإشكاليات المتعلقة بالنظرية في بحوث وسائط الإعلام الجديد على الجوانب المنهجية والإجرائية، من عدة نواحي من بينها:

• عدم وجود مناهج علمية جديدة قادرة على التعاطي مع ظواهر الإعلام الجديد. فعلى الرغم من وجود بعض التراكم المعرفي الكمي في دراسات وسائط الإعلام الجديد، إلا أنها لم تحقق النجاح المرجو في تطوير البناء النظري والفلسفي، أو طرح مناهج بحثية جديدة.

• استمرار غلبة استخدام الأدوات الكمية في دراسة بعض ظواهر وسائط الإعلام الجديد التي تحتاج إلى تنوع في الأدوات البحثية وتكامل ما بين الأدوات الكمية والكيفية، باعتبار أنها ظواهر إنسانية واجتماعية واتصالية، لا يمكن رصدها وتحليلها كمياً فقط، فثمة أبعاد أخرى قيمية وسلوكية تقتضي استخدام أدوات كيفية أيضاً لاكتشاف أبعادها، مع الأخذ في الاعتبار الدوافع الكامنة وراء آراء وقيم واتجاهات وسلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الجماهيري، وعدم الاقتصار على تحليل آراء ومواقف واتجاهات المستخدمين بشكل كمي فقط.

- افتقار بعض الباحثين للمهارات التقنية الضرورية للتعامل مع وسائط الإعلام الجديد، مما يعوقهم عن إجراء دراسات أكثر عمقا. كما يحول بينهم وبين توظيف البرمجيات والقواعد المعلوماتية التي تزيد هذه الدراسات ثراء.

- كثرة البيانات المتاحة والتي يصعب دراستها، وهو ما يقتضي وضع حدود لموضوع وفترة البحث، وعدم وجود قيود على التعليقات، حيث أن معظمها قد تكون عبئاً على الباحث أثناء فرزها لبعدها عن موضوع البحث. بالإضافة إلى المشكلات المتعلقة بتعدد اللغات المستخدمة في هذه الوسائط، وكذلك تعدد المنابر والأشكال التي تظهر بها المساهمات سواء كصور، أو فيديوهات، أو مقاطع مسموعة، أو مصورة، أو غيرها، وكذلك صعوبة تحديد هوية المستخدمين في حالة توافر بروفيلات خاصة بهم، فقد لا تكون صحيحة.

- صعوبة اختيار عينات ممثلة وغير متحيزة، تعكس الواقع الاجتماعي الحقيقي للمتفاعلين مع وسائط الإعلام الجديد، وتساعد في التوصل لنتائج قابلة للتعميم.