

المحاضرة الحادي عشر: مفهوم الإعلام والاتصال الجديد ونماذج الإعلامية الاتصالية

الإعلام والاتصال الجديد يمثل تحولًا جذريًا في كيفية إنتاج وتوزيع واستهلاك المعلومات. هذا التحول لم يقتصر فقط على التكنولوجيا، بل امتد ليشمل التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي أثرت على المجتمع بشكل عام. يمكن فهم الإعلام الجديد على أنه مجموعة من الوسائل والأنظمة التي تعتمد على التقنيات الرقمية والتفاعلية، والتي توفر فرصًا واسعة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات بشكل مباشر وفوري.

1. أبعاد الإعلام والاتصال الجديد:

التكنولوجيا الرقمية:

✓ الإنترنت هو العنصر الأساسي في الإعلام الجديد، حيث أصبح الإنترنت منصة أساسية للتواصل، سواء عبر البريد الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي، أو المدونات. كما أن الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية جعلت الوصول إلى الإنترنت أكثر سهولة.

التفاعل والمشاركة:

✓ في الإعلام الجديد، يمكن للجمهور أن يصبح منتجًا للمحتوى وليس فقط مستهلكًا له. يتيح الإنترنت للمستخدمين التفاعل مع المحتوى، سواء عبر التعليقات أو الإعجابات أو حتى عبر إنشاء محتوى جديد. هذه التفاعلية تجعل الجمهور جزءًا من عملية الإعلام.

الانتشار الفوري للمعلومات:

✓ في العصر الرقمي، أصبح من الممكن نشر الأخبار والمعلومات في لحظات عبر منصات التواصل الاجتماعي. هذا أدى إلى سرعة انتشار الأحداث، وأحيانًا تكون هذه المعلومات غير مؤكدة، مما يطرح تحديات تتعلق بالمصداقية.

العولمة والتواصل عبر الحدود:

✓ الإعلام الجديد لا يعترف بالحدود الجغرافية. يمكن للأفراد في أي مكان في العالم أن يتواصلوا ويتبادلوا المعلومات بشكل فوري. هذا التوسع في التواصل يساهم في تعزيز الفهم المتبادل بين الثقافات المختلفة.

2. التأثيرات الاجتماعية للإعلام والاتصال الجديد:

التمكين الديمقراطي:

✓ الإعلام الجديد يتيح للأفراد الفرصة للتعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم مع جمهور واسع. هذا قد يساهم في تعزيز المشاركة السياسية والاجتماعية، خاصة في البلدان التي تشهد قيودًا على حرية التعبير.

■ التأثير على الهوية الثقافية:

✓ مع تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، تتأثر الهويات الثقافية المحلية بالتعرض لثقافات أخرى. قد يؤدي هذا إلى تبني بعض العادات والتقاليد الأجنبية أو حتى تغييرات في اللغة والأنماط الاجتماعية.

■ التحديات المتعلقة بالمصداقية:

✓ مع الانتشار الواسع للمعلومات عبر الإنترنت، أصبح من الصعب التحقق من مصداقية الأخبار. ينتشر "الأخبار الزائفة" أو المعلومات المغلوطة بسرعة، مما يطرح تحديات كبيرة في الحفاظ على دقة المعلومات.

3. نماذج الإعلامية الاتصالية:

❖ النموذج التقليدي (الإعلام الأحادي الاتجاه)

• هذا النموذج يعتمد على وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف، الراديو، والتلفزيون. في هذا النموذج، يتم إرسال المعلومات من مصدر واحد إلى جمهور واسع دون أن يكون هناك تفاعل بين الطرفين. يقتصر دور الجمهور في هذا النموذج على استهلاك المحتوى فقط.

مزايا:

- الوصول إلى جمهور واسع.
- قدرة على التأثير في الرأي العام بشكل كبير.

عيوب:

- قلة التفاعل بين الإعلام والجمهور.
- محدودية حرية التعبير بالنسبة للجمهور.

❖ النموذج التفاعلي:

- يتيح هذا النموذج للجمهور التفاعل مع المحتوى الإعلامي من خلال التعليقات، الملاحظات، والمشاركة. وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر تعد أمثلة على هذا النموذج، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع الأخبار والمحتوى بشكل مباشر.

مزايا:

- التفاعل المباشر بين الجمهور والمحتوى.
- قدرة على تخصيص المحتوى وفقاً للاهتمامات الشخصية.

عيوب:

- يمكن أن يؤدي التفاعل العشوائي إلى نشر معلومات مغلوطة.
- قد يتم تهميش الأصوات الأقل شهرة في عملية التفاعل.

❖ النموذج الشبكي (الإعلام متعدد الاتجاهات)

- في هذا النموذج، لا يتم تبادل المعلومات بشكل مركزي من مصدر واحد إلى جمهور، بل يتم تبادلها بين العديد من الأفراد عبر شبكة مترابطة. الإنترنت هو المثال الأبرز لهذا النموذج، حيث يمكن للمستخدمين أن يكونوا منتجين ومستهلكين للمحتوى في آن واحد.

مزايا:

- مرونة عالية في تبادل المعلومات.
- قدرة على الوصول إلى جمهور مستهدف بشكل فعال.

عيوب:

- قد يؤدي التنوع الكبير في المعلومات إلى صعوبة في تحديد المصادر الموثوقة.
- يتطلب مستوى عالٍ من التعليم الإعلامي للمستخدمين لتفادي المعلومات المغلوطة.

❖ النموذج التكاملي:

- يجمع هذا النموذج بين الوسائل التقليدية والحديثة في نفس الوقت. على سبيل المثال، قد تستخدم القنوات التلفزيونية مواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل مع الجمهور وتوسيع نطاق التأثير.

مزايا:

- يجمع بين قوة الإعلام التقليدي ومرونة الإعلام الجديد.
- يتيح الوصول إلى جمهور أوسع ومتعدد الاهتمامات.

عيوب:

- يمكن أن يؤدي التنوع الكبير في أساليب الإعلام إلى تشتت الجمهور.
- قد تكون التحديات في إدارة المحتوى التفاعلي أكبر.

3. التوجهات المستقبلية للإعلام والاتصال الجديد:

- **الذكاء الاصطناعي والتخصيص:** من المتوقع أن يستمر الإعلام الجديد في استخدام الذكاء الاصطناعي لتخصيص المحتوى بشكل أكبر، مما يسمح للمستخدمين بتلقي محتوى موجه يتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم.
- **الواقع الافتراضي والواقع المعزز:** مع تقدم التكنولوجيا، قد تصبح هذه التقنيات جزءًا أساسيًا من الإعلام الجديد، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع المحتوى بشكل غامر.
- **الإعلام المستدام:** مع تزايد الوعي البيئي، من المحتمل أن تتجه منصات الإعلام الجديد نحو تبني ممارسات أكثر استدامة في إنتاج وتوزيع المحتوى.
- **الخصوصية والأمن:** مع تزايد الاعتماد على الإنترنت، سيستمر التركيز على حماية البيانات الشخصية وضمان خصوصية المستخدمين.

الإعلام والاتصال الجديد يمثل تحولًا عميقًا في طريقة التواصل والإعلام في العصر الحديث. هذا التحول يفتح أبوابًا جديدة للتفاعل والمشاركة ويعزز من قدرة الأفراد على التأثير في المجتمع. ومع ذلك، فإن هذا التقدم التكنولوجي يطرح تحديات كبيرة تتعلق بالمصداقية، الخصوصية، وتأثير الإعلام على الهوية الثقافية.