

وسائل الاعلام التقليدية في ظل زمن المكافحة-مقاربة وصفية نقدية-

Traditional media in a time of detection-Descriptive monetary approach-

أسماء لقيقت¹ ، سلامي اسعيداني².

¹ جامعة عبد الحميد مهري-قسنطينة02- (الجزائر)، samsouma_le@hotmail.com

² محمد بوضياف-المسيلة- (الجزائر)، salami.saidani@univ-msila.dz

تاريخ الاستقبال: 2021/03/24؛ تاريخ القبول: 2021/05/16؛ تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص: رغم كثرة المقارنات والمقاربات العديدة بين وسائل الإعلام العامة، إلا أنه ربما يكون صعباً إمكانية التفرقة بين الإعلام التقليدي؛ كالصحافة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والاعلام الإلكتروني المتمثل في قنوات التواصل الاجتماعي أو ما تسمى وسائل الإعلام التفاعلية، فهناك الكثير من النقاط التي يتداخل فيها، وبعضها التي يختلف فيها كل من الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني أو الإعلام الجديد.

ونعني بزمن "المكافحة" في نقلنا هذا العصر الحالي الذي يعرف ثورة تكنولوجية عميقة في ميدان المعلومات والاتصال، يتضاءل أمامها كل ما تحقق من عدة قرون سابقة، ولعل أبرزها الانصهار الذي حدث بين ظاهري التفجر المعلوماتي وثورة الاتصال الأخيرة في البيئة الرقمية، مما أثر ذلك بشكل كبير جداً على أشكال الاعلام ومحتواه وأساليب انتاج المادة الإعلامية، وقد تأثرت صناعة الإعلام بشكل ملحوظ في البيئة الجديدة (الإعلام الجديد)، والذي انعكس على كم ونوع المضمون وطبيعة الخدمات الإعلامية، وتكاد تكون التطورات التي تحدث في مجال تكنولوجيا الإعلام و المعلومات كانقلاب في وسائل الإعلام التقليدية، فقد مثلت التطورات التي دخلت صناعة وسائل الإعلام الجديد والتي يتمثل جوهرها في الاستفادة من تكنولوجيا الاتصالات عن بعد (السلوكية واللاسلكية).

الكلمات المفتاح: وسائل الإعلام؛ وسائل الإعلام التقليدية؛ الإعلام الجديد؛ المكافحة؛

Abstract: Although there are many comparisons and approaches between the public media, it may be difficult to distinguish between traditional media such as the press, radio and television on the one hand and electronic media on the other.

We are referring to the time of the "detection" of the current era, which defines a profound technological revolution in the field of information and communication, in which all that has been achieved in the past several centuries is diminished. Perhaps the most notable is the fusion between the phenomena of information explosion and the recent revolution in communication in the digital environment, which has had a very significant impact on the forms of information, its content and the methods of media production. (New media), reflected in you, the type of content and the nature of information services, and almost as many developments in information and information which is the use of telecommunications technology.

Keywords: media ; traditional media ; new media ; detection.

I- تمهيد :

فرضت التحولات التي يشهدها العالم في وقتنا الراهن تغيرات على مستوى جميع الميادين والمجالات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية خصوصا الإعلامية التي تتميز بالسرعة الكبيرة في مجارة الأحداث ونقل التطورات التي تحدث في مختلف أصقاع العالم. ونظرا للتطور التكنولوجي الهائل الذي مس المنظومة الإعلامية التقليدية نتيجة ظهور وتطور التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ما يسمى بالإعلام الجديد الرقمي الإلكتروني الذي اتسعت دائرة مفهومه وأشكاله ما جعله محط اهتمام المفكرين ، نتيجة لما فرضه من تغيرات على الخارطة الإعلامية. فالاعلام الإلكتروني يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف وما يميزه عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف اىصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة الكترونية بحثة دون اللجوء الى الوسائل التقليدية كمحطات البث والمطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة، والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل. ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها. الواقع أن الاعلام التقليدي يعاني أزمة حادة توزيعاً وإعلاناً، وهو مدفوع إلى مواجهة حقائق التغيير التي حصلت وتحصل، ودراستها وتحليلها للخروج بحلول مناسبة وعملية ، وسرعة تطبيق الحلول والتعامل معها والتكيف بأجوائها. وهذا يطرح العديد من الأسئلة حول مصير الاعلام التقليدي وكيف سيركب موجة جديدة بأفكار جديدة تعطيه دورا جديداً وتجعله قادرا على البقاء وربما المنافسة.

وبناء على هذا سنستعرض من خلال الدراسة العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الإلكتروني، والتطور التكنولوجي على الاعلام التقليدي وكيفية استفادة الوسائل الإعلامية التقليدية من التكنولوجيا الحديثة وأشكال كل من الاعلام التقليدي والاعلام الإلكتروني. من خلال طرح الإشكالية التالية:

ماهي طبيعة العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الإلكتروني؟

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى مايلي:

- التعرف على التحولات الكبرى في وسائل الاعلام التقليدية.
- التعرف على التحديات التي تواجه الاعلام التقليدي جراء استخدام الاعلام الإلكتروني.
- التعرف على تأثيرات الاعلام الإلكتروني في وسائل الاعلام.

1. تعريف الإعلام التقليدي وأشكاله :**1.1. تعريف الإعلام التقليدي:**

هو إعلام يهتم بقضايا العصر وبمشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا بالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

عرفه أورتجورت بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه، فقال: " لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، لكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة"، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس وترفع مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وبناء عليه فالإعلام التقليدي هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية السلوكية بطريقة معينة، خلال وسائل معينة (صحف، مجلات، إذاعة وتلفزيون)، ويهدف إلى التعريف بما يجري في العالم من أخبار وأنباء مختلفة سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو الديني، فهو عبارة عن استقصاء للأنباء ومعالجتها ونشرها. (الغامدي، 2012، ص5)

2.1 أشكال الإعلام التقليدي:

وتشمل الوسائل التقليدية (صحف، مجلات، إذاعة وتلفزيون) ، وهي تلك الوسائل المملوكة إما للدولة، وتوجد منذ عشرات السنين، أو للمؤسسات الإعلامية الخاصة بالجمعيات أو الأفراد، وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، يتعلق بعضها بالإمكانات البشرية والتقنية، والآخر يرتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية

والثقافية، لذلك فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد، يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية. (الغامدي، 2012، ص9)

يقال أن لكل عصر وسيلة إعلامه وتواصله ، وبهذه المقولة يمكن أن نعتبر هذا العصر عصر إلكتروني بامتياز نتيجة ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي على الإنترنت وتقنيات المعلومات، على اختلاف مسمياتها، فطبيعة شبكة الانترنت التي تتميز بالآنية والسرعة في نقل المعلومات ، وتجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل، أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية، أو أي اختصاص في البرمجة المعلوماتية، إما عن طريق استخدام الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول.

2. تعريف الإعلام الجديد الإلكتروني واشكاله :

1.2 تعريف الجديد الإلكتروني:

لا بد من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، لا يزال نظيره ناتجا بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات .

بداية يمكننا القول : إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات ، و قد كان وليدا لتزواج ظاهرتين بارزتين، عرف بها هذا

العصر ظاهرة تفجر المعلومات **les information explosion** و ظاهرة الاتصالات عن بعد **télécommunications** .

و الإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر و الاتصالات عن بعد و إنتاج المعلومات و التسلية وتخزينها و توزيعها ، هذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات و التسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة، وهي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، إلا أن الفرق يتمثل في أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم و هي التفاعل **interactivité** ، والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديد على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. (شبخاني، 2010، ص442)

هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مُهمًا إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من المصدر المركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك ، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات و التسلية متى أرادها بالشكل الذي يريده .

يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط **MultiMedia** ، وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص و الصورة و الفيديو ، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا ، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني .

يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها ، و هذه الخصائص غيرت أنماط السلوك الخاصة بوسائل

الاتصال. (شبخاني، 2010، ص443)

2.2 أشكال الإعلام الجديد:

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت ، وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها الويب 2.0 web، وكانت أبرز تطبيقاتها ما تشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات، مع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية و نظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيري، وهنا يشير "برودي" بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت.

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي: (الغامدي، 2012، ص9)

- المواقع الإعلامية على الشبكة
 - الصحافة الإلكترونية ، خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.
 - الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على النت
 - القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي على النت.
 - خدمات الأرشفة الإلكتروني.
 - الإعلانات الإلكترونية
 - خدمات النشر الإعلاني على النت .
 - خدمات إعلانية ترفيهية
 - المدونات blogs
 - قنوات التواصل الاجتماعي الفيس بوك face book واليوتيوب You tube وتويتر twitter
 - خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول: رسائل sms ، mms
 - بث خدمات الأخبار العاجلة.
3. الإعلام التقليدي في ظل انتشار الوسائط الإلكترونية :

تواجه وسائل الإعلام التقليدية منافسا جديدا نسبيا اكتسب شعبية كبيرة فثبت اليوم أن الانترنت فاعل رئيسي في مجال نشر الأخبار فالثورة المعلوماتية التكنولوجية التي ألفت بضلالها على الطباعة والنشر في مطلع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. على الرغم من أن بعض الإصدارات الإلكترونية للصحف معظم أخبارها مأخوذة من الإصدارات المطبوعة. غير أن الصحيفة الإلكترونية تحمل قوة جذب وإهمار ساعد على انتشارها على حساب تلك التقليدية، ذلك أنها تستخدم الوسائط المتعددة Multimedia، فهي تتيح لمستخدميها ممارسة أكثر من حاسة خصوصا البصر والسمع، بل واللمس أيضا فالقارئ يستطيع أن يختار ما يريد ويقرأ ما يجب الاطلاع عليه، ويرى الصور بألوانها الجذابة ويستمتع في الوقت ذاته إلى الأصوات التسجيلية، ويشاهد الأفلام المنقولة عبر الفيديو، وكل ذلك في عملية سريعة واحدة لا تستطيع أن توفرها له من قبل وسائل الإعلام المختلفة الصحافة المكتوبة، والإذاعة المسموعة، والتلفزيون المرئي. (الفصل، 2005، ص10)

وهناك العديد من الفروقات التي تطرق إليها الباحثون بين الإعلام الإلكتروني والإعلام المكتوب يمكن رصدها فيما يلي:

- المصدر (المرسل):

فتحت الإنترنت بوابات الفيضان المعلوماتي على مصراعيه ليصبح مشكل الإفراط المعلوماتي من أخطر المشاكل التي نواجهها حاليا، وأصبح في حكم المؤكد استحالة التعويل على الوسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة دوريا بحثا عن المعلومات المطلوبة. كان لابد من إسناد هذه العملية إلى الروبوت المعرفي بصفته وكيفا آليا يحال إليه القيام بالعمليات الروتينية، وبما أن الروبوت له نصيب من الذكاء الاصطناعي بمنحه القدرة على التحليل والاستنتاج والتوقع، حيث يقوم مقام المندوب الصحفي العالمي الذي يبحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت ويضيفها إلى موقع الصحيفة الإلكترونية، خلافا للصحيفة التقليدية التي تُبقي العمل متعلقا بالمندوب أو المحرر الصحفي.

- الرسالة:

في ظل التحول الإلكتروني للصحيفة تأثرت العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوى، فمعظم أفكار الصحيفة لا تصلح للمعالجة إلا على مستوى أشكال صحفية معينة (خبر ، مقال ، عمود) وفق قوالب معينة، والتأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا على الصحيفة الإلكترونية أثرت على طبيعة المضمون الصحفي الذي يقرأونه.

- الوسيلة:

يختلف شكل الصحيفة المطبوعة عن شكل الصحيفة الإلكترونية وتتزايد أوجه الاختلاف بينهما خصوصاً في ظل دخول أنظمة متعددة الوسائط، حيث يمكن استقبال مادة الموضوع الصحفي على مستويات عديدة، نصية صور ثابتة ومتحركة إما على شاشات عديدة أو على شاشة واحدة منقسمة إلى أجزاء عديدة، فولوج عنصر الصور المتحركة في إطار الصحيفة الإلكترونية أحدث تحولا جذريا في الشكل الإخراجي العام لها.

- المستقبل:

إن المعلومات التكنولوجية المتاحة في إطار الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على تقنيات الحاسب ستسهم في تخطي مسألة القراءة بالنسبة للكثير من الذين يعزفون عنها لسبب أو لآخر، حيث أصبح بإمكان جهاز الحاسوب قراءة مضمون المادة الصحفية داخل الصحيفة الإلكترونية بمجرد أن يقوم المستخدم بطلب ذلك عن طريق الإشارة إلى النص المطلوب قراءته.

- التغذية المرتدة (العكسية):

في الصحافة الإلكترونية تكون التغذية العكسية تغذية مرئية منقولة بالصورة والصوت ومباشرة بين المرسل والمستقبل. (أبو عيشة، 2010، ص175)

هذا فضلا عن بعض الاختلافات التي نلامسها بين النشر الإلكتروني والنشر الورقي و نلمسها خلال:

- سرعة الوصول:

تمتاز الصحف الإلكترونية عن الورقية بإمكانية الوصول السهل في أي مكان وفي أي وقت، أما الصحف الورقية فلها أماكن بيع محددة وأوقات محددة لشرائها وهي قابلة للنفاذ، على عكس الصحف الإلكترونية ، التي يتطلب لقراءتها توفر جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت، وقد يكون الوصول إليها صعباً في حالة انقطاع الشبكة أو بطء التحميل.

- خدمات المعلومات الصحفية السريعة:

لا يمكن للصحيفة المطبوعة أن تقدم شيئاً خارج النصوص المطبوعة على الورق، وإذا كانت هناك خدمة ما، فعلى الجمهور الاتصال بالصحيفة والانتظار للعدد الآتي، أو قيام العاملين في الصحيفة بالبحث في الأرشيف الورقي لإعطاء الإجابة، وقد يستغرق ذلك وقتاً طويلاً، أو ربما لا يجد طالب المعلومات أي رد فعل أو إجابة من الصحيفة. أما الصحيفة المنشورة إلكترونياً فباستطاعتها أن تقدم للجمهور سلسلة من خدمات المعلومات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة والآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة وغيرها. (شفيق، 2007، ص77)

- إمكانية تحويلها من صحف الإلكترونية إلى ملفات شخصية:

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تُقدّم نسخة مفصلة أو مُعدّدة حسب احتياجات القارئ ، على عكس الصحف المنشورة إلكترونياً التي بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع يتعامل مع الصحف وكأنها نُشرت لتلبي احتياجاته المعلوماتية الخاصة، فهو قادر على أن يُحدّد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركّز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، ويُقي بعض الخدمات ويُبغى أخرى، فهو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية ، وليس ما يقوم الموقع بعرضه.

- التفاعل والمشاركة ما بين الصحفي والقارئ:

في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تجذبه ثم القراءة وتقليب الصفحات إلى الأمام والخلف، لكن التفاعل في الصحافة الإلكترونية بدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة أو التدخل مباشرة للمشاركة وصناعة الخبر، أثناء القراءة وتصفح الموقع ومن ثمة إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاع الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ. (علم الدين، 2008، ص181، 180)

4. اتجاهات العلاقة بين الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية:

يمكن تحديد ثلاثة اتجاهات حول العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية:

1.4. الاتجاه الاول:

وهو يتوقف عند وصف الإمكانيات الكبيرة للإنترنت، وما يمكن أن توفره من فرص كبيرة للبشرية للحصول على المعلومات بشكل سريع، وهو ما يشير إلى عدم الاهتمام بمستقبل الصحافة المطبوعة إذا كانت الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تؤدي وظائفها، والكثير من أنصار هذا الاتجاه هم من مؤيدي رؤية مارشال ماكلوهان حول السرعة الإلكترونية، وإن الاعتماد على النقل السريع والآني للأحداث شكّل ميزة الصحافة من خلال نقل القصة الخبرية مع الصور الفوتوغرافية، والصوت والصورة التلفزيونية.

يُضاف إلى ذلك أن الصحيفة الإلكترونية تمكّن من تقديم نطاق واسع من الخدمات لا تستطيع الصحف المطبوعة تقديمه، من مناقشة قضية مع القراء الآخرين والتعليق على المقالات وتوفير الفرصة لمتابعة الأخبار أثناء حدوثها وتطورها بشكل زمني، وكذلك فإن الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تحمل الكثير من الأخبار التي كان يتم استبعادها من الصحف المطبوعة بسبب نقص المساحة، حيث توفر الإنترنت إمكانية لتوسيع الصحيفة لتحمل الكثير من المضمون، يُضاف إلى ذلك العيوب الأصلية للصحيفة الورقية، إذ أن الصحف الورقية تركت الخبر على أيدي قرائها، فضلاً عما تحتاجه من وقت طويل وجهد كبير وأسطول توزيع، ومن ثمة فإنها وسيلة متقدمة من حيث الوقت كي تصل نسخ الصحيفة المطبوعة إلى القراء. (بحيث، 2000، ص37)

2.4. الاتجاه الثاني:

وهو على عكس سابقه، حيث يؤكد أن الصحيفة الإلكترونية لن تصبح أبداً بديلاً عن الصحافة المطبوعة، ويأتي ذلك انطلاقاً من أن تاريخ وسائل الإعلام التقليدية لم يُشر إلى ذلك.

فهو لم يشهد اختفاء وسيلة بظهور وسيلة أو تكنولوجيا أخرى جديدة، بل إن ما يختفي فقط هو طرق وأدوات إنتاج.

فالراديو لم يقض على الصحافة وكذلك ظهور التلفزيون لم يقض على الراديو، بل هناك تعايش وتكامل بين الوسائل الإعلامية المختلفة، لذا فمن المتوقع أن تحتلّ الصحيفة الإلكترونية التي تعتمد على النص والوسائط الفائقة مكانها جنباً إلى جنب مع الصحافة المطبوعة، ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه إذا كانت شبكة الإنترنت قد أضافت الكثير لحقل النشر عموماً، إلا أنها لا تزال مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة في سبيل توسيع دائرة قراءتها على المستوى الدولي، وتطوير الأداء الصحفي وغيرها من الخدمات المتعددة التي تقدمها الإنترنت للصحف الورقية، وأنه لمن المستبعد أن تنقرض الصحف المطبوعة، أو تتراجع مكانتها أمام الصحيفة الإلكترونية. ويعود ذلك إلى الميزات التي تتميز بها الصحف الورقية عن الإلكترونية، وأهمها أن الصحافة الورقية قابلة للنقل والحفظ وتقرأ براحة أكبر من الإلكترونية، حيث لا تزال قراءة النص لها سحرها لدى القراء، فضلاً عن أنها لا تحتاج إلى مهارات خاصة كاستخدام الحاسوب الآلي وتقنياته، وأوضح المؤتمر العالمي للصحافة عام 2001، أن سرعة وضع مواد صحفية على الإنترنت يؤدي إلى تزايد الأخطاء الموجودة في الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية، كذلك تزايد شك الجمهور في المعلومات والمواد التي تقدمها، بينما أشارت الدراسة التي قامت بها الجمعية العالمية للصحف إلى أن الصحافة الإلكترونية حتى الآن ما هي إلا مجرد امتدادات لصناعة الصحافة المطبوعة، وأن معظم الصحف تقدم أكثر من نصف المضمون الذي تقدمه على مواقعها في الإنترنت من خلال طبعتها الورقية، وتكتفي بإضافة بعض المعلومات العاجلة إلى هذا المضمون حتى تعطي للقارئ انطباعاً بأنها توفر له عنصر النقل السريع للأخبار. (الشال، 2002، ص186)

3.4. الاتجاه الثالث:

ويقف موقفاً مختلفاً عن الاتجاهين السابقين ويرى أصحابه أن الاندماج بين عالمي الصحافة التقليدية والصحافة الإلكترونية سوف يزداد، ويرجع ذلك إلى:

- أن دور النشر الصحفي في العالم بأسره تتجه إلى تنويع نشاطاتها الإعلامية، وذلك بدخول مجالات الراديو، التلفاز، المطبوعات المتخصصة وإعداد المؤتمرات واستغلال الإنترنت، ومثال على ذلك شركة (تريبون) التي تصدر صحيفة شيكاغو تريبون وتملك محطات

تلفزيون وإذاعات ومجلات ومواقع إلكترونية وحصصاً في شركات ترفيه واتصال بالشبكة الإلكترونية، وهي جزء راسخ من واقع صناعة الاتصال وثورة المعلومات في المجتمعات الليبرالية، التي اعتمدت مبادئ اقتصاد السوق والديمقراطية الغربية.

- أن العامل المشترك من صناعتي النشر التقليدي والإلكتروني هو المحتوى المتميز، فمن غيره لا تتجح مطبوعة، ولا ينشر تلفاز، ولا يستمر موقع على الإنترنت، ولهذا فإن شركات الاتصال الكبرى في الغرب تزوج بين ما تنتجه وسائل اتصالها بأنواعها التقليدية وغير تقليدية تقوم باستخدام أمثل لذلك المحتوى، و ذلك ما دفع شركة أمريكا أون لاين التي تدير أنجح بوابة إلكترونية في أمريكا إلى الاندماج مع شركة (تايم وورنر) وهي واحدة من أكبر شركات النشر والاتصال في العالم.

- إضافة إلى المحتويات فإن دخول شركات النشر التقليدي عالم النشر الإلكتروني يعتمد على نجاح وانتشار الاسم التجاري عند المستفيد، فظهر أسلوب الترويج المتقاطع حيث يقوم المطبوع الإلكتروني بالترويج للموقع الإلكتروني الشقيق والعكس بالعكس. (الشال، 2002، ص 189)

5. نقاط التداخل والاختلاف بين الإعلام الرقمي الإلكتروني والإعلام التقليدي:

- الإعلام الإلكتروني هو إعلام حر ، خال من القيود والرقابة على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة، فعدم خضوعه لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي، وهي حرية التعبير والرأي والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداخل المعلومة وهو ما يحدث فرقاً شاسعاً في إعداد المستخدمين.

- الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي الذي أصبح في وقتنا الحالي يعتمد بدرجة كبيرة على الإعلام الإلكتروني لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ونقاط التوتر حول العالم، وخير مثال ثورات الربيع العربي.

- مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن إغفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي ، هذا ما جعله يشهد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.

- الإعلام التقليدي مرّ بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيماً وضبطاً بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة ، فالإعلام التقليدي هو من وقر أرضية خصبة للإعلام الجديد عن طريق التسويق ، فلولاً الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

- ظهور نوع جديد من الإعلاميين يمكن تسميتهم بالإعلاميين الجدد ، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية ، الذين أثبتوا استحقاتهم لهذا اللقب عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم.

- هياً الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة وخوض غمار التجربة الإعلامية بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية، حيث يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي من خلال تحقيق السبق الإخباري.

- أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبياً، لكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.

- تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى ، أي علاقتها بالتفاعلية مع المتلقي وهذا ما ساهم في إحداث طفرة نوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت أو المستخدمين اليوميين، وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات الاتصال الاجتماعي ، وقنوات الإعلام التقليدية وهذا ما ساهم في تشكيل أرضية صلبة للإعلام الجديد. (الغامدي، 2012، ص 17)

الخلاصة:

ما يمكن قوله في الختام أن طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني حظيت بكثير من الاهتمام من طرف الباحثين والدارسين والمهتمين في مجال الإعلام والاتصال ، ولذلك فلا يمكن لها إلا أن تكون علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر ، وبهذا يتجدد الإعلام التقليدي مستفيداً من هذا الكم الهائل من الأدوات التي تجعله أقوى، من أجل الحصول على التميز والتفرد، مستفيداً من عراقته وموضوعيته وخبراته المتراكمة، في تطوير المحتوى الإعلامي نصاً وصياغة وصورة وشكلاً ومضموناً. والإعلام الجديد هو أيضاً بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق، والعمل على التخلص من المساوىء التي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد المتداولة. حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي، لكن يختلفان في شكل تداول الأخبار والمعلومات ، فالتكامل هو الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

أصبح الإعلام التقليدي يتحدث عن الكثير من القضايا التي يتم تناولها في الإعلام الجديد، والعكس صحيح، حيث أن الإعلام الجديد يعلق على الموضوعات المطروحة في الإعلام التقليدي، لذا يمكننا اعتبار أن الخط الفاصل بين الإعلام التقليدي والجديد أصبح خطأً واهياً.

- الإحالات والمراجع :

1. انشراح الشال،(2002)، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، دراسة الشبكات الإلكترونية، القاهرة، مصر: دار الفكر العربي، ص 186.
2. السيد بخت،(2000)، الصحافة والأنترنيت، القاهرة، مصر: العربي للنشر والتوزيع، ص 37.
3. حسين شفيق،(2007)، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، آرم، الأردن: برس للطباعة والنشر.
4. محمود علم الدين،(2008)، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، مصر: دار السحاب للنشر والتوزيع، ص 180-181.
5. عبد الأمير الفيصل،(23/22 نوفمبر 2005)، الصحافة الإلكترونية مقارنة أولية، مؤتمر صحافة الأنترنيت، الإمارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة: كلية الاتصال.
6. عبد الله الغامدي،(ماي 2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ندوة الإعلام الأمني الإلكتروني، جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية.
7. فيصل أبو عيشة،(2010)، الإعلام الإلكتروني، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. سميرة شيخاني،(2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، 26(1 و 2)، سورية، 442.