المحاضرة الثالثة : الإعلام الجديد و أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة

الأهداف التدريسية :

- تمكين الطالب من ضبط مصطلح البيئة الإعلامية الجديدة .
- مساعدة الطالب في رصد أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة و تحديد أهم مظاهرها.

المحتويات :

- البيئة الإعلامية : مقاربة اصطلاحية
- أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة
- مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة

عرف المشهد الإعلامي مطلع القرن الواحد و العشرين تغييرات عميقة بفعل التطورات المعقدة لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التي سمحت بجمع المعلومات و انتقائها و معالجتها و نشرها وفق أسس جديدة ، حيث تؤكد بحوث و دراسات علمية عديدة التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الإعلامية و تمايزها عمّا كان سائدا نهايات القرن العشرين و الفترات الزمنية السابقة و تردها إلى التغييرات التكنولوجية المصاحبة للتطورات التي شهدتها وسائل الإعلام و الاتصال و التي حدثت ضمن سياق تغيرات اجتماعية سياسية و اقتصادية أوسع " إن هذه البيئة و ملامحها لا تختلف عن البيئة في شقها الفيزيائي الطبيعي ، فإذا كان مستوى و درجة الحرارة في الطبيعة المادية شأنا محددا في التوازن البيئي الطبيعي ، فإن مستوى الحريات و خاصة تنقل المعلومات و الآراء و تداولها في المجتمع بات أيضا أمرا محددا في مدى التوازن الميدياتيكي . كما توجد بيئة خاصة بالطبيعة فإنه توجد بيئة أخرى موازية هي بيئة الأفكار و الأخبار و وسائطها و طرق تداولها "[1]

- البيئة الإعلامية : مقاربة اصطلاحية

رغم التداول المكثف لمصطلح البيئة الإعلامية في الأوساط العلمية الأكاديمية و الإعلامية المهنية خلال السنوات القليلة الماضية إلا أنه ما يزال مفهوما غامضا و غير محدد " و تعرف البيئة

[1] جمال الزرن : ***البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق اعلام المواطن*** ، مجلة الباحث الاعلامي العدد 17 ، 2012 ،ص:20.

الإعلامية في بحوث الإعلام من خلال عنصرين ، تكنولوجيا الاتصالات الخاصة المستخدمة و البنى الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات "2

- أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة

تتشكل أبعاد التحول في البيئة الإعلامية الجديدة من خلال مستويات عدة : تقنية ، اقتصادية ،ثقافية تواصلية و مهنية إعلامية هي :

. تحولات تقنية - اقتصادية

. تحولات تواصلية - ثقافية

. تحولات مهنية إعلامية

- مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة :

تتجلى أبرز مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة في اتجاهين اثنين ، يتمثل أولهما في التغييرات الجذرية التي تشهدها وسائل الإعلام الكلاسيكية في إطار سعيها إلى التكيف مع هذه التحولات التي تعرفها البيئة الإعلامية ذاتها و تظهر من جانب آخر في ميلاد جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة و التي اصطلح على تسميتها بالإعلام الجديد .

. تحولات وسائل الإعلام الكلاسيكية : في البيئة الإعلامية الجديدة تمارس التطورات التكنولوجية تأثيرها البالغ على وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية المكتوبة و المسموعة و المرئية ، هذه الأخيرة التي تشهد تحولات كبرى على جميع المستويات التقنية (تطورات تكنولوجيا النشر و البث و التوزيع) و المؤسساتية (بروز نوع جديد من الإعلام خارج إطار المؤسسات الاعلامية التقليدية) و القائم بالاتصال (المهام الصحفية الجديدة على قائمة الممارسة المهنية إضافة إلى ظهور سلالة جديدة من الصحفيين) المضمون (أنواع جديدة من المضامين) و الجمهور (تجزّؤ الجمهور إلى جماهير)

. ظهور سلالة جديدة من المواقع الإلكترونية: و التي تتميز بـ :

.تشجيع المستخدمين للإنتاج و إدارة المحتويات من خلال تفعيل الذكاء الجمعي .

.دفعهم إلى الاستمرار في تحديث محتوياتهم و تحيين واجهات حساباتهم.

.التشبيك من خلال استخدام محتويات الاخرين و فتح المحتويات الخاصة لإعادة الاستخدام من قبل الاخرين (المشاركة و التعليق) " 3

[2] اندريا بيرس و بروس ويليامز، م،س،ذ، ص:20

[3]ANDREWS ,Keith: ***Internet and New Media : lecture notes*** ,Graz University of Technology Inffeldgasse ,Graz,2011,p:174.

*للمزيد من التفاصيل انظر : https://fr.wikipedia.org/wiki/Wiki