

خاصية البث المباشر و u-Audience في البيئة الإتصالية الجديدة

Live broadcast feature and u-Audience in the communication environment

سهيلة دهماني^{1*}، ليندة صيمود²

¹ جامعة عباس لغور خنشلة (الجزائر)

² جامعة الجزائر 3 (الجزائر).

تاريخ القبول: 2021/06/20

تاريخ الاستلام: 2021/05/16

ملخص :

وفرت البيئة الاتصالية الجديدة في عصرنا الحالي عدة خصائص وسمات تحطت ما كانت تمتلكه البيئة الاتصالية التقليدية من حيث تبادل الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية، كما منحت منصات مفتوحة للنقاش والتبادل الحر للآراء، ومع تسارع وتيرة التطور الهائل الحاصل في وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك ، تويتر، اليوتيوب والانستغرام أضفت عليها خاصية جديدة تعرف بخاصية "البث المباشر"، وهي ميزة مكنت الجمهور المتلقي من التواجد الكلي في كل مكان يريده، وفي الوقت الذي يريده، وبالكيفية التي يريد وقد اطلق عليه بمصطلح (u-Audience (ubiquitous).

والذي يعد آخر المصطلحات التي أضفت على الجمهور في عالم ما بعد الحداثة (post-Audience) صفة التواجد الكلي الذي لا يحده مكان جغرافي معين في زمن معين، فهو قد يتواجد في كل مكان في نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته المكتوبة، وهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي نفس الوقت القائم بالاتصال أو المرسل.

ويهدف هذا المقال إلى التعرف على خاصية البث المباشر كسمة تفاعلية أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة وما لها من إيجابيات، وما عليها من سلبيات ، وكيفية ربطها بوسائل التواصل الاجتماعي وبالجمهور المتلقي القادر على التواجد الكلي u-Audience.

الكلمات المفتاحية: البث المباشر، Live، جمهور، U-Audience، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract :

The new communications environment provided in present times several characteristics and features and features that exceed what the traditional communications environment possessed in terms of Exchanging roles between the parties to the communication process, and open platforms for debate and free exchange of opinions and with the acceleration of the tremendous development in social media as Facebook, Twitter, YouTube and Instagram I added her new property known as ' live ', a feature that enabled the audience of total presence everywhere he wants, anytime he wants, how he wants the term was called u-Audience (ubiquitous) .

Which is the last terms that add audience in a post (post-Audience) in the overall presence is a particular geographical location at a certain time, it might be everywhere at the same time, his image and his voice and his words written, and is the recipient of the messages at the same time based Contact the sender.

This article aims to identify the live broadcast feature as an interactive feature produced by the communication environment and its pros and its cons, how they relate to social media and audience capable omnipresence u-Audience.

Keywords : property, an audience, U-Audience, social networking sites.

* سهيلة دهماني .

I. مقدمة:

لا شك أن التطور التكنولوجي المتسارع لوسائل الاتصال فرض تحولات هائلة في العملية الاتصالية بجميع مكوناتها، أعادت رسم ملامح بيئة الاتصال التقليدية وهي البيئة التي كان فيها السيادة للإعلام الجماهيري المركزي، الخطي، ذو الاتجاه الهابط من الأعلى إلى الأدنى.

ومنذ تسعينيات القرن الماضي بدأنا نعاين تغيرات جذرية في الاتصال والإعلام، تبدو ملامحها في العديد من الجوانب والأبعاد إذ حتى بتلك العملية نحو التفاعلية والفورية والمشاركة الفاعلة بين المرسل والمستقبل، هذه التغيرات هي جزء جوهري يصطلح عليه بالبيئة الجديدة للاتصال أين أتاحت هذه البيئة منصات ووسائل وتقنيات تسمح له بإشباع حاجاته من أخبار ومعلومات، وشبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت كذلك حرية التعبير وهو ما كرس تحولاً في السلوك الاتصالي للمستخدم.

فهذا التحول الذي لم ندرك منه سوى تجلياته الأولية إلا أن تسارع وتيرة التطور الهائل الحاصل في وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، تويتر، اليوتيوب والانستجرام أضفت عليها خاصية جديدة تعرف بخاصية البث المباشر، وهي ميزة مكنت الجمهور المتلقي من التواجد الكلي في كل مكان يريده، وفي الوقت الذي يريده، وبالكيفية التي يريد وقد أطلق عليه بمصطلح (ubiquitous) u-Audience.

وبناء عليه، فإن إشكالية الدراسة تتركز حول التساؤل الرئيس التالي:

كيف أسهمت البيئة الاتصالية الجديدة من خلال تقنية البث المباشر من جعل الجمهور قادراً على التواجد الكلي في كل مكان

وزمان؟

أين نحاول الإجابة على هذا السؤال من خلال التطرق إلى المحاور التالية:

- 1- البيئة الاتصالية الجديدة و بؤادر المصطلح.
- 2- البث المباشر كسمة تفاعلية أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة.
- 3- U-Audience مصطلح جديد لجمهور اثبت قدرة تواجده في أي زمان أو مكان.

II. البيئة الاتصالية الجديدة و بؤادر المصطلح:

وهي جميع العناصر الإنسانية والتكنولوجية التي يجري فيها أو من خلالها الاتصال وتشكل هذه البيئة من أربعة أبعاد رئيسية

هي (1):

- النسق التكنولوجي المتعلق مباشرة بالنظام الإعلامي وعمليات الإعلام.
 - طبيعة النظام السياسي وما يترتب على ذلك من تشريعات وقوانين وإجراءات خصوصا تلك المتعلقة بالديمقراطية و ديمقراطية الاتصال على وجه الخصوص.
 - البنية الاقتصادية المادية والبشرية بما تتضمن من نظم اتصالية تحتية ومعارف ومهارات وإمكانيات بشرية أخرى.
 - النسق الاجتماعي الثقافي بما يتضمن من قيم وعادات،
- ونظرا لخصائص تكنولوجيا الاتصال الشبكية والتأثير المفتوح فإن تلك الأبعاد تمتد على مستويات محلية، إقليمية، ودولية، فالتكنولوجيات ظلت تعتمد على نظام التماثل التناظري أو ما يعرف بـ"الأنالوج ANALOG"، بينما كانت الرقمنة ثورة حقيقية في هذا المجال (2).

ويشير مصطلح البيئة الاتصالية الجديدة إلى:

- ✓ خبرات نصية جديدة، أنواع جديدة من الكتابة.
- ✓ علاقات جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا: تغير في الاستقبال للصورة ووسائط الاتصال والحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيات ووسائل الإعلام.
- ✓ تجارب و خبرات في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع، انتقالات وتحولات في الخبرات الفردية والمجتمعية في التعامل مع الزمن والفضاء والمكان على كلا المستويين المحلي والعالمي.
- ✓ المستخدمون للوسائط الجديدة في البيئة الاتصالية الجديدة هم منتجون نشطون للمحتوى والمعلومات، سواء بإرسال بريد الكتروني أو استخدام أدوات التعاون عبر الأنترنت وغيرها، وقد أدخلت الوسائط الجديدة تفاعل المستخدم بدلا من مجرد استهلاكه للوسائط.

II.1 / خصائص البيئة الاتصالية الجديدة: (3)

- ✓ التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال و المتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية أو تبادلية و ليست في اتجاه أحادي.
- ✓ التزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مستقبلا أو مرسلا.
- ✓ المشاركة والانتشار: تتيح البيئة الاتصالية لأي شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا.
- ✓ الحركة و المرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي و المرسل ، مثل الحاسوب المتنقل، وحاسب الأنترنت، الهاتف الجوال.
- ✓ الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان.
- ✓ التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها.

II.2 / مخرجات البيئة الاتصالية الجديدة: (4)

- ✓ المدونات.
- ✓ التدوين المصغر.
- ✓ مواقع الشبكات الاجتماعية.
- ✓ المواقع الارتباطية.
- ✓ مواقع الصور.
- ✓ مواقع الفيديو.
- ✓ المنتديات.
- ✓ الشبكات الإخبارية.
- ✓ الكتب الإلكترونية.
- ✓ تقنية العرض والبعث المباشر.

III. البث المباشر في وسائل التواصل الاجتماعي كسمة تفاعلية أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة:

مع تسارع وتيرة التطور الهائل الحاصل في تطبيقات التواصل الاجتماعي، ظهرت خاصية جديدة تعرف بخاصية أو تقنية "البث المباشر"، وهي ميزة تمكن المستخدم العادي من بث أي فيديو وبشكل مباشر، وبأقل التكاليف على أي موقع تواصل اجتماعي، في ظل توفر شبكة أنترنت سريعة، وهاتف ذكي، ومع بدء انتشار هذه الخاصية استبشر البعض بما وعدتها ثورة جديدة في عالم الاتصالات، فيما أبدى البعض تخوفه منها وما يمكن أن تسببه من مشاكل اجتماعية وأخلاقية هم في غنى عنها.⁽⁵⁾

III.1/ ماذا نعني بالبث المباشر؟

هي خدمة تسمح لبروفایل ما، صفحة أو قناة بالتواصل مع متابعيها عن طريق الفيديو في الوقت الآني، دون الحاجة إلى أن يقوم المشاهد بتحميل المحتوى أو الاشتراك للحصول عليه، كما هو الحال في "الويبينار".

إن الفرق بين عرض بث مباشر Direct, Live وخدمة بث streaming كما هو الحال على اليوتيوب، نيتيفليكس على سبيل المثال، هو أنه في الحالة الأولى Live تتم مشاهدة الفيديو في نفس الوقت الذي يتم فيه تسجيل ذلك الفيديو، مما يتيح أن يتفاعل معد المحتوى مع من يشاهد ذلك المحتوى والإجابة على التعليقات...⁽⁶⁾.

III.2/ التطبيقات التي تدعم خاصية البث المباشر:

تتسابق العديد من مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية البث المباشر، وعلى رأسها موقع "الفايس بوك"، تويتر، اليوتيوب، الانستغرام، وقد عملت العديد من التسهيلات لتكون هذه الخاصية متاحة للجميع، كونها ستكون المستقبل، ناهيك عن تأثيرها الواضح كأداة في زيادة التفاعل والمشاركة مع الآخرين.

III.3/ كيفية الاستفادة من خاصية البث المباشر:

المتعمق في وسائل التواصل الاجتماعي يدرك أن هذه الأداة مفيدة بشكل قد لا يتصوره البعض، وتعد ثورة جديدة في عالم التواصل الاجتماعي، عندما نستخدمها بالشكل الصحيح، ففي تطبيقات التواصل الاجتماعي تنتشر الكثير من الحسابات التي تعلم اللغات بشكل مباشر ويمكن من خلالها للمتابعين ودون أي مقابل تعلم لغة جديدة أو تقوية لغات أخرى يتحدثون بها، كذلك بث

منشورات ونصائح يومية للمتابعين في العديد من المجالات الدينية، الحياتية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها.... التي يمكن للفرد الاستفادة منها في حال تمت توعيته بشكل أفضل في كيفية استخدام هذه الأدوات والتطبيقات بشكل صحيح.⁽⁷⁾

III.4 / البث المباشر عبر موقع "الفايس بوك":

يقدم الفايس بوك لمستخدميه خصائص عديدة ومتنوعة، تمكنهم من سهولة استخدامه، وسهولة التواصل بمن حولهم، عن طريق الرسائل النصية أو الصوتية، أو الفيديو وغيرها من خصائص كثيرة تتسم بالسهولة والتطور، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكن من وضع الصور الخاصة بالمستخدم، وبممكنه من الاشتراك في العديد من المجموعات، وقد عمل الفايس بوك على التحسين والتطور المستمر حتى يحافظ على بقائه.

وفي عام 2015 قدم موقع الفايس بوك خاصية وخدمة جديدة لمتصفحيه، تتمثل في امكانية البث المباشر لما يقوم به مستخدم الفايس بوك، وقد كانت الخدمة في أولها مقتصرة على المشاهير، وقد دفعت لهم الفايس بوك مبالغ مالية، بهدف الترويج لهذه الخاصية الجديدة، وفيما بعد عممت على كل مستخدم للفايس بوك وذلك في عام 2016.

وتكمن خاصية البث المباشر في تمكين أي شخص (مشارك عادي) في تطبيق الفايس بوك من بث ونشر أي فيديو، وبشكل مباشر في ذات اللحظة والثانية ودون قيد أو شرط سوى أن يكون لديك حساب نشط في الفايس بوك، وأن تتوفر خدمة عالية من الانترنت.

ما يزيد من فاعلية وانتشار الفيديو المباشر هو ما يقوم به الفايس بوك، فعند بدء البث المباشر يقوم الموقع مباشرة بإخطار متابعيك أنك تقوم بالبث المباشر، وبالتالي بإمكانهم متابعتك وارسال التعليقات المباشرة على الفيديو المباشر الخاص بك في ذات اللحظة، كما أن الفايس بوك أطلقت محرك بحث خاص بالفيديوهات العادية والبث المباشر، لتصل إلى أي حدث عن طريق البحث.

لم تكتف الفايس بوك فقط بإطلاق خدمة البث المباشر، واثاحتها لكافة من يملكون حساب الفايس بوك، بل أضافت ميزات جديدة لتمنح من يستخدم هذه الخاصية ميزات تحكم أفضل، منها إجراء محادثات فورية أثناء البث المباشر، أي إضافة للمشاركات

النصية المباشرة بإمكان المشاهدين في ذات لحظة البث المباشر أن يتدخلوا معك بالصوت والصورة، في هذه المحادثة صاحب البث المباشر فقط هو من يتحكم فيها بأن يجعلها مشاهدة للعامة أو فقط بينه وبين المتداخل معه كمحادثة جانبية دون أن يطلع الآخرون عليها.

ومن التحسينات والإضافات التي أضيفت لهذه الخاصية أيضا **live with** وهي ميزة تسمح لصاحب البث المباشر بدعوة من يود من متابعيه أو أصدقائه، ليصبح البث مشتركا بين شخصين وليس شخصا واحد فقط وهذه عززت من التفاعلية لهذه الخاصية، وما عزز أكثر هذه الخاصية ميزة التواصل المباشر بالصوت والصورة، هو ما قام به الفاييس بوك حيث كان في بدايته يسمح فقط لعدد خمسة آلاف صديق كحد أقصى، لكن الفاييس بوك مؤخرا زاد هذا العدد، ولكن عبر خاصية المتابعة، وبالتالي زاد عدد من يتابعون كل ما ينشر عبر الفيديو أو النصوص لشخصيات عديدة استفادت من مزايا المتابعة والبث المباشر، بزيادة عدد المتابعين إضافة للأصدقاء الأساسيين، ما مكن عددا واسعا من إمكانية متابعة ما يودون. (8)

III.5 / كيفية تشغيل البث المباشر:

أولا: لا بد من التأكد من أن موقع الفاييس بوك أضاف بالفعل ميزة البث المباشر إلى حسابك أو إلى الصفحات التي تديرها، ويمكنك التحقق بتسجيل الدخول إلى الموقع عبر هاتف **IOS** أو الاندرويد.

بعد تسجيل الدخول اضغط على زر **status**، وعندها يظهر المربع الذي اعتدت أن تكتب فيه "البوست" أو المنشور، وإذا كانت تقنية "البث المباشر" أضيفت إلى حسابك فستجد رمزا على شكل رأس تخرج منه دوائر تمثل إشارات البث.

إذا وجدت الرمز المطلوب اضغط عليه، فيقوم الفاييس بوك بالتأكد من أنك على اتصال سريع بالإنترنت يمكنك من البث المباشر، ثم يقوم بتشغيل الكاميرا، وهنا عليك الاختيار بين البث من الكاميرا الأمامية أو الخلفية لهاتفك الجوال.

يتيح لك الموقع بعد ذلك كتابة عنوان فيديو البث المباشر، ومن ثم الضغط على زر **Go live** ليبدأ البث لمتابعي الصفحة أو أصدقائك على الفاييس بوك، علما أن الموقع يقوم بتبنيهم إلى أن الصفحة الفلانية أو الشخص الفلاني بدأ يبث بشكل مباشر. وفور بداية البث يتيح الموقع للمتابعين التعليق بشكل مباشر على الفيديو المباشر، كما يتيح لصاحب الصفحة الرد على التعليقات أو حظر بعض المعلقين، وكذلك فإن بإمكان أي ملقني للبث إخطار الفاييس بوك في حال وجد في المادة التي تبث مباشرة أي إساءة أو محتويات غير مرغوبة.

وكان موقع الفاييس بوك قد أطلق خدمة البث المباشر في الأعوام الماضية بإمكانية تصل إلى ساعتين متواصلتين، كما ضاعفت في سنة 2016 شركة الفاييس بوك من مدة البث المباشر إلى أربع (04) ساعات متواصلة، وهذا بناء على طلب العديد من المشاهدين والناشرين.

III.6 / البث المباشر على تطبيق الانستغرام :

كذلك هو الحال بالنسبة لموقع الانستغرام والذي هو الآخر يحوي خدمة "البث المباشر للفيديو" من خلال الكاميرا والتفاعل مع متابعيهم على الخدمة. ويمكن للمشاهدين إضافة التعليقات و إرسال عدد غير محدود من رموز القلب، ولكن خلافا لمعظم مقدمي خدمات الفيديو المباشر، فإن خدمة الانستغرام الجديدة سريعة الزوال، حيث يختفي مقطع الفيديو حالما ينتهي البث المباشر، وهو غير متوفر للمشاهدة لاحقا.

كما عمل تطبيق الانستغرام على ميزة جديدة في البث المباشر وهي إمكانية إضافة شخص آخر ضمن البث ليظهر معك، وأثناء البث المباشر ستجد زر **add** في زاوية الشاشة وبالضغط عليه يتم عرض قائمة المشاهدين من الأصدقاء لاختيار أي منهم وضمه للبث المباشر، هذا يعني أن البث المباشر أصبح بإمكانه عرض شخصين معا، ويمكنك في أي وقت إزالة الشخص الحالي وإضافة غيره، وعبر ظهور شخصين في البث المباشر يمكن زيادة التفاعل وبالتالي معدل بقاء المستخدم ضمن التطبيق نفسه، وهذا ما يطمح إليه تطبيق الانستغرام دائما، وللحصول على الميزة عليك تحديث تطبيق الانستغرام سواء على الأندرويد وآيفون. (9)

III.7 / نقاط قوة خاصية البث المباشر:

لا يمكن حصر فوائد وإيجابيات تقنية البث المباشر خصوصا في حال ما إذا تم استخدامها بالشكل الصحيح: حيث تم استخدامها بالفعل في العديد من الجامعات وذلك في بث الدروس والمحاضرات للطلبة، كما أتاحت للكثير من الصحفيين في دول العالم بث أحداث ساخنة بشكل مباشر للمتابعين دون قيود، ومكنت الإذاعات في دول العالم من بث برامجها الإذاعية بشكل مباشر ومتابعة تفاعلهم مع البرامج وهو ما كان ليحصل دون توفر هذه الميزة.

كما قامت العديد من الشركات والمؤسسات التجارية ببث فيديوهاتها مباشرة للترويج والتعريف بمنتجاتها والخدمات التي يقدمونها، وهو ما جعل مسألة الترويج والتسويق أسهل بكثير مما كان عليه في وقت سابق.

كما يمكن إجمال نقاط قوة خاصية البث المباشر في النقاط التالية:

- الفاييس بوك في حد ذاته، هو نقطة قوة، خاصة في ظل ازدياد استخدامه.
- البث المباشر لحظة وقوع الحدث، وتعتبر هذه من أهم نقاط القوة، وبالتالي تستفيد هذه الخاصية في انفرادها في نقل تفاصيل الخبر في ذات الثانية.
- التفاعلية: حيث تمتاز هذه الخاصية بتعدد وتنوع وسائل التفاعل المباشر، ما أكسبها جمهورا كبيرا خاصة وسط الشباب، وتتمثل هذه التفاعلية المباشرة في الآتي: (10)
 - أ. التداخل المباشر في فيديو البث بالصورة والصوت.
 - ب. التعليق المباشر بالكتابة النصية
 - ت. التعليق المباشر بالرموز، أو الصور الثابتة.
 - ث. التفاعل بمرز الاعجاب ومشتقاته.
 - ج. التفاعل بالمشاركة وهذه الطريقة تساعد في انتشار الفيديو أكثر فأكثر، إذ أنك بمجرد مشاركتك للفيديو المباشر سيظهر تلقائيا على صفحتك الشخصية في الفاييس بوك، وبالتالي مشاهدته مع أصدقائك.

III.8 / مجالات استخدام خاصية البث المباشر:

امكانية توظيفها في أشكال مفيدة متعددة تتمثل في: (11)

- إمكانية أن تستفيد منها الجامعات والمعاهد العليا في بث المحاضرات مباشرة، ويستفيد منها بالتالي كل الطلاب المعنيين.
- توظيفها اعلانيا للشركات والمؤسسات التجارية، وبالتالي الاستفادة منها في الترويج والاعلان للمنتجات المختلفة بالصوت والصورة.

- استفادت منها القنوات الفضائية والإذاعات، وذلك بأن تمتلك كل قناة وإذاعة حساب في الفاييس بوك تبث عبره كل البرامج، وبالتالي كسب مشاهد ومستمع جديد قد يكون غير متاح له المشاهدة والاستماع عبر التلفزيون والراديو.

III.9 / سلبيات خاصية البث المباشر:

- مع اطلاق خاصية البث المباشر أبدى الكثير من المتخصصين تخوفهم من هذه الميزة في حالة إساءة استخدامها، وهو ما جعل ظنهم في محلها، حيث نملس في الواقع فعليا:
- عدم قدرة إدارة هذه التطبيقات على حجب الكلمات البذيئة التي يستخدمها البعض في بثهم المباشر وعدم القدرة فعليا على إدارة ومراقبة المحتوى.
- عدم توفر الخصوصية في هذه التطبيقات وسهولة اقتحام المتطفلين لحياة الغير وانتهاكهم لخصوصيات الآخرين.
- كما تشكل خاصية البث المباشر على تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي خطورة أمنية بالغة على حرمة المنشآت الحمية وفق القوانين والأنظمة.

وقد أضاف الخبير في الإعلام الاجتماعي "خالد صافي" لدنيا الوطن: " بالدرجة الأولى الخلل ليس في الأداة ولكن في طريقة استخدامها في النشر والترويج، وأنها أداة قوية لكن قد تستخدم بشكل سلبي يعود بالضرر على مستخدميها. كما نوه إلى ضرورة وجود توعية من خلال عقد ورشات عمل وندوات تضم خبراء في مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية مستخدميها ووضعهم في الطريق الصحيح، خاصة اهتمام الأهالي بالأجهزة الذكية الخاصة بهم، لأن هذا الأمر قد يسبب لهم إحراج ونوع من إفشاء الأسرار والخصوصية،" مشيرا في ذات الوقت إلى وجود عدة فوائد لهذه الأداة والخاصية ضمن أهم فوائدها تضع العالم على اطلاع مباشر ودائم بما يجري خاصة في مجال الأخبار والحروب فتساهم في نقل الأحداث والجرائم، لإطلاع العالم عليها، وأنها خدمة تكنولوجية تقدم الكثير من المعلومات الثقافية والاجتماعية وتجعل العالم يتابع محتوياته.(12)

IV. U-Audience - مصطلح جديد أفرزته البيئة التفاعلية الاتصالية الجديدة:

إن أهم ما يميز المرحلة الحالية والتي يمر بها جمهور وسائل الإعلام هو انتشار البث المباشر عبر السواتل رافقه التوسع المتسارع في استعمال شبكة الأنترنت، هذه المرحلة يطلق عليها "بثورة تكنولوجيات الاتصال الحديثة" والتي بظهورها أفرزت لنا بيئة اتصالية تفاعلية

جديدة بين المستخدم وهذه التكنولوجيا، بحيث أعطت للجمهور أبعادا جديدة تجاوزت الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية للبلدان، كمصطلحات: "مستخدمي الأنترنت، جمهور الواب، جمهور على الخط أو خارج الخط، الجمهور الإلكتروني، الجمهور عن بعد، المواطن المشبك، ولكن أحدث هذه المفاهيم والأكثر انتشارا والتي دخلت الحقل الأكاديمي هو ما يمكن أن نسميه بالجمهور ذو القدرة على التواجد في كل مكان وزمان **Ubiquitous Audience** ويشار إليه في الأدبيات الإلكترونية **U-Audience** (13).

ويدل هذا المصطلح؛ على العموم إلى الشيء الذي يبدو متواجدا في كل مكان وغالبا غير متموقع جغرافيا، وقد استعمله "ماك ويز" **Mark Weiser** في نهاية التسعينيات للدلالة على عالم يحيط فيه الحواسيب والتجهيزات الإعلامية بالناس وتساعدهم في كل شيء يقومون به، هذه البيئة قائمة الآن في المنزل وفي المكتب وفي الجيب، مثل الهاتف الذكي ومذكرة الجيب الرقمي، وتوفر للمستخدمين الذين يتزايد عددهم باضطراد، القدرة على الاستعلام والاتصال والتسوق والشراء والبيع ودفع الفواتير ومختلف التحويلات المادية واستشارة الأطباء والمحامين، أي القيام بالنشاطات اليومية العادية في أي مكان يتواجدون فيه، وفي أي زمن، أي دون انقطاع، وهذا بفضل تطور الواب وتكثيف التكنولوجيات الجديدة مع احتياجات المستخدمين (14).

إن قدرة الجمهور على التواجد الكلي (**U-Audience**) هي صفة أكثر حداثة، فهي تعبر عن تقدم المجتمعات المتطورة الكترونيا، واعتماد الأفراد على هذه التكنولوجيات الاتصالية المتطورة، فالقدرة على التواجد في كل مكان في نفس الزمن **Ubiquity** للشخص أصبحت ممكنة بفضل عالم الحواسيب والهواتف الذكية التي تحيط به فتساعده على نقل كل ما يريد في الوقت الذي يريد والمكان الذي يريد، فلا حدود لإرادته إلا الحدود التي تفرضها الإمكانيات التطبيقية للتكنولوجيات الجديدة .

فمصطلح **Ubiquitous- Audience** يدل على أن الجمهور بإمكانه أن يتواجد تواجد كليا، فهو قد يتواجد في كل مكان في نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته المكتوبة، وهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي نفس الوقت القائم بالاتصال أو المرسل (15).

1.IV / علاقة **U-Audience** بخاصية البث المباشر في ظل البيئة التفاعلية الاتصالية الجديدة :

تدخل علاقة الجمهور النشط والقادر على التواجد في كل مكان وزمان في اطار البيئة التفاعلية الجديدة بخاصية البث المباشر

عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منطلقين: (16)

- المنطلق الأول ويتمثل في العلاقة التفاعلية بين المرسل والمستقبل: خلقت البيئة التفاعلية الاتصالية الجديدة وبالإشراك مع خاصية البث المباشر المتوافرة في مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، فالمرسل أصبح مستقبلاً والمستقبل أصبح مرسلًا وهذا ما يطلق عليه بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية، بمعنى أدق هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، وهذه العملية يطلق عليها بالممارسة الثنائية التبادل والتحكم.

- المنطلق الثاني ويتمثل في التفاعلية الموجودة في الوسيلة: أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي بتقنية البث المباشر تفاعلية أكبر من حيث كونه موقع تفاعلي بالدرجة الأولى يسمح بتحقيق التواصل عن بعد، وفتح النقاشات والردود، كما يسمح باستخدام الفيديو التفاعلي أو ما أطلق عليه بخاصية البث المباشر، وهي تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر في شكل بث حي عبر الأنترنت، وبالتالي تخلق نوع من الدمج الآني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمستقبل، وتكون الرسالة هي محور هذا الدمج بغرض توصيل الفكرة⁽¹⁷⁾.

وقد حظيت وبشكل كبير خاصية البث المباشر باهتمام العديد من المتصفحين، وتوجت بانتشار واسع وكبير، ساعد في ذلك سهولة الوسيلة وعملية المشاركة المباشرة لا بالمتابعة فقط، ولكن تفاعلياً وبأنماط مختلفة، وبالتالي فتحت هذه الخاصية الباب واسعاً أمام كل شخص ليكون مصدراً للخبر، ومصدراً، وشاهداً، وناقلاً للحدث لنقل كل ما يدور على أرض الواقع، ومن كل مكان، ناهيك عن البث الحي للمباريات الرياضية والأحداث المهمة والتي كانت في زمن حكر على الفضائيات، وبالتالي أصبح المجال واسعاً ومشجعاً أمام أفكار جديدة، ومشاهد جديدة، ومواكبة مختلفة، في ظل سهولة ومرونة استخدام هذه الخاصية، حيث أصبح بإمكان أي شخص نشر ما يراه أمامه مباشرة عكس ما كان معتاداً وأدت لظهور شخصيات جديدة ما كان لها أن تنتشر لولا هذه الوسيلة المهمة⁽¹⁸⁾.

وإذا ما أسقطنا عملية التلقي في هذه البيئة الاتصالية التفاعلية الجديدة، نجد بأن خاصية أو تقنية البث المباشر أعطت للجمهور المتلقي فرصة حقيقية لتجسيد هذا المفهوم من وجهة صفة التواجد الكلي في كل زمان ومكان، فالفرد أصبح يتلقى معلومات وأفكار الغير بكل سهولة ويسر ويتفاعل معها تفاعلاً آنياً، ويتشارك معها متجاوزاً بذلك الحدود الجغرافية والسياسية، مثلما نشهده الآن في مواقع التواصل الاجتماعي وتغير في المفاهيم، وتغير في عملية التلقي وتبادل في الأدوار بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية.

فالتفاعلية أبرز سمة أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة، فهي تعد أرقى وأحدث أشكال التفاعل التبادلي، فيه تختفي الحدود الفاصلة

بين المرسل والمتلقي وهذا ما نراه من خلال خاصية الفيديو الحي أو البث المباشر⁽¹⁹⁾.

V. الخلاصة:

إن الحديث عن التفاعلية وربطها بقدرة الفرد المتلقي على التواجد الكلي في كل مكان وزمان يعني التخلي تماما عن النظرة

التقليدية لوسائل الإعلام التقليدية كوسائط غير تفاعلية، وتدفع المعلومات في اتجاه واحد، والتخلي أيضا عن فكرة الجمهور المتلقي

للسائل دون مشاركة حقيقية. فالتفاعلية تعني حرية الجمهور المتلقي في أن يختار ويستهلك ما يريد حيثما أراد ومتى شاء وهذا ما يتجسد

حقيقة في هذا المصطلح.

VI. الإحالات والمراجع:

1. سهيلة دهباني (2017_2018)؛ البيئة الإعلامية و الأداء المهني للصحفي الجزائري -دراسة ميدانية على عدد من الصحفيين في الصحف الجزائرية - أطروحة دكتوراه، تخصص صحافة: جامعة الجزائر، ص 35.
2. عزام أبو الحمام (ديسمبر 2017)؛ نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الإعلام، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الرابع، ص 209.
3. رضوان سلمان (2019)؛ البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي - المفاهيم و الضوابط -، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، ص 364.
4. عبوب محمد أمين (2017)؛ تحولات البيئة الاجتماعية و الإعلام الاجتماعي الويب 2.0، مجلة أفاق للعلوم ، العدد 13، ص 192.
5. MC Quail d.(1969); Towards Sosiology of mass communication,macmillan london,p151.
6. كارين روس (2016)؛ الإعلام و الجمهور، دار النشر والإشهار والتوزيع، الاردن، ص 112.
7. Jayson Demers (2017); facebook live everything you need to know forebes London, p4 .

8. عصام الدين عبد السلام محمد (2019)؛ فاعلية خاصية البث المباشر في الفايبر بوك في تشكيل الرأي العام ورصد الأخبار- أحداث السودان الأخيرة نموذجاً- مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 09، برلين-ألمانيا-، ص- ص 19، 20.
9. ميسون الرشيد (2017)؛ البث المباشر على وسائل التواصل فوضى غير خلاقة، مجلة المنارة، العدد 12، ص 303.
10. جون بيرقار (2018)؛ إعلام جديد تكنولوجيا جديدة، المنهل للنشر والتوزيع، عمان، ص 22.
11. عصام الدين عبد السلام محمد (2019)؛ مرجع سبق ذكره، ص-ص 22، 23.
12. المرجع السابق، ص-ص 23.
13. علي قسايسية (2011)؛ جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين-دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية وفي الجزائر، ط1، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 23.
14. علي قسايسية (2014)؛ مقاربات في دراسات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 13، العدد 02، جامعة الجزائر 03، ص 27.
15. علي قسايسية (2007/2006)؛ المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي-دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص 52.
16. محمود علم الدين (2005)؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، ص 177.
17. حسين شفيق (2010)؛ الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ص 07.
18. عصام الدين عبد السلام محمد (2019)؛ فاعلية خاصية البث المباشر في الفايبر بوك في تشكيل الرأي العام ورصد الأخبار- أحداث السودان الأخيرة نموذجاً- مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 09، برلين-ألمانيا-، ص 15.
19. علي قسايسية (2007/2006)؛ المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي-دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص 53.