

جامعة باجي مختار

قسم علم المكتبات

مقياس : نظريات الاعلام و الاتصال

محاضرة : الاعلام الجديد

أطلق على الاعلام الجديد العديد من التسميات منها :

الإعلام الرقمي ، الإعلام التفاعلي ، إعلام المعلومات ، إعلام الوسائط المتعددة ، الإعلام الشبكي
الحي على خطوط الاتصال(Online Media) ، الإعلام السيبروني(Cyber Media) ،
والإعلام التشعبي.(Hyper Media)

تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية : هو اندماج الكمبيوتر و شبكات التواصل المتعددة .

و يعرفه لستر : هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و
الوسائل التقليدية للإعلام كالطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو يعني هو عملية
اندماج بين 3 عناصر : الشبكة ، الكمبيوتر و الوسائل المتعددة .

يتضح من التعريفات السابقة أن هنالك حالتين تميزا الاعلام الجديد عن القديم حول الكيفية التي يتم
بها بث المادة الاعلامية و الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته ، فهو يعتمد على
اندماج الصوت و الصورة و الفيديو و الصوت مع بعضهما البعض فظلا عن استخدام الكمبيوتر
كألية رئيسية له في عملية الانتاج و العرض.

و أما التفاعلية تمثلت الفارق الرئيسي التي تميزه و هي أهم سماته ، فالإعلام الجديد يشير إلى
حالة من التنوع في الأشكال و التكنولوجيا و الخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن
التقليدية ، خاصو مع امكانية خصخصة الاعلام و التي وادت من تمكنه و إتقانه .

خصائص الإعلام الجديد



1. يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنه

اعلام متعدد الوسائط : في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل

النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،.... إلخ

هكذا يستطيع الفرد ان يشاهد و يسمع و يقرأ في أن واحد ، فالتطور التكنولوجي أدمج :كل الوسائل الاعلامية في وسيلة واحدة (tele_média) ، تجمع بين النص المكتوب و الصورة و الصوت المسموع و الانترنت أكبر تجسيد تكنولوجي ة اصبح اهم وسيلة اعلام و اتصال في الوقت الراهن اندمجت في الشبكة المعلوماتية العالمية حيث أنشأت لها مواقع الكترونية و اصبحت جزءا من الواب.

2. **النص المتشعب :** النص المتشعب أو النص الفائق (HyperText) عي لغو برمجة

تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة تحتوي على روابط (links) تحيل القارئ إلى مواضيع أخرى متشابهة أو إلى مواقع أخرى ، هذا الاخير تعرض لانتقادات منها ان يضيع الباحث أو القارئ في بحر من الانترنت م يخرج من النص و لا يجعله يركز في مقاله .

3. **العالمية :** اخرجت التكنولوجيا المعلوماتية وسائل الاعلام و الاتصال من طابعها المحلي ،

الذي اتسمت به من أكثر من 200 سنة تقريبا إلى الطابع العالمي بمجرد أن تصبح الوسيلة مرتبطة بشبكة الانترنت تكون تحررت من قيود الجغرافيا .

4. **كثافة المعلومات :** ساهمت التكنولوجيا المعلوماتية توفير كم هائل من المعلومات على

اختلافها لتعدد المواقع و تنوعها من مواقع عامة إلى متخصصة فالمواطن الكلاسيكي كان يشتكي من ندرة المعلومات لكن المواطن الرقمي اصبح يشتكي من وفرة المعلومات التي بالإمكان أن تضلله و تصعب عليه الوصول إلى المعلومات الحقيقة في وقت مناسب .

5. **ملايين الصفحات :** تزخر الانترنت بملايين الصفحات و المعلومات الشخصية و مواقع

الشبكات الاجتماعية حيث قدرت عدد المواقع الالكترونية أكثر من 255 مليون موقع .

6. **التفاعلية :** تفاعلية الانترنت بين المرسل و المرسل إليه تتفوق بكثير على التفاعلية التي

حققها الهاتف و تطلق التفاعلية على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال

تأثيراً على أدوار الآخرين .

الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد :

1. كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى
2. ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين.
3. ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة.
4. ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.
5. ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
6. المشاركة في وضع الأجندة: ينجح الإعلام الجديد أحياناً في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجساً للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها.
7. نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية: وهي مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام وسائل الإعلام الجديد، لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية أو تربوية، وفي هذا المجتمع تتميز العلاقات بأنها لا تكون بالضرورة متزامنة، والأعضاء لا يحضرون في نفس المكان، والتواصل يتم دون الحضور، وقد يكون المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفعالية من المجتمع الحقيقي، وذلك لأنه يتكون بسرعة، وينتشر عبر المكان، ويحقق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.
8. تفتت الجماهير: مع التعدد الهائل والتنوع الكبير الذي لم يسبق له مثيل في التاريخ فقد بدأ الجمهور يتفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلاً من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.

وسائل الإعلام الج

تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل:

المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الانترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة الأسهم، والأحوال الجوية، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة.