

المحاضرة الأولى: الإعلام الجديد : مقارنة اصطلاحيةالأهداف التدريسية :

- تمكين الطالب من إدراك المفاهيم و المعارف الخاصة بالإعلام الجديد.
- مساعدة الطالب على ضبط مفهوم الإعلام الجديد اصطلاحيا.

المحتويات :

- 1- الاعلام الجديد : تعريف
- 2- الاعلام الجديد : محددات المفهوم

1- الاعلام الجديد : تعريف

الإعلام الجديد في قاموس Cambridge Advanced Learner's Dictionary باعتباره "المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات أو المضامين الترفيهية باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الأنترنت، وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف" ¹

و يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة " ² و بحسب Lester فان الإعلام الجديد " هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو " ³

أما اصطلاحيا فيركز كل من Leah Lievrouw و Sonia Livingstone على السياق الاجتماعي في تعريفهما للإعلام الجديد فهما يعتقدان أن " الإعلام الجديد ، على غرار مظاهر التطور التكنولوجي في المجال تاريخيا ، لم يظهر كمجرد نتيجة خالصة للتطور التقني البحت ، و عليه يجب مقارنة الإعلام الجديد باعتباره ظاهرة سوسيو تقنية . ذلك أن التقنية التي نشأ بفعلها لم تتولد في فراغ اجتماعي ، بل من

¹ Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press), <http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/new-media> , consulté le 13/12/2015 11:00

² عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، م، س، ذ، ص: 31

³ نفس المكان

خلال سيرورة يتخذ فيها المكون الاجتماعي موقعا هاما "4 و لهذا يعرفان الإعلام الجديد باعتباره " مجموع التقنيات الإعلامية و الاتصالية ضمن سياقاتها الاجتماعية التي تضم ثلاث مكونات رئيسية هي :

- الأجهزة و الأدوات التي تمكن الأفراد و تدعم قدراتهم على التواصل و مشاركة المعاني .
- مجموع النشاطات و الممارسات الاتصالية التي يطورها الأفراد بفعل استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات .
- الأنساق الاجتماعية و الأشكال التنظيمية التي أنشأها الأفراد لتأطير استخدامهم لهذه الأجهزة و الأدوات "5

2- الإعلام الجديد : محددات المفهوم: يرى الدكتور عباس مصطفى صادق أن الإعلام الجديد " الذي لم يتبلور خصائصه النهائية بعد ، قد تولد من التزاوج *Convergence* بين تكنولوجيات الاتصال والبيث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته "6 مستخلصا أبرز محدداته بعد مقارنته للمفهوم من خلال مداخل نظرية* مختلفة على النحو التالي:7

- الإعلام الجديد ليس بثنأ أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم ، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط بل بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة
- أن الأسس التي يقوم عليها الإعلام الجديد تختلف عما سبق وهي تشمل : الرقمية ، التفاعلية ، التشعبية، الفردانية ، التخصص ، الجماهيرية وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات .
- يعكس الإعلام الجديد تغييرا كاملا في وسائل الإعلام القائمة ، تكنولوجيا وتطبيقيا . كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة ، هي وسائل الإعلام حسب الطلب *Media Customization* تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري. *Mass Media*
- أن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة *Metamorphosis* عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد *One-Way* والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية. *Interactive Media*
- في هذا الإعلام تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكمبيوتر وتصنع عالما اتصاليا جديدا ثنائي الاتجاه *Tow-Way* له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم .

4 LIEVROUW, Leah A. and LIVINGSTONE, Sonia: *Handbook of New Media* , Op.cit,p :247

5 LIEVROUW, Leah: *Alternative and Activist New Media* , Polity Press, Cambridge , 2011,p :09

6 عباس مصطفى صادق : *الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات* ، م،س،ذ،ص: 29

7 عباس مصطفى صادق: *مستحدثات الإعلام الجديد* ، في موقع الإعلام الجديد ،م.س.ذ،ص:03