

## معايير الثراء الإعلامي في تكنولوجيا الإعلام الجديد

*Standards of media wealth in new media technology*

مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية  
جامعة مستغانم- الجزائر

علوم الإعلام واتصال

\* Lakhdar Mokhtar لخضر مختار

Lakhdarmokhtar82@gmail.com

جامعة مستغانم- الجزائر

فلسفة

Malfi Abdelkader مالفى عبد القادر

Malfi.abdelkader@yahoo.fr

\*\*\*\*\*

تاريخ النشر: 2022/12/31

تاريخ القبول: 2022/12/24

تاريخ الإرسال: 2022/06/15

ملخص: أصبح من الضروري اختيار النماذج والنظريات الاتصالية التي تساعد في فهم الظواهر العلمية الموجودة في البيئة الإعلامية وفقا لتطور وسائل الإعلام والاتصال، والذي سبقه التطور التكنولوجي المستمر الناتج عن الابتكارات والاختراعات والتحديثات، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على معايير نظرية ثراء وسائل الإعلام، وفقا لخصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد، والمتناسبة مع فرضيات النظرية، اعتمادا على مراجعة الأدبيات، التي تتناسب مع هذا النوع من الدراسات النظرية، وخلصت الدراسة إلى عرض أهمية استخدام النظرية في ظل التطورات التكنولوجية المتجددة في مجال الإعلام وطرق العمل بها، في الحقل الاستيعابي.

الكلمات المفتاحية: الثراء الإعلامي؛ تكنولوجيا الإعلام الجديد؛ نظرية ثراء وسائل الإعلام؛ التفاعلية؛ الفعالية.

**Abstract:**

It has become necessary to choose communication models and theories that help in understanding the scientific phenomena that exist in the media environment according to the development of media and communication, which was preceded by continuous technological development resulting from innovations, inventions and updates. New media technology, which is proportional to the theoretical hypotheses, based on a literature review, which is compatible with this type of theoretical studies.

**Keywords:** Media richness, new media technology, media richness theory, interactivity, effectiveness.

## 1. مقدمة:

تعتبر التطورات والتحديات المستمرة في مجال التقنية، محل اهتمام الباحثين والمختصين في مجال الإعلام والاتصال وفقا لأولويات استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة. وتفاعل المستخدمين مع المحتوى الإعلامي المنشور والمقدم من قبل المؤسسات الإعلامية، إن هذا الأمر جعل الجمهور المتلقي مشاركا في الحلقة الاتصالية ومؤثرا على أجندة ونوع المحتوى الإعلامي المبرمج من قبل المؤسسات الإعلامية، والتي أثرت عليها ميزات وخصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد هذه الأخيرة، عملت على فرض تغيرات في طبيعة الممارسة الإعلامية.

بعد ظهور شبكة الإنترنت وما تمتاز به من خصائص متعددة (كالسرعة، والتفاعلية، الحركية، والانتشار،....) والتي تمثل معيار الثراء في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة (كالهاتف الذكي، الألواح الذكية، التلفاز الذكي، وأجهزة الكمبيوتر بأنواعه المحمول والثابت) والتي تستند فيها على البرامج والتطبيقات المتمثلة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

ولأن الأمر كذلك فتكنولوجيا الإعلام الجديد تجسد الثراء الإعلامي الذي يعتمد على أهم الخصائص التي تجمع بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال التي أصبحت أكثر شيوعا في استخدامها من قبل أفراد المجتمع، كما أكدته الدراسات الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد، والذي يستلزم عنه تجربة بعض النظريات الملائمة التي تمتاز بالقدرة على تمكين قابلية القياس العلمي للوصول إلى التحليل المناسب في فهم الظواهر المراد دراستها، حيث لوحظ تكرار اختيار واختبار بعض النظريات في التخصص من طرف الباحثين والطلبة، كنظرية الاستخدامات والاشباع في البحوث ومذكرات التخرج الخاصة بهم في الحقل الإعلامي، وهذا الأمر دفعنا لاختيار نظرية ثراء وسائل الإعلام، كونها الأقرب، خاصة في ظل التطورات المستمرة في مجال الاتصال والبرمجة، لتركز في هذا البحث على المعايير الخاصة بها كإسقاط على تكنولوجيا الإعلام الجديد الذي يعتمد على الخصائص التقنية لوسائل الإعلام والمماثلة للمعايير المناسبة لفرضيات النظرية، والتي يمكن لها أن تقيس من حدة تأثير وفعالية التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية الجديدة والمتجددة، والتي تعتمد على متغير التفاعلية في العملية الاتصالية ومن هنا يمكن طرح

السؤال الرئيسي لهذا الموضوع: كيف يمكن إسقاط معايير نظرية ثراء وسائل الإعلام من خلال خصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد وتطوراته؟

## 2. مفاهيم عامة حول الدراسة في ضوء النظرية.

1.2 مصطلحات الدراسة: الثراء الإعلامي: "يعرف الثراء بأنه المعلومات المحتملة التي تحمل قدرة وسعة للبيانات" (حسن س.، 2016). ويقصد به الغنى الذي يميز وسائل الإعلام الحديثة من الناحية التقنية ووفرت السمات (كالتفاعلية، تعدد الوسائط، سهولة الاستخدام، والسرعة،....) والتي تتميز بقوتها نحو إعطاء مردود أفضل في للوظيفة الإعلامية، وتأثيراتها على جميع العناصر المهمة في العملية الاتصالية.

تكنولوجيا الإعلام الجديد: "يدخل تحت مصطلح "الإعلام الجديد" عدد كبير من الوسائل التي تتميز بالتفاعل "Interactivity" وهذا يعني أن المستخدم سوف يكون قادرا على التحكم في المعلومات التي يريد الحصول عليها متى ما أرادها وأيضا أرادها وبالشكل والمحتوى الذي يريده" (الفار، 2014، صفحة 105)، ويرجع تاريخ المصطلح بعد اختراع شبكة الإنترنت ويندرج ضمنه مجموعة من الوسائل الاتصالية التي تمتاز بالتفاعلية (interactive). ويعتبر نتاج من سلسلة التطورات والتحديثات الذي مر بها الإعلام، ضمن التغيرات الرابعة في العصر الحديث بداية مع اختراع الطباعة وتحديدًا الطباعة التجارية، والتي كان لها الفضل في توزيع الصحف، المجلات والكتب حوالي عام 1833، ويلمها اختراع الراديو عام 1920، ويلمها التلفاز عام 1937، وصولًا إلى أهم منعرج ساهم في ظهور الإعلام الجديد، تحديدًا مع اختراع الحاسوب وشبكة الإنترنت وظهور الأعمار الصناعية المندرجة ضمن الثورة الخامسة للاتصالات (العلي وآخرون، 2016، صفحة 33) التي ساهمت في تطور وسائل الإعلام والاتصال.

ويمكن القول حسب آخر التطورات في مجال التكنولوجيا للعصر الحالي، أن تكنولوجيا الإعلام الجديد هو اندماج لمجموعة من الوسائل الإعلامية مع تكنولوجيا الحاسوب وشبكة الإنترنت الاتصالية فائقة السرعة في أحدث جيل لها، والتي تعتمد على البرمجيات والتطبيقات ذات الطابع الذكي الذي يعتمد عليه المستخدمين سواء من ناحية الإنتاج أو تلقي المحتوى لإعلامي.

التفاعلية: ونقصد بها التفاعل المزدوج أو المتعدد والمتبادل بين العناصر الاتصالية، سواء كان متزامنا أو غير متزامن، عبر مواقع اتصالية إلكترونية، أو شبكات ومواقع

التواصل الاجتماعي،" والذي يحقق أكبر قدر من المشاركة والتفاعل المتلقين ببعضهم لبعض والمتلقي والقائم بالاتصال وكذا المتلقي والوسيلة قدر حاجتهم واهتماماتهم وتفضيلاتهم المختلفة" (عبد الصمد، 2020، صفحة 106).

الفعالية: يعبر المصطلح في الدراسة الحالية الزيادة في تعزيز والتفاعل مع المحتوى الإعلامي وفقا لخصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد، فكلما كانت الخصائص التقنية الجديدة تساهم في سرعة التفاعل وتنوعه مع مستخدميه، كانت قوة الاتصال عالية، وزاد النشاط الإعلامي ما بين عناصر العملية الاتصالية.

## 2.2. لمحة عامة حول نظرية ثراء وسائل الإعلام (Media Richness Theory):

تعد من النظريات الاتصالية التي تساهم في توضيح وتقييم كفاءة وفعالية الوسائل التكنولوجية بناء على الثراء الذي توفره هذه الوسائل وتركز على طابعها التقني الذي يتميز بخاصية توفير حيز التفاعلية بين مستخدميه، ويعود تاريخها إلى سنة 1984 حيث قدم الباحثان "ريتشارد دافت" و"روبرت لينجيل" هذه النظرية "لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات. وهي تهدف إلى التغلب على تحديات الاتصال مثل الرسائل غير واضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة" (حيدر، 2018، الصفحات 112-113)، والنظرية تنص على أن قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراء، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة الاتصال هو تقليل الغموض عن الرسالة، فالغموض يعيق في الفهم الصحيح، أو نقص في ما تتضمنه الرسالة وهذا يجعلها غير واضحة، وهنا يصعب على مستقبلها فك شفرتها، وتضع النظرية وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على إيصال رسائل معقد (حيدر، 2018، صفحة 113).

وتستخدم "نظرية ثراء وسائل الإعلام" لدراسة معايير الاختيار بين وسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا" (طالة، 2019، صفحة 179). وتفترض النظرية فرضين أساسيين:

الفرض الأول: إن الوسائل التكنولوجية تملك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن نوع المضمون المقدم حيث تستطيع التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب المتعرضين لها.

الفرض الثاني: إن ثراء وسائل الإعلام يعد وظيفة لعدة خصائص شاملة تتمثل في (الشريف، 2019، صفحة 128): القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في وقت واحد، القدرة على التسيير الفوري لرجع الصدى، القدرة على جذب التركيز الشخصي ( التركيز الشخصي للوسيلة) (KINNEY، DENNIS، 1998، صفحة 258)، استخدام اللغة الطبيعية (حيدر، 2018، صفحة 114)، حيث تعتبر معايير أساسية لترتيب درجة ثراء الوسيلة، كسرعة رد الفعل، نقل الإشارات المختلفة، باستخدام التكنولوجيا الحديثة، التركيز الشخصي على الوسيلة، استخدام اللغة.

فتكنولوجيا الإعلام تملك جميع الخصائص والسمات التي تمتاز بالآنية في عرض المحتوى، والتفاعلية بين المستخدمين كالتعليق والإعجاب والمشاركة، وسرعة حصول رجع الصدى، والتي توفر محرك البحث وقابلية التكرير المضامين حسب برمجة الموقع وكذا قوة الصوت وشفاء الصورة، وقابلية التحرك والتخزين (الأرشفة)، التي تعتبر الميزة المادية للجهاز أو الوسيلة. كل هذه الخصائص والسمات تمثل الثراء الإعلامي الذي يجعلها متميزة على الوسائل الإعلامية الكلاسيكية.

### 3. خصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد

1-3 التفاعلية (Interactivity): وهي أهم ميزة من عناصر الاتصال التي غيرت من مجريات العملية الاتصالية والتأثير الاتصالي، واستعملت كمصطلح لأول مرة عام 1954، في كتاب ولبر شرام- "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها"، وأستخدم هذا المصطلح في دراسة ماكميلان وداونز عام 1999، والتي نتج عنها أن الهدف من الاتصال هو تبادل الدور الاتصالي بين القائم بالاتصال والمتلقي بصورة دينامية (بودهان، 2015، الصفحات 20-21)، ويعد التفاعل عنصرا مهما من عناصر العملية الاتصالية المندرجة ضمن النموذج التفاعلي، الذي يتجسد في الوقت الحالي متمثلا في شبكة الاتصالات الحديثة التي تستند في وظيفتها على شبكة الانترنت والفضاء الافتراضي، كالمواقع الإلكترونية، المدونات، البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي....، ويمكن لنا ربط التفاعلية كخاصية مع مجموعة من المؤشرات كالمشاركة، التعليق، "الرموز التعبيرية"

(شتات العنزي، 2021، صفحة 190) كالإيماءات والإعجاب وعدم الإعجاب. والتي تعتبر من الميزات التي تتوفر في معظم المواقع والشبكات في الفضاء افتراضي والمتداولة بين المستخدمين.

2-3 اللاتزامنية (Asynchronisation) (العلي وآخرون، 2016، صفحة 31): والمقصود بها التمكن من استقبال الرسائل في أي وقت من قبل المستخدم، والذي لا يتطلب منه الاستخدام الآني للبرامج أو المواقع الإلكترونية على سبيل المثال: شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للمستخدم تلقي الرسائل في أي وقت يختاره.

3.3 التزامنية (Synchronicity): وتتمثل في قدرة المواقع الإلكترونية على تزويد المستخدمين للتغذية الرجعية والتفاعل بين المرسل والمستقبل في الوقت نفسه (عقايلية، 2015، صفحة 59)، على سبيل المثال الدردشة الفورية في مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook- Messenger...).

3-4 الحركية وإمكانية نقل الوسيلة الاتصالية: تعتبر الوسائل الاتصالية الحديثة جد عملية في استخدامها، حيث تمتاز بصغر حجمها وخفة وزنها وسهولة استخدامها، وتتميز بإمكانية نقلها في أي مكان وزمان بدون جهد، وقادرة على توفير الحاجات الاتصالية والإعلامية في نفس الوقت لدى مستخدميها كهاتف الذكي، الألواح الذكية وأجهزة الحاسوب المحمول.

3-5 إمكانية التخزين: ويعتبر من أهم الميزات الموجودة في الوسائل الاتصالية الحديثة، حيث يساهم في حفظ البيانات والمعلومات بأشكالها الإلكترونية المختلفة كالنصوص، المقاطع الصوتية، الصور، الفيديو، والبرامجيات (التطبيقات).....، ويمكن تصنيفه إلى نوعين: الأول تخزين خاص بالوسيلة أو الجهاز (كسعة التخزين في الهواتف الذكية، أجهزة الحاسوب.....) والتخزين الثاني يتمثل في سعة التخزين الخاصة بالبرمجيات والتطبيقات كخاصية حفظ البيانات المختلفة في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديسبوك، اليوتيوب.....). ويعد التخزين وظيفة هامة تساهم في استرجاع المعلومات المحفوظة بسرعة للاستفادة منها، وعلى سبيل الذكر إمكانية استرجاع الرسائل الإعلامية المختلفة (حسن، 2016، صفحة 68)، والتركيز على محتواها للفهم الجيد وإزالة الغموض.

3-6 اتساع التمدد الجغرافي ( Breadth of geographical expansion): ويقصد به القدرة على إيصال المحتوى الإعلامي إلى مدى عالمي يتجاوز الحدود الجغرافية، ويكسر القيود التقليدية المتمثلة في البث التلفزيوني والصحافة المطبوعة (حسن، 2016، صفحة 104)، ويلغي عائق الاشتراكات المكلفة لسماح بمتابعة بعض البرامج الخاصة، وتفيد هذه الميزة الجاليات الخارجية والمهاجرين في متابعة ما تعرضه قنواتهم الفضائية، والمستجدات الصحفية لبلدانهم الأصلية عبر تموضعها في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية.

3-7 التدفق المعلوماتي: تتيح تكنولوجيا الإعلام الجديد كما هائلا من المعلومات والبيانات المخزنة عبر المنصات المختلفة في فضاء الإنترنت والذي يمكن الوصول إليها بكبسة زر عبر محركات البحث العالمية، وبواسطة الوسائط المتعددة التي تعد روابط إلكترونية تساعد المستخدم في عملية البحث على ما يريده في الخوادم الإلكترونية الآلية.

3-8 الفردية (Individuality) (حسن، 2016، صفحة 134): تسمح التكنولوجيا الحديثة بالفردية أي تناسب رغبات المستخدم حسب اهتماماته الشخصية في نشاطاته اليومية عبر مختلف استخداماته لتكنولوجيا الإعلام الجديد، وينجم عنها الخصوصية في استخدام الوسيلة أو الجهاز، التركيز على المحتوى الإعلامي المقدم حسب اهتماماته الشخصية. والفردية أو الإنفراد لا يعني العزلة في جميع الأحوال، فعلى سبيل المثال قد يكون الإنفراد من أجل التركيز على محتوى إعلامي معين أو برنامج مهم لا يتقارب مع اهتمامات أفراد العائلة.

3-9 الترجمة الآلية (Samo, 2020, p. 547): وتعد من أهم الميزات الحديثة التي تطورت وفقا للتكنولوجيات الجديدة للإعلام وللاتصال، حيث أصبحت ضرورية وعاجلة على حد سواء، كونها توفر السهولة والمرونة والسرعة والقدرة على فك الرموز والإشارات اللغوية، وتساعد في فهم الرسائل الموجه باختلاف أنواعها ولغاتها، حيث ألغت شرط اللغة المشتركة والذي يعد عنصرا مهما كخبرة مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي وسهلت عملية الاتصال والتواصل بين جميع أفراد المجتمع باختلاف لغاتهم، فنجد المواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وبعض البرمجيات... توفر خاصية

الترجمة الآلية عن طريق استشعار أصل اللغة وتحويلها حسب لغة المستخدم، ويمكن لنا تصنيفها إلى نوعين.

- الترجمة الآلية الفورية والتي تكون متزامنة وأنية في نفس الوقت مع المعلقين والمشاركين في تفاعلهم مع المحتويات الإعلامية، أو الرسائل الموجهة على سبيل المثال الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي في المجموعات لمستخدمين تختلف لغتهم.

- الترجمة الآلية الغير فورية: والتي لا تكون غير متزامنة والمتمثلة في العودة إلى قراءة النصوص المنشورة والتعليقات السابقة لمختلف المستخدمين.

#### 4. معايير النظرية وإسقاطها على تكنولوجيا الإعلام الجديد

##### 1-4 القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة Multiplicity of Information

Cues (DENNIS، KINNEY، 1998، صفحة 261): ترتبط بنوع الوسائط التقنية وتعدد استخداماتها سواء كانت نصوص (كتابة، قراءة)، مرئية أو سمعية والتي لها تأثير حول سرعة الأداء الاتصالي، فنقص إشارات المعلومات اللفظية والغير لفظية لها تأثيرات على التغذية الرجعية (رجع الصدى)، والتي لها علاقة بردود الفعل المتزامنة، وبالتالي، فإن التأثيرات الناتجة عن انخفاض سرعة التغذية العكسية تأثر في فعالية الاتصال وتنعكس على نوع الوسيط الاتصالي في العملية الاتصالية. فعلى سبيل المثال التأخر الذي تفرضه الكتابة النصية يزيد من الفارق الزمني في الاستجابة والرد على الرسالة، ويقلص درجة التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية.

ومن هنا يمكن للباحث أن يسلط الضوء على بعض الخصائص والمؤشرات الموازية لهذا المعيار، فالقدرة على معالجة إشارة المعلومات ترتبط مع مؤشرات اللغة، فعلى سبيل المثال اللغة اللفظية بين المرسل والمستقبل تكون في استخدامها أفضل لتوفير تفاعلية آنية (رجع صدى فوري)، أما بالنسبة للغة غير لفظية فتكون سرعة التفاعلية أقل من استخدام اللغة اللفظية هذا لفارق الوقت في الكتابة التي تفرضه على المستخدم. وكذلك نشير إلى نوع الوسائط حيث يختلف حسب الوسيلة الاتصالية والإعلامية فالوسائل التكنولوجية الجديدة تحضاً بمجموعة الأجزاء الاتصالية المدمجة التي تقوم على مبدأ، الإنتاج، الإخراج والتلقي... كالهواتف الذكية المدمجة بتقنيات الكاميرات الحديثة، ملحقات السماعات، قدرة التحكم حتى في حالة التحرك والذي يحيلنا إلى خاصية الحركية وإمكانية نقل الوسيلة الاتصالية، فالهاتف المحمول " أصبح



اليوم كالكومبيوتر الصغير الذي يحمل وبفضل الميزات الخاصة والمطورة باستخداماته مع الإنترنت فإن مستخدمه يمكنه تصفح الإنترنت والاشتراك بخدمة الأخبار والرسائل القصيرة (Short Message Service) هذا بالإضافة إلى إرسال واستقبال الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول" (حسن، 2016، صفحة 70)، ليقدم خدمة إخبارية أو إعلامية.

إضافة إلى ذلك فإن التكنولوجيا المتطورة والمستمرة عملت على إثراء الوسائط الضعيفة بطرق مختلفة، فقد أدى الانتشار الأخير للأجهزة أو الوسائل المحمولة كالهواتف الذكية (Smart phones)، إلى سهولة وسرعة استخدام هذه الوسائل، التي تساهم في استخدام قنوات متعددة، وهذا الاستخدام مبني على التفاعلية، ولا يقتصر على الشباب فقط (الجيل الرقمي)، ولكن أيضا مع كبار السن (CARR، LYONS، ISHII، 2019، صفحة 128)

2-4 القدرة على التسيير الفوري لرجع الصدى: تمتاز الشبكات الاتصالية الحديثة بالسرعة العالية بين الإرسال والاستقبال لدى المستخدمين والذي يمثل قوة التفاعل بين أطراف العملية الاتصالية، وتعدد الاتصال بين أفراد المجموعات الافتراضية، ويتمثل في التواصل، الدردشة، الحوار، التعليقات، المشاركة، الإعجاب، ويمكن اعتبارها مؤشرات قياسية تندرج ضمن التسيير الفوري لرجع الصدى والذي يمثل البعد الزمني الآني (الآنية) في عملية التفاعل بين أطراف المتعددة للعملية الاتصالية، فعلى سبيل المثال: تفاعل المستخدمين مع المحتوى الإعلامي المنشور في الصفحات الإعلامية لبعض القنوات الإخبارية أو الفضائية على شبكات التواصل الاجتماعي والمتمثل في عدد التعليقات على الأخبار المنشورة. والمهم في الأمر أن نجاح فعالية الإعلام والاتصال يعتمد على كيفية استقبال وتصرف الجمهور اتجاه المادة الاتصالية أو المحتوى الإعلامي، وهل يتفاعل معه (عيساني، 2008، صفحة 76). وقدم الباحث مصطفى يوسف كافي مجموعة من المؤشرات لقياس التفاعلية وتتمثل في (كافي، 2015، صفحة 56):

- عدد عمليات التفاعل المتاحة
- عدد خيارات التفاعلية المتاحة
- عدد الأدوات المتاحة (أدوات تزامنية، أدوات غير تزامنية).

- السرعة في رجوع الصدى.
- سهولة استخدام واجهات التفاعل في الوسائل الاتصالية، بساطة البرامج والتطبيقات.
- سهولة الاستجابة والمتمثلة في مشاركة أطراف العملية الاتصالية.
- نظام الضبط والمراقبة (إحصاء وتقدير عدد المتابعين والمتفاعلين في فضاء المواقع الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 3-4 القدرة على جذب التركيز الشخصي ( التركيز الشخصي للوسيلة): تتميز تكنولوجيا الإعلام الجديد بمجموعة من السمات التي تكسيها القوة والمكانة على غرار وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، فمن الناحية التقنية نجدها تمتاز بخصائص حديثة كجودة ووضوح الصورة والفيديو في شاشاتها الذكية، ونقاء وصفاء الصوت في المكبرات والسماعات الخاصة بها، إضافة إلى قابلية الحركة، وخفة وزنها كالهواتف الذكية، الألواح الذكية، الحاسوب المحمول..)، وهناك سمات أخرى تتعلق بالبرمجيات والتطبيقات (برامج عملية، مواقع، مدونات، شبكات تواصل اجتماعية..) وتعتبر الوسيط الرابط بين المستخدم والتقنية في تسهيل عملية الولوج والاستخدام للاتصال بين الأطراف الأخرى، ومن ميزاتها التجدد والتحديث المستمر من قبل المطورين، وكل هذه الخصائص التقنية والبرمجية لها علاقة ارتباطية بالتركيز الشخصي للوسيلة ويمكن إسقاطه على بعض من خصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد على النحو التالي:
- الفردية تساعد على قدرة تركيز المستخدم في تصفح ومتابعة المحتوى الإعلامي المقدم، والخصوصية توسع من حرية واختيار المواضيع والقضايا المراد التعرض لها.
- التخزين يساهم في قدرة استرجاع المحتوى والمضامين الذي سبق بثها أو عرضها.
- إعادة وتكرار المضامين الذي تم عرضها بمختلف أنواعها (كالنص، مقاطع الصوت، الصور ومقاطع الفيديو) لتركيز والفهم.
- اللاتزامنية تتيح للمستخدم العودة للبحث ومتابعة ما فاتته من بث وعرض وتعليقات، تجعله يركز الجزئيات التي تساعد على فهم الرسالة.
- فيمكن اختيار مؤشرات من هذه الخصائص كعدد مرات إعادة مقاطع الفيديو للمحتوى الإعلامي، عدد مرات قراءة المنشورات، متابعة مشاركة المنشورات والتعليقات المتعلقة بمحتوى معين....، لتمكن الباحثين من قياس نسبة أو قوة التركيز في الوسائل الحديثة.

14.4 استخدام اللغة الطبيعية: يمكن لنا أن نشير إلى الزمن الذي ظهرت فيه النظرية، وفقا للتقنيات التي كانت في تلك الحقبة (كالبريد الإلكتروني، المحادثة المرئية للمؤتمرات...)، والتي تختلف عن العصر الحالي فالتطور التكنولوجي، مستمر ومتصاعد مع مرور الزمن، فالأدوات والوسائل الاتصالية الحديثة قد أدمجت بالبرمجيات والتطبيقات المتخصصة في تحويل لغة المرسل من اللغة الأصلية إلى اللغة التي يتم استقبالها من طرف المتلقي المستخدم بصفة آلية، وتتمتع المواقع الإلكترونية، المدونات، مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث،.....بخاصية الترجمة الآلية التي تسهل على المستقبل فهم الرسالة مهما كانت لغتها الأصلية، ومن هنا يمكن أن ننقل من استخدام اللغة الطبيعية إلى اللغة المتنوعة، فعلى سبيل المثال الترجمة الآلية للتعليقات والمنشورات بلغة مختلفة عن لغة المستخدم في موقع الفيسبوك، يكون بمساعدة خاصية..(عرض الترجمة- voir la traduction).

ويمكن الاعتماد على مؤشرات اللغة المستخدمة والمتنوعة في البحوث حسب هذا المعيار كمؤشر التواصل والدراسة مع الأجانب، قراءة وفهم التعليقات المترجمة، عدد مرات تفعيل خاصية (عرض الترجمة). ويمكن الإشارة إلى نوع آخر من اللغات التي يتواصل بها المستخدمين في استخداماتهم لتكنولوجيا الإعلام الجديد، وهي اللغة غير لفظية كالرموز التعبيرية (الإيموجي، Emoji)، والمتمثلة في الصور التي يستخدمها الناس في المحادثات الرقمية والتي تعكس أحاسيسهم ومشاعرهم الذي يصعب التعبير عنها، وتقوم هذه الرموز بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية بين المستخدمين سهلة من ناحية التعبير ومن ناحية الرد والتجاوب، وتستخدم هذه الرموز لبدأ المحادثات، لإنهاء المحادثات ولتجنب الصمت في المحادثة بين المرسل والمستقبل في الحلقة التفاعلية، وتساعد في التعبير عن الآراء في أوقات ممكن ويمكنها أن تعزز قوة التعبير العاطفي (شتات العنزي، 2021، الصفحات 192-193)، وكل هذا يعتبر وظائف وسمات للرموز التعبيرية التي تزيد من قوة التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية المتعددة في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

يعتبر الباحث الرموز التعبيرية نوع من المؤشرات اللغوية الغير لفظية والتي تساعد على قياس سرعة التغذية العكسية (رجع الصدى) في المحادثات، على سبيل المثال أستخدم الرموز التعبيرية في دردشتي مع الآخرين/أستخدمها دوما/أتجاوب بسرعة في محادثتي مع

الأصدقاء...، إذن كلها مؤشرات قابلة لقياس التفاعل بين المرسل والمتلقي، فلها الأهمية كاللغة اللفظية والكتابية.

##### 5. الخاتمة:

يمكن أن نستخلص بعض النتائج المهمة من أهم النقاط التي تم التطرق إليها من المراجعات الأدبية.

• تعتبر نظرية ثراء وسائل الإعلام مهمة، في الدراسات التي تتعلق بخصائص وسمات التكنولوجيات الحديثة والتي تتوافق ضمن استخدامات وسائل الإعلام والاتصال.

- تملك النظرية قدرة المناورة مع التحديات المستمرة، كون معاييرها تتناسب مع سمات وخصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد.

- قابلة لقياس فعالية الوسائل التكنولوجية الحديثة، بناء على أبعاد، ومؤشرات معايير النظرية.

- قابلة لقياس فعالية تكنولوجيا الإعلام الجديد وفقا للمستخدمين. فهناك سمات وخصائص جديدة طورت الوسائل الاتصالية عبر البرمجيات، والتطبيقات والتي أصبحت همزة وصل في التواصل بين المتفاعلين في الفضاء الافتراضي، كالترجمة الآلية، والرموز التعبيرية التي أضافت صبغة جديدة في تقوم على تمكين العلاقة التواصلية بين المستخدمين المختلفة لغاتهم، وأتاحت لهم القدرة على المحادثة والردشة لتزيد من قوة التفاعل داخل العملية الاتصالية لتعطي فعالية في الأداء الاتصالي، لينعكس على الفعل الإعلامي.

ختاماً، من خلال الدراسة، يمكن القول أن الخصائص التكنولوجية، لها الدور في دفع النظرية والتوسع فيها باختبارها مع التحديات المستمرة، سواء التقنية أو البرمجيات والتطبيقات الحديثة، وفقاً للبيئة الاتصالية ذات الثراء الإعلامي المستمر والذي يتناسب مع معايير النظرية، وحسب طبيعة استخدام وسائل الاتصال وشبكاته.

## المصادر والمراجع:

1. Alan R DENNIS .Susan T KINNEY .(1998) .Testing media richness theory in the new media: The effects of cues, feedback, and task equivocality .Information systems research.(03) 09 .
2. Kumi ISHII .Mary Madison LYONS .Sabrina CARR .(2019) .Revisiting media richness theory for today and future .Human Behavior and Emerging Technologies.128 ، (02) 01 ،
3. SALEH Samo .(2020) .La traduction automatique entre le passé et le futur .Tishreen University Journal-Arts and Humanities Sciences Series.547 ، (06) 42
4. خضر إبراهيم حيدر .(2018) .الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي.. العتبة العباسية المقدسة المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية.
5. رحمة الطيب عيساني .(2008) .مدخل إلى الاعلام والاتصال- المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث. الأردن: عالم الكتب الحديث.
6. رضوان مفلح العلي، وآخرون .(2016) .مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي. عمان: دار الحامد لنشر والتوزيع.
7. سعد كاظم حسن .(2016) .أولويات أوجه النزاع الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية. مجلة الباحث الإعلامي، 08.
8. عباس ناجي حسن .(2016) .الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني- دراسة مقارنة العربية نت-راديو سوا- إذاعة العراق الحر- تلفزيون الشارقة- وكالة نينا أمودجا. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
9. عبد المحسن حامد أحمد عقابلية .(2015) .الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
10. فيصل مونس شنتات العتزي .(2021) .واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية- دراسة استشرافية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (07)، 190.
11. لامية طالة .(2019) .نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، 02 (10)، 179.
12. محمد احمد هاشم الشريف .(2019) .استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب Youtube وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (24)، 128.
13. محمد جمال الفار .(2014) .معجم المصطلحات الإعلامية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
14. مروة سيد سلام .(2017) .ادارة الحملات الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية- دراسة تحليلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (17).
15. مصطفى يوسف كافي .(2015) .الإعلام التفاعلي Interactive Meddia. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
16. يامن بودهان .(2015) .تحولات الإعلام المعاصر. عمان: دار البيزوري العلمية للنشر والتوزيع.