



# الإنترنت والإعلام الجديد

المفاهيم، السمات، الآفاق المستقبلية  
NET & New Media

الدكتور / أسامة غازي المدني  
أستاذ الإعلام الجديد المشارك بجامعة أم القرى



بحمد الله وتوفيقه تمكنا خلال أكثر من عشرون عاماً من العطاء والاجتهاد في بناء دار نشر أصبحت صرح من صروح المعرفة، فقد أوكلنا على عاتقنا المساهمة الفعالة لجميع الجامعات والكليات والمعاهد العلمية وذلك بالوقوف جنباً الى جنب في نشر الكتب العلمية لجميع أعضاء هيئة التدريس، وتوصيلها للطلاب والطالبات والقراء في جميع أنحاء الوطن العربي، ويحدونا الأمل أن نساهم في تغيير الصورة النمطية للنشر في محاولة للاستثمار والإبداع في مجال النشر، وما نزال في تعاون مستمر مع المؤلفين لتحقيق أهدافنا السامية، ونحن على استعداد تام للتعاون مع كل صاحب علم يريد توصيله للمتعلم أينما كان.

## منصة اكاديميك تيك بوك

www.academictechbook.com



انطلاقاً من رؤية المملكة 2030 ودعمها للتعليم الالكتروني فإن منصة (اكاديميك تيك بوك/ACADEMIC TECH BOOK) التابعة لخوارزم العلمية هي من اقوى المنصات التي تقوم بتحويل ودعم وتوفير الكتاب الالكتروني والتي تحتوي على الخدمات الالكترونية التالية:

1. الخدمات التفاعلية بين الطالب والكتب الالكترونية وتصفح المحتوى بطريقة e-pub.
2. خدمات شرح فيديو صوت وصورة لكل فصل على حد لكل كتاب من الكتب الالكترونية
3. بنك أسئلة وواجبات منزلية متكاملة
4. تفاعل الطالب مع عضو هيئة التدريس
5. ربط المنصة بالنظام التعليمي الالكتروني للجامعات LMS
6. إمكانية عمل اشتراكات سنوية عن طريق الدخول الذي
7. تقارير مفصلة تخدم المستخدم والمستخدم

## اتصل بنا

المملكة العربية السعودية - جدة - بجوار مدارس دار الفكر الاهلية



0561005008



www.kh.sa



info@kh.sa



gm@kh.sa

## متجر خوارزم العلمية الالكتروني

www.kh.sa



يعد متجر خوارزم العلمية (www.kh.sa) من أكبر المتاجر المختصة في توفير وبيع الكتب والمقررات الجامعية، ويولي المتجر كافة احتياجات الطلاب والطالبات بالجامعات السعودية بشكل مميز. حيث يتمتع المتجر الالكتروني بالميزات التالية:

- 1- توفير جميع المقررات الجامعية بالمتجر حسب الكليات والأقسام المختلفة.
- 2- إمكانية الشراء والدفع بخيارات دفع متعددة.
- 3- سهولة التصفح والتنقل بين اقسام الموقع وسهولة البحث عن الكتب والمؤلفين ودور النشر.
- 4- إمكانية وصول الطالب لجميع المقررات المقررة عليه
- 5- تقديم أفضل الأسعار وخدمات التوصيل مع أفضل شركات الشحن الى جميع مناطق المملكة.

## حقوق الطبع محفوظة للناسر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لخوارزم العلمية ولا يسمح بطبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد هذا الكتاب أو أي جزء منه، أو تخزينه في أي نظام لحفظ المعلومات، أو نقله على أي هيئة، أو بواسطة أي وسيلة، سواء كانت الكترونية أو ميكانيكية أو تسجيلياً أو غير ذلك إلا بإذن كتابي مسبق من الناشر.

## فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
- المقدمة.....	١١.....

## الفصل الأول

### تأسيس المصطلح

### "معجم مصطلحات الإعلام الجديد"

- الاتصال.....	١٩.....
- أجهزة الاستقبال.....	٢١.....
- استبيان.....	٢٢.....
- ازدواجية اللغة.....	٢٣.....
- الاصطلاح.....	٢٣.....
- الإعلام.....	٢٣.....
- الإنترنت.....	٢٥.....
- البريد الالكتروني.....	٢٥.....
- الترانزستور.....	٢٦.....
- الترميز.....	٢٦.....
- التصنيف.....	٢٦.....
- التطوع.....	٢٦.....
- التعليق.....	٢٧.....
- التفاعلية.....	٢٨.....
- التلفاز.....	٢٨.....
- التواصل الاجتماعي.....	٢٩.....
- الرأي.....	٣٠.....
- الرقابة.....	٣١.....

- ٣٢..... السلوك الجمعي -
- ٣٢..... العوالة -
- ٣٣..... القناة -
- ٣٤..... الكمبيوتر -
- ٣٤..... المتلقي -
- ٣٤..... محرك البحث -
- ٣٥..... المدونة -
- ٣٥..... المضمون -
- ٣٦..... معدل التفاعل -
- ٣٦..... المعلومات -
- ٣٧..... الوسائط المتعددة -
- ٣٧..... الوعي -

### الفصل الثاني

### الإعلام الجديد

### "التحولات - الأنماط"

- ٤١..... تمهيد -
- ٤٢..... نحو إعلام جديد "إستراتيجيات التحول" -
- ٤٣..... أولاً: المتغيرات السياسية -
- ٤٤..... ثانياً: الإرهاب والعوالة -
- ٤٥..... ثانياً: المتغيرات التكنولوجية -
- ٤٦..... ثالثاً: المتغيرات الاقتصادية -
- ٤٧..... رابعاً: المتغيرات الاجتماعية -
- ٤٨..... خامساً: المتغيرات المعرفية -
- ٤٩..... الإعلام الجديد وتعدد المسميات -
- ٥٠..... أنماط الإعلام الجديد -

- ٥٠..... أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي
- ٥١..... شبكات التواصل (مرحلة ما قبل )
- ٥٣..... عصر الفيس بوك
- ٥٤..... تويتر
- ٥٥..... جوجل
- ٥٥..... لينكدان
- ٥٦..... إنستجرام
- ٥٧..... ثانياً: تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف
- ٥٧..... واتس أب
- ٥٨..... ثالثاً: مواقع رفع الفيديوهات
- ٥٨..... اليوتيوب متصدراً القائمة
- ٥٨..... رابعاً: المدونات
- ٦٠..... خامساً: ويكيبيدياً.. الموسوعة الحرة

### الفصل الثالث

#### الانترنت

#### الفضاء الافتراضي

- ٦٩..... نظام شبكة الانترنت
- ٦٩..... بروتوكولات الانترنت
- ٦٨..... الإيجابيات والسلبيات
- ٦٩..... شبكة الويب
- ٦٩..... وظائف الانترنت
- ٦٩..... في المجال العلمي
- ٧٠..... في المجال الإعلامي
- ٧١..... النشر الالكتروني

## الفصل الرابع

### الإعلام الجديد : ثنائية النور والظنار.. دراسة في المكاسب والمثالب

- ٧٧..... سمات الإعلام الجديد -
- ٧٧..... أولاً: السمات الإيجابية -
- ٧٧..... التنوع -
- ٧٨..... المرونة -
- ٧٨..... الحرية -
- ٧٩..... التفاعلية -
- ٧٩..... الإتاحة -
- ٨٠..... التعددية -
- ٨٠..... المعرفة اللانهائية -
- ٨٠..... الانتشار -
- ٨١..... رخص الثمن -
- ٨١..... زيادة الوعي -
- ٨٢..... التحويلية -
- ٨٢..... السرعة -
- ٨٢..... ثانياً: السمات السلبية -
- ٨٣..... الفوضى -
- ٨٣..... العدائية -
- ٨٤..... التغريب -
- ٨٤..... الانعزالية -
- ٨٥..... إثارة الفتن والقتال -
- ٨٦..... الاستغلال -
- ٨٦..... التضليل وترويج الشائعات -
- ٨٦..... الجرائم الالكترونية -
- ٨٨..... الرقابة (الضرورة - القيد) -

## الفصل الخامس

### دوائر التلقي

#### من المحدود إلى اللانهائي

- التلقي المغلق ..... ٩٥
- التلقي المفتوح ..... ٩٦
- التلقي الفعال ..... ٩٦
- دوائر التلقي بين الإعلام القديم والحديث ..... ٩٨
- الصحافة الالكترونية نموذجا لتطور المنظومة الإعلامي ..... ١٠٢
- دوائر تلقي نظريات التأثير الإعلامي ووسائل الإعلام الجديد ..... ١٠٤
- الإعلام الجديد والنظريات الإعلامية الدولية المعاصرة ..... ١٠٦

## الفصل السادس

### الإعلام الجديد والأفاق المستقبلية

- أولا: الأفق السياسي ..... ١١٢
- ثانيا: الأفق الاقتصادي ..... ١١٣
- ثالثا: الأفق التكنولوجي ..... ١١٤
- الخاتمة ..... ١١٦
- هوامش الكتاب ..... ١١٨