

الإعلام و الإتصال الإلكتروني

الإعلام الجديد

يعرف القاموس التكنولوجيا الرقيمة Might Te Dectonary الإعلام الجديد شال مصر يصفه بأنه الدجاج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

بحسب ليستر : Lister الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي توانت مين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو يعرفه قاموس الكمبيوتر بأنه:الإعلام الجديد جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت وهو يدل على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن تطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. إن الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقيمة تسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الانترنت.

حضى الإعلام الجديد بالكثير من الاهتمام من قبل المشتغلين بالإعلام بشكل عام وأسائنة الإعلام بشكل خاص كمدخل التساؤلات عديدة هل نعيش حاليا مرحلة الإعلام الجديد؟ أم عبرنا هذه المرحلة مرات عديدة تطبيقا لانتقادات مارشال مالكوهان في فكرة الحتمية التكنولوجية أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس الحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد النقاء الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال.

في عصر المعلومات في القرن الواحد والعشرين هل انتهى عصر التلفزيون الصحف، الراديو؟ هل تاهت أصداء الاذاعة؟ هل باتت المسمعا مصطلحات الفيس بوك اليوتيوب، هو اعلام بديل؟ هذه التساؤلات مازال البحث عن اجابات جار فيها تطور الإعلام الجديد وتطبيقاته وسرعة تغيرها إلى جانب السمات التي جعلت منه اعلام يجذب جميع الفئات المجتمعة اليه مديا كل الفروق المكانية والزمانية فلم تقتصر وظائف الإعلام الجديد على عملية الأخبار ونقل المعلومات وانما ظهوره كان وسيلة وأداة محرك في مختلف المجالات التعليمية الثقافية، الرياضية وغيرها.

1- مفهوم الإعلام الجديد: أطلقت كلمة جديد لوصف هذا العلام عاكسا استعماله لوسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها جهاز الحاسوب أو تطبيقاته وكذلك فلسفة الحوسبة بشكل عام المطبقة مثلا على الجهاز الخلوي ويهدف كل من يطبق مفهوم الإعلام الجديد لخلق ربط مستمر ومتواصل بينه وبين الجمهور فعرفت الإعلام الجديد أنه: جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال.

ويعرف الإعلام الجديد بأنه مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيات الحديثة والتفاعل الاجتماعي، وصناعة المحتوى الى جانب الذكاء الاجتماعي في جو من التعاون على الشبكة. حيث يقوم المستخدمون أفرادا أو جماعات بصناعة محتويات الويب وتنظيمها وفهرستها وتعديلها والتعليق عليها ودمجها مع ابداعاتهم الخاصة ويعرف جونز الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو الى حد ما، وغيرها من الوسائل الساكت

مجتمع المعرفة knowledge society

هو مفهوم صاغه روبرت لان ويقصد به مجتمع يقوم على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي وهو مرحلة تالية المجتمع المعلومات مجتمع المعرفة عبارة عن المجتمع المدني الذي يزداد فيه الاعتقاد على المعرفة وأدوات

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتطوير في مجال البحث العلمي، وتنمية وتوجيه اجزاء ضخمة من موارد المجتمع نحو الاستثمار في مجال المعلوماتية.

فقد إزدادت أهمية مجتمع المعرفة في ظل الثورة التقنية الكبيرة التي شهدها ، وتأسيسا عليه فإن مجتمع المعرفة هي أساس المواضيع المتداولة عبر وسائل الاعلام الجديد الاعتبار أن المعلومة هي سلعة يتم تبادلها وإنتاجها أو تعبئتها بأشكال ينفق عليها ومن ثمة يمكن الاستفادة منها في مجال الاعلام بنقلها من مصدر إلى مصدر.

كما يعرف مجتمع المعرفة أيضا على أنه المجتمع الذي يجيد استعمال المعرفة لتسيير شؤون حياته بشكل سليم في مختلف المجالات، وبالتالي تستطيع القول أن مجتمع المعرفة هو تكتل مجموعة من الافراد حول إهتمامات أدبية أو فكرية أو سياسية مشتركة ودراسات مستقبلية وبحوث مشتركة بين عدد من الأفراد. "

تكنولوجيا الاعلام والاتصال: تعرف التكنولوجيا على أنها الاختراعات التي تساعد الفرد في حياته اليومية، وتعرف تكنولوجيا الإعلام على أنها وسيلة التواصل عن طريق التكنولوجيا، والمقصود بها أجهزة الإعلام الآلي أو الهاتف. باختصار إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعرف على أنها كافة التقنيات التي يتم استخدامها لتحويل البيانات على مختلف أشكالها إلى معلومات متنوعة 10

إذا ارتبط المفهوم بشكل مباشر بالتطور التقني والتكنولوجي والذي يقصد به استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في إيصال المعلومات والتواصل مع العالم الخارجي بكافة الوسائل المرئية، والمكتوبة والمسموعة

2 - خصائص الاعلام الجديد: يتميز الاعلام الجديد بخصائص وسمات إلكترونية رقمية والتي من بينها:

1.2 الشمولية والمرونة : فالإعلام الجديد يتيح المناقشة في كافة المواضيع من جهة ومرن من جهة اخرى كونه سهل الوصول الى المعلومة بطريقة سلسلة

2.2 الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط : حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولاقطات الفيديو هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبير والدراسة

3.2 تفتيت الجماهير: (media fragmentation) ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون

4.2 اللاتزامنية synchronisation ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد

5.2 الكونية : Globalization ويقصد بها الإنتشار ووصول المعلومة إلى جميع شرائح المجتمععقريباً، إضافة إلى عالميتها وقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية

6.2 قابلية التواصل : بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.

7.2 التفاعلية interactive هنا فرص التواصل والمداخلات المستمرة بين المستخدمين عديدةبمعنى أن المشاركين لهم دور كبير في التأثير بحيث يتم تبادل الادوار من مرسل إلى مستقبل والعكس وهذا ما يعكس مبدأ الاتصال الافقي لأنه يتميز عن وسائل الاعلام التقليدية بأفقيةالاتصال بين المستخدمين بدلا من هرمية الاتصال وأحادية مصدر الرسالة"

8.2 تجزأة الاتصال demassification في الاتصال التقليدي كانت الرسالة الاتصالية توجه إلى جمهور واسع على العكس من الاعلام الجديد أصبحت الرسالة توجه لشخص بعينه أو جمهور معين.

9.2 الشبوع والانتشار ubiquity ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم ومن داخل كل طبقة من طبقات المجتمع ، فأول ظهور للوسيلة الاعلامية تبدو غريبة نوعا ما لكن مع كثرة إستعمالها تتحول هذه الوسيلة إلى ضرورة ، فكلما إزداد عدد الاجهزة المستخدمة زادت قيمة الوسيلة وهو ما مرت عليه جميع وسائل الاعلام كالتلفاز والاذاعة والسينما ونجد ألفن توفلر يقول "من المصلحة القوية للاثرياء هنا أن يجدو طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل لا ليقصي من هم أقل ثراء ، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها

10.2 التحول من النظام التماثلي analog إلى النظام الرقمي digital يتم تبادل المعلومة سابقا بين مرسل ومستقبل عن طريق نظام التماثل الذي ينقل المعلومة على شكل صفر وواحد أو في شكل موجة متسلسلة يتم تفكيك رموزها عند وصولها إلى المستقبل ، بينما في النظام الرقمي فإشارات تكون إما صفرا أو واحدا دون أي قيم بينهما فالنظام الرقمي يضمن سلاسة انتقال المعلومة من دون تشويش على عكس النظام التماثلي الذي قد يحمل قيم جزئية التي تكون

3- أنواع الإعلام الجديد :تعددت أنواع الإعلام الجديد على النحو التالي:

أ- النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة ويتمثل في الصحف والاذاعة والتلفزيون وأيضا برامج الحوار المباشر، حيث قام معظم مقدمي البرامج في هذه الفترة إلى عملية تجديد مستخدمين أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم عبر التكنولوجيا الحديثة.

ب النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة، وهي تتمثل في جميع الوسائل التي تعمل بواسطة الكمبيوتر فهي وسائل حققت التوال السريع والحي بين الطرفين، كما مكنت المواطنين من التعبير عن آراءهم بحرية متجاوزة في ذلك كل عائق أمامها مكاني كان أو زمني كان يعيق حركة الإلام التقليدي فهي ذات غاية فعالة في تسهيل التفاعل الجماهيري ومن أبرز هذه الوسائل: شبكة الانترنت، البريدالالكتروني وغيرها.

ج- النوع الثالث: الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة، وهنا نزول الفروق بين نوعي الإعلام القديم والجديد وفي المقابل يكون هناك تبادل للمنافع بينهما فكثير من الإعلاميين أبجوا يستخدمون الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية، إضافة الى أن الكثير من المؤسسات الإعلامية أصبح لها موقع على شبكةالانترنت مثل صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية والعديد من الصحف

5- تأثيرات الإعلام الجديد :

أ- تأثير أدوات الإعلام الجديد على المحتوى الإلكتروني: لم يعد المحتوى الإعلامي على أجهزة منفصلة كما كان الحال قبل وجود أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة الأخرى القادرة على الاتصال بالإنترنت.

فبعد أن كان للمواد الصوتية أجهزتها المنفصلة وكذلك المواد المرتبة والنصوص أصبح بإمكان مستخدمي الإنترنت وعلى صفحة واحدة منها أن يجد كل هذا أو أكثر، فأصبح تعبير الملتيميديا تعبيراً دقيقاً عن المحتوى الذي يتم اتاحته الآن، وأصبح هذا التنوع بين الصوت والصورة والنص وأدوات الاتصال هي معايير للحكم على مدى توافق محتوى الكتروني معين مع الجديد في عالم الإعلام لقد جمعت الإنترنت أجهزة والتلفزيونات والراديو والهواتف وكذلك الأوراق التي كنا نستخدمها القراءة النصوص المكتوبة على شاشة واحدة كما جعلت انتاج واستهلاك هذه المحتويات المتعددة الأشكال أسهل من أي وقت مضى.

ب - تأثير أدوات الإعلام الجديد على منتجي المحتوى الإلكتروني: أدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع انتاج المحتوى والتواصل مع مصادر المعلومة والخبر حول العالم كما أن نشر هذا المحتوى والترويج له أصبح أيضاً متاحاً للجميع. إن ملايين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على موقع مثل اليوتيوب وكذلك ملايين المدونات التي يتم نشرها وتحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم وبالإضافة إلى الاذاعات الموجودة على الإنترنت وروابط البث المباشر وتلفزيون الواقع كلها نماذج لما ينتجه المواطن بفضل الأدوات التي يمتلكها كهاتفه المحمول المزود بكاميرا وجهاز كمبيوتر شخصي ومصدر للاتصال بالإنترنت الأمر الذي يدفعنا القول بأن أدوات الإعلام الجديد قد أحدثت تغييراً غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى على الإنترنت أو على الوسائط الأخرى.

ج- تأثير الإعلام الجديد على أساليب النشر وطرق استهلاك المحتوى الإعلامي: إن أهم نتائج النشر الإلكتروني على الإنترنت أن المحتوى المنشور يمكن الوصول إليه بسهولة كما يمكن تحميله وتبادلته واستخدامه على أجهزة ووسائط متعددة والحديث عن الكتاب الإلكتروني والتهديدات التي يشعر بها الناشر والتقليديون هي أقوى الأدلة على قوة التأثيرات التي أحدثتها الإعلام الجديد في مجال النشر والإعلام وهما عاملان مهمان لتشكيل الوعي في كل دول العالم، وإذا أضفنا المناهج الدراسية التي يمكن

تداولها وتدريبها على الإنترنت أيضاً سوف نكتشف الامكانيات الهائلة التي أتاحها الإنترنت بعد أن أصبحت منصات للإعلام والتعليم والتواصل لقد ساعدت وسائط الاتصال الجديد في تسهيل كل المراحل التي يمر بها المحتوى حتى يصل إلى مستهلكه، انتاج المحتوى أصبح رقمياً ومتاحاً للجميع كما أصبح استهلاكه والحصول عليه أكثر سهولة على أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة وغيرها من أجهزة عرض الملفات بمختلف أشكالها