

محیط رسانه جدید در مالزی

استفاده از اینترنت در مالزی

تا ژوئن ۲۰۰۸، ۵۹ درصد جمعیت مالزی یعنی ۱۴/۹۰۴/۰۰۰ نفر کاربر اینترنت هستند.

آزادی رسانه

"آزادی مطبوعات تنها توسط کسانی که مالک آن هستند تضمین می شود" جوزف لیبلینگ ۱۹۶۰

ظهور رسانه جدید

به عنوان ابزار کاری (در جهت اداره بدون کاغذ، برای مثال ایمیل به جای یادداشت های فیزیکی، ذخیره اطلاعات دیجیتال)

منبع اطلاعات (تسریع کننده مراحل کار، سریع و موثر)

به عنوان ابزار آموزشی (برای تحقیقات، تاسیس پرتال ها و غیره)

منابع وسیع دانش تنها با یک کلیک

بدون هیچ سدی برای جستجوی اطلاعات و اخبار - ایجاد دنیای بدون سد برای مثال دنیای بدون مرز

شبکه جدید اجتماعی مانند فیس بوک و فرندستر

تأثیر رسانه جدید

- مثل قارچ سبز شدن پرتال های گوناگون با موضوعات و تیترهای گوناگون. فقدان اعتبار روند کلی رسانه
- گسترش بلاگ ها و بلاگرهای جورنو (روزنامه چی) - روزنامه نویسی شهروندی
- دادن فرصت های انتخاب برای مردم با فراهم کردن خوراک های خبری - دموکراسی اطلاعاتی
- روش های راضی کننده تر به تصویر کشیدن و توصیف اخبار و اطلاعات که با تصاویر و ویدئوها همراه باشند (تصاویر ثابت و متحرک). اعتماد به رسانه جدید برخلاف رسانه قدیمی مانند ابزار پروپاگاندا حکومت
- وابستگی قشر جوان به اینترنت - تغییر عادات رسانه ای
- روند کلی رسانه باید برای باقی ماندن در عرصه رقابت به ارزیابی نقش خود بپردازد.
- بلاگرهای بزرگ دارای صداقت و تجربه قادرند توجه و علاقه عموم را به آسانی به خود جلب کنند. برای مثال راکي برو، چی دت، کیک دفلا، از سایت های عمومی مانند مالزیکی نی و مالزی تودی.

در اینترنت هر کس به ۱۵ نفر شناسانده می شود (وینبرگر، ۲۰۰۲)

بر این اساس

همه در حال به دست آوردن ۱۵ دقیقه شهرت هستند. (اندى وار هول)

تعداد بلاگ ها در مالزی

حدود ۵۰۰ هزار بلاگ موجود است