

# سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الاعلام التقليدية

## *The Power of new Media on Traditional Media*

(<sup>1</sup>) د. أحمد شريف بسام ، (<sup>2</sup>) د. حمدي وردة  
(<sup>3</sup>) جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة  
bessamcherif@gmail.com

### ملخص

كلما ظهر جديد في مجال الإعلام وتقنياته يطرح السؤال : ما هو تأثير الجديد على القديم، كالصحافة والمطبوعات والراديو والتلفزيون .. فقد تجدد هذا السؤال بقوة مع ظهور الانترنت ومن ثم وسائط الاتصال الجديدة، لقد نجحت الصحافة المطبوعة في نشر طبعات الكترونية واستفاد الراديو والتلفزيون من خصائص الشبكة يدعم التفاعلية ومع ظهور المدونات الصحفية، بادر الصحفيون التقليديون بإنشاء مدونات خاصة بهم كما استخدمت كنافذة للتوزيع والنشر، وفي ضوء انجذاب الجمهور إلى مواقع التواصل الاجتماعي، عملت وسائل الإعلام التقليدية بإطلاق مواقع لها على هذه الشبكات مما أثر في طريقة عمل الصحفيين التقليديين، وعليه فهناك علاقة متشابكة بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية، لذلك نسعى من خلال هذه الدراسة الوقوف الى مواطن الاتفاق والاختلاف بين هذه العلاقة.

**الكلمات الدالة:** وسائط الاتصال الجديدة، وسائل الإعلام التقليدية، مواقع التواصل الاجتماعي.

### Abstract

The new question arises in the area of media and its techniques : What is the impact of the new on the old, such as the press, radio and television ? This question was renewed with the advent of the Internet and then the new media. The Written Press succeeded in publishing electronic editions. The network supports the interactive and with the emergence of press codes, traditional journalists started to create their own blogs and used as a distribution and publishing window. In light of the public's attraction to social networking sites, the traditional media launched websites on these networks, The work of traditional journalists, and therefore there is a tangled relationship between the new media and traditional media, so we seek through this study to identify the areas of agreement and the difference between this relationship.

**Keywords:** .

## مقدمة

- التكامل بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية.

وتهدف الدراسة الى إبراز أهم سلطات وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الاعلام التقليدية، والتي نذكر منها: السلطة الاقتصادية، السلطة على المضمون الإعلامي والسلطة على الجمهور المستخدم، بالإضافة الى الاحاطة بجميع الآراء والتصورات من قبل الباحثين والكتاب حول العلاقة بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية.

## 1. وسائط الاتصال الجديدة والغاء وسائل الاعلام التقليدية

يحيل مفهوم وسائط الاتصال الجديدة بأنه ظاهرة متعددة الأبعاد، ولعل المعنى الأكثر ارتباطاً يتعلق ببعد الجودة والحدائق كمقابل لبعد القدم، إلى معنى الحركة من إعلام قديم old medea إلى ميديا جديدة new medea، أي من حالة إلى حالة أخرى تتجسد في حركة خطية للزمن يلغي فيها القديم للجديد، ويرى البعض هذه الاتجاه أن دلالات التحول هذه مرتبطة بسياق حضاري أضحى فيه التغيير سمة من سمات المجتمعات الحديثة، إذا هو يحيل أيضاً إلى التحول من الحدائق (Modernity) إلى ما بعد الحدائق (Post-modernity)، ومن المحلية إلى العولمة، ومن الطور الصناعي إلى الطور ما بعد الصناعي، في هذا السياق الحضاري تمثل وسائط الاتصال الجديدة رمزا لديناميكية الحركة الشاملة، ومن جهة أخرى يحمل المفهوم حمولة إيديولوجية تحيل إلى أفضلية الحديث على القديم، ويحيل مفهوم وسائط الاتصال الجديدة إلى البعد والذي سبق وأن تطرقنا إليه، الذي ينطلق من رؤية استشرافية تعني بأن عالماً جديداً لا مكان فيه للقديم، وتستمد هذه الرؤية لوسائط الاتصال الجديدة من الاعتقاد القاطع في التنبؤ بالمستقبل<sup>(1)</sup>، فمنذ أن ظهر التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي وسؤال التكامل أو التنافر بين الوسائل الاتصالية يعاد إحياءه من جديد. فعندما تم اكتشاف التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي كوسيلة إعلامية جديدة تعتمد على قوة الصورة والصوت والحركة قيل حينها إن هذا "العلاق الخجول" سيقضي على الراديو) المدياع(وإمبراطورية الصحافة المطبوعة، وطرح آنذاك العالم الكندي مارشال ماك لوهان، صاحب نظرية الحتمية التكنولوجية في الإعلام، مفاهيم اتصالية جديدة تبين العلاقة الوثيقة بين هذه الوسائل التي قد يحدث ظهور إحداها إرباكاً شديداً في نفوس المتلقين، لكن سرعان ما يتلاشى هذا الارتباك عندما يخرج المستخدم المتلقي(، من مرحلة الانبهار حتى يدخل في مرحلتي الثبوت والاستقرار، مفاهيم مثل الوسائل الباردة و الوسائل الساخنة هي التي توضح علاقة المتلقي بالوسائل التقليدية والوسائل الحديثة والمعاصرة، ومنها النماذج الجديدة لما أصبح يسمى: وسائط الاتصال الجديدة<sup>(2)</sup> (new medea).

وفي هذا الصدد يقدم الباحث داني شيتشر في كتابه: الإعلام يموت، ماذا يعني ذلك للديمقراطية، نظرة نقدية للمؤسسات

عرفت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تسارعاً مذهلاً في حركة الاتصالات وشيوع تطبيقات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري، وضعت أمام مستخدميها عدداً ضخماً يتنامى يومياً من مصادر الأخبار والمعلومات، المتحررة من قيود الزمان والمكان، ويؤكد الباحثون علي أن الإنترنت أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش، حيث وفرت ملاذاً لما أصبح يعرف بوسائل الإعلام الجديدة، كفضاء للفكر الجماعي أتاح مرونة لا مثيل لها في تبادل المعلومات، رافقته قراءة جديدة للزمان والمكان، كما أفرزت نمطاً اتصالياً جديداً، له سمات تختلف عن سمات القنوات الاتصالية التقليدية، فهو نمط الاتصال بالتقنيات الالكترونية، أو ما يسمى بالاتصال الوسطي، حيث يتسم بسمات كل من الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، وله وسائله الاتصالية الخاصة، فله من سمات الاتصال الشخصي قلة عدد المشاركين، وإمكانية السيطرة على الموقف، الاتصال والتفاعل الثنائي فكراً، وإمكانية إظهار رد الفعل فوراً، كما له من سمات الاتصال الجماهيري عدم تجانس المشاركين فيه، من حيث السمات، والبعد المكاني، وفورية الرسائل.

وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح لوسائط الاتصال الجديدة، بسبب حالته الديناميكية المتغيرة، والمتطورة بشكل مستمر، إلا أن الحقيقة المؤكدة أن كثيراً من الأشكال الإعلامية، والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعداداً متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد الإنترنت، التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية المختلفة القديمة، والمستحدثة في مكان واحد، وغيرت كثيراً من المفاهيم الإعلامية، التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين، كما أدت إلى تغير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى.

أما عن الاشكالية التي نحاول الاجابة عنها في ورقتنا البحثية هذه، هو العلاقة بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية، والسلطة الإعلامية التي تفرضها مواقع التواصل الاجتماعي عليها، ومن هذا المنطلق يطرح العديد من الباحثين والأكاديميين مجموعة من التساؤلات والاستفسارات حول علاقة وسائط الاتصال الجديدة بوسائل الاعلام التقليدية، لا مكان فيه للإعلام التقليدي في المستقبل، في حين يرى الطرف الآخر أن العلاقة بينهما هي علاقة تكامل وتواصل والمستفيد من تكاملها هو الجمهور والمستخدم.

ومن خلال الطرح السابق ذكره، نحاول الاجابة على تساؤلين رئيسيين وهما:

- وسائط الاتصال الجديدة وإلغاء وسائل الاعلام التقليدية.

النسخة الرقمية هي جزء واحد فقط، وليست حتى الخطوة الأكبر من خطوات عدة سيكون على الصحف اتخاذها حتى نجد مكانا الحقيقي في المستقبل، وواجهت إلبايس مشكلات ديون، عندما تراجعت عائدات الإعلانات في شكل حاد خلال الأزمة الاقتصادية، وشهد توزيعها تراجعاً مستمراً، وهبطت بنسبة 15% سنة 2015، ليصل إلى نحو 220 ألف نسخة سنة 2016، لكن موقعها على الإنترنت شهد في المقابل زيادة لمستخدمي النسخة الرقمية بلغت 15.3% سنة 2015، ووصل عدد المتصفحين إلى 13.5 مليون شخص شهرياً<sup>(8)</sup>، وقد بلغ عدد متابعي الصحيفة على شبكة الفيسبوك حوالي 2.146.473 متابع سنة 2016<sup>(9)</sup>.

وفي هذا الصدد يرى Robert G. Picard\*، إن القيمة الأساسية للعمل الصحفي هو قدرته على توزيع معرفة الآخرين وهو ما يفسر الآن مع ظهور المدونات والشبكات الاجتماعية، فقد مهني المعلومات احتكارها، و يمكن للجميع الآن الاتصال بالإنترنت لنشر النصوص والأصوات والصور، وبعضها تثبت ممتازة، ويضيف أيضا أنه يجب علينا الآن إعادة اختراع تماما الطريقة التي نتج ونشر المعلومات، فإما التكيف أو الموت، وقد أكد ذلك الصحفي والمسؤول عن المؤسسة الإعلامية News Croup، فليب ماير الذي يرى بأنه بحلول سنة 2040 ستختفي الصحف الورقية من الوجود<sup>(10)</sup>.

وعلى المستوى الاقتصادي، وتحديدًا سنة 2015، استثمرت أكثر من 38%، من الشركات الخاصة ما قيمته 20% من ميزانيتها للإعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثل هذه النسبة ما قيمته 8.5 مليار دولار<sup>(11)</sup>.

و كشف تقرير حديث صدر عن مؤسسة "رويترز" لدراسة الصحافة أن مواقع التواصل ك"فيسبوك" باتت المصدر الأول للأخبار بالنسبة للشباب، وأنها صارت تحول بين المؤسسات الكبرى وجني المال من الأخبار التي تنتجها، وأجرى المعهد دراسة شملت 26 بلداً خلصت إلى أن 50% من مستخدمي الإنترنت يحصلون على الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل كل شيء، في وقت قال عدد متزايد من المستخدمين إنها مصدرهم الرئيسي للأخبار، لتوزيع أخبارها، حذرت الدراسة من أن هذه الأخيرة صارت وجهة يحد ذاتها. وأشار التقرير في مقدمته إلى أن المؤسسات الصحافية في جميع أنحاء العالم تتعرض لاضطرابات غير مسبوقه في نماذج العمل وأشكاله مع الصعود المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي، والانتقال إلى الهواتف الذكية وتزايد الإعلانات على شبكة الإنترنت<sup>(12)</sup>.

ولا تكتفي وجهة النظر الأولى التي ترى بسطوة وسائط الاتصال الجديدة تحت السطوة التكنولوجية وفكرة ما بعد الحداثة، وتجاوز القديم للجديد، بل يتعداه إلى مساحات صراع أخرى تتعلق بالضمون والأداء والتأثير من طرف هذه الوسائط على المستخدمين.

فما من شك في وسائط الاتصال الجديدة قد فرضت واقعا

الإعلامية في الولايات المتحدة، ووسائل الإعلام الجديدة التي تحاول أن تحل مكانها، رابطا تلك العلاقة بسياق الممارسة الديمقراطية في الولايات المتحدة الأمريكية. ويقدم الكتاب الأعراض المرضية التي بدأت تصيب وسائل الإعلام التقليدية، والتي يمكن حصرها في تدهور نسب توزيع الصحف الكبرى، انخفاض نسبة مشاهدي القنوات التلفزيونية العريضة، الفضائح المتتالية، فقدان الصحافة لمصادقيتها، تمركز مصادر الأخبار في يد مجموعة صغيرة من الشركات الكبرى، وهيمنة ظاهرة الأخبار الموجهة حزبية أو اقتصادية كانت وغير ذلك من الأعراض ومن أبلغ الإحصاءات التي يذكرها الكتاب أن 70% من العاملين في بوسائل الإعلام غير راضين عن حال الإعلام الأمريكي<sup>(3)</sup>.

ويرجع الكثيرون أن تاريخ 26 مارس 2016، يوم مفصلي في تاريخ الصحافة البريطانية والصحافة العالمية، فقد كان مثل هذا التاريخ إصدار آخر نسخة ورقية لجريدة الإندبندنت Independent\*، والنسخة الأسبوعية إندبندنت أون صانداي، وتحولهما إلى النسخة الإلكترونية، وجاء هذا التحول نتيجة انخفاض في المبيعات فقد وصلت نسبت مبيعات في 2015 حوالي 58 ألف نسخة، في حين وصلت نسبة مبيعاتها حوالي 97 ألف نسخة عام 1990، وجاء في بيان الشركة المالكة للصحيفة لإعلان التحول إلى النسخة الإلكترونية ما يلي: "في الوقت الذي تحظى فيه صحيفتنا بالقراءة والاحترام لدى المزيد من الأشخاص، فإننا نتبنى مستقبلا رقميا فقط، لقد واجهنا خيارين، إما أن نواجه التراجع المستمر للنسخة الورقية أو تحويل إلى مؤسسة التي قمنا بإنشائها إلى مستقبل مستديم ومدد للنع، وأضاف باختيارنا الثاني فإننا سنخلق 25 دورا جديدا للمحتوى، وسنطلق تطبيقا للهواتف الجوالة ونعزز الموقع الإلكتروني...، وتعد صحيفة الإندبندنت من أهم الصحف في العالم وعدد متابعيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعد بالملايين، كما أن موقعها الإلكتروني هو أكثر المواقع الإخبارية نموا في بريطانيا من حيث عدد القراء بنحو 802 ألف يزور الموقع يوميا، مما جعلها تتفوق على صحيفة الغارديان العريضة (4)، وقد بلغ عدد متابعي الصحيفة على شبكة الفيسبوك حوالي 4.112.714 متابع سنة 2016<sup>(5)</sup>.

وتأتي هذه الخطوة من الإندبندنت بعدما استنفدت جميع الطرق للحفاظ على نسبة مبيعات معقولة في ظل تنامي الإقبال على التكنولوجيا غير أن كل المحاولات باءت للفشل لتستسلم لأمر الواقع<sup>(6)</sup>.

وبالنسبة إلى مارتن لانجيفلد، "ليست الصحف بحاجة إلى مطبوعات يومية بل بالأحرى إلى علامة يمكن الوثوق بها<sup>(7)</sup>.

وفي إسبانيا تتجه أكثر صحيفته إلبايس El País\* توزيعا في البلاد إلى وقف النسخة الورقية، والتحول نحو النسخة الإلكترونية وقد صرح رئيس تحرير إلبايس: أنطونيو كانو في رسالته وجهها إلى الموظفين: خطوة التحول من الورق إلى

ويعترف كبار الإعلاميين في العالم بالتغيير الذي أحدثته وسائط الاتصال الجديدة عي طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، فقد ذكر أوكارنر وشيستر مؤسس الشركة الإعلامية Globalvision، أنه لسنوات عقود كان الصحفيون هم الذين يملون ما ينشر على الجمهور من موضوعات وقضايا، ولكن مع الاتجاهات الجديدة لم يعد هذا المفهوم سائداً، فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دوراً جديداً ليقول كلمته ويفصح عن رأيه، وبذلك انتقلت القوة الإعلامية إلى أياد جديدة، هي أيادي المواطنين الذي يمتلكون قدرة الاتصال عبر الانترنت<sup>(17)</sup>.

كما أن وسائط الاتصال الجديدة أصبحت قادرة على إلغاء فكرة التجمعات البشرية المستعملة وحولها إلى تجمعات متظاهرة إلكترونيا جاهزة للتحرك، حيث نجحت في إيصال الرسالة والهدف إلى الأفراد في مواقعهم قبل عملية الوصول إلى فكرة التحرك والتجمع الفسيولوجي، فالوجود الافتراضي للأفراد على مواقع وسائط الاتصال الجديدة جعلهم أكثر تواصلًا من أجل بناء خبرة إعلامية تعتمد تجاربهم الشخصية أولاً قبل مكوناتهم المعرفية، وهذا ما سوف يؤهلهم أي جيل الفطرة الإلكترونية للمنافسة المجتمعية وتقديم عمل إعلامي ذي طعم فكري مختلف للمجتمع<sup>(18)</sup>.

ولعل من أهم مظاهر تفوق وسائط الاتصال الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي حيث تشارك هذه الوسائط في وضع الأجندة: فهذه الوسائط أحياناً تشارك في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجساً للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها<sup>(19)</sup>.

## 2. التكامل بين وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية

تري الأكاديمية رحيمة عيساني بأنه من الرغم بوجود مساحات الصراع والمنافسة بين وسائط الاتصال الجديدة والإعلام التقليدي المذكورة سابقاً، فهي تدل بشكل واضح على حجم التحديات والصعوبات التي تقف في وجه وسائل الإعلام التقليدية لأن تستمر في النفاذ والاستحواذ على الجماهير، إلا أن الحقيقة المقابلة وهي المساحات الشاسعة الأخرى التي تتكامل فيها الميديا الجديدة مع الإعلام التقليدي، والتي تفرض علينا ومن باب الإنصاف الفكري والواقعي أن نقف لنستعرض هذه المظاهر كما تبرزها الأيدي البيضاء لتكنولوجيا الإعلام الجديد على مختلف وسائل الإعلام التقليدية<sup>(20)</sup>.

ويمكن أن تكون الميديا الجديدة أن تتجلى كإعادة صياغة لشيء موجود وبهذا المعنى، وعليه كيف يمكن توصيف الجديد في الإعلام الجديد؟، إذا يمكن أن يكون الجديد مزيجاً من الإعلام التقليدي يتحول في سياق جديد "an old medea in a new times". ومن هذا المنطلق فإن الإعلام الكلاسيكي يعيد تشكيل ذاته استجابة إلى تحديات وسائط الاتصال الجديدة، فلا يظهر الإعلام

إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية، والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية، والمحتوى الإعلامية، بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع؛ بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، في الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق، فوسائط الاتصال قد أتاحت فرصاً لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو في استخدامها، وقد انعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات، يقول A. Brody Douglas بينما يستمر التلفزيون بدوره كناظرة على العالم، فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت<sup>(13)</sup>، وبالتالي من الصعب على الإعلام التقليدي الانفراد بنشر الخبر وتحقيق السبق فيه، هكذا دخلت وسائل الإعلام التقليدي في مأزق البقاء والاستمرارية، هذا ما أدى إلى تراجع دور الإعلام التقليدي وبالفعل لم يعد اليوم المصدر الوحيد للمعلومات<sup>(14)</sup>.

يرى العديد من الكتاب والإعلاميين تراجع مصداقية الإعلام التقليدي، فحسب الكاتب Muzet. D صاحب كتاب Le mal info، فإن وسائل الإعلام التقليدي تفتقد للمصداقية والموضوعية، بالمقابل فإن الصحافة الجديدة أو المدونات الإلكترونية تعد من الوسائل ذات المصداقية التي تقابل الإعلام التقليدي بالتحيز، هذا الأخير يقول عنه الكاتب Annie Gentes بأنه من المتهمين بزعم الديمقراطية، خاصة مع الاحتكارات المشبوهة مع الجماعات الضاغطة والسياسيين، مثل ما حدث مع رئيس الوزراء الإيطالي السابق الذي يمتلك أكبر المؤسسات الإعلامية في إيطاليا وأوروبا، التي سمحت له وساعده في فوزه عدة مرات في الانتخابات، ولهذا يرى الكاتب Paul Virilio، عن ما يسمى بالانقلاب الإعلامي، ومنتقداً للإعلام لافتقاده الحيادية والاستقلالية في محتواه<sup>(15)</sup>، ففي كتاب أسطورة حرية الصحافة، الذي كتب مقدمته الروائي الأمريكي الشهير Gore Vidal يشرح من خلالها حركة الميديا الأمريكية من خلال تغطيتها للأحداث التي وقعت عقب أحداث 11 سبتمبر 2001، حيث أغرقت وسائل الإعلام/ أو بالأحرى غرقت في مستنقع الأكاذيب وأنصاف الحقائق التي وظفت في خدمة السياسة التي رسمها مسؤولي البيت الأبيض، أمة خيرة، ديمقراطية، محبة للسلام، تتعرض لهجوم من الإرهابيين، الذين يكرهون أمريكا لما تتمتع به من حرية ورخاء<sup>(16)</sup>.

إن وسائل الإعلام التقليدية ستتغير بعمق إلى الدرجة التي يحصل فيها الصحفي المهني على جميع معلوماته وأخباره من المدونات التي يثق فيها، ليصل الحديث إلى حد التنبؤ بموت الصحافة الورقية، وهذا ما علق عليه الأكاديمي نصر الدين العياضي على خطاب تأبين الصحافة الورقية بأنه يتناغم مع خطاب النهايات الذي ميز فكر المعاصر بدءاً من نهاية التاريخ والإيديولوجيات والفلسفة... إلخ.

موقعها الإلكتروني سنة 2011، بقيمة اشتراك شهري 15 دولار، كما اتبعت صحيفة Financial Times النهج نفسه، ومقرها في بريطانيا، حيث تبدأ رسوم الاشتراك التي تقدمها الصحيفة من 96.19 دولار في الشهر. وقال روب غريمشو، المدير التنفيذي للموقع الإلكتروني لصحيفة «فاينانشيال تايمز»، إن عدد مشترك الموقع الإلكتروني وصل إلى 210 آلاف، أي أكثر من نصف عدد مشترك النسخة الورقية من الصحيفة الذي يبلغ 400 ألف<sup>(25)</sup>.

وفي ظل تفوق وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدي في سرعة التقاط الخبر، سواء عن طريق صحفيين أو مصورين أو بعد ظهور فئة جديدة جرى تسميتها بـ«المواطن الصحفي»، لجأت القنوات التليفزيونية، لا سيما ذات الطابع الإخباري منها، إلى بث بعض المواد الإعلامية المنشورة على صفحات التواصل الاجتماعي، وموقع «يوتيوب»، فكان الاعتماد في هذه الحالة على تصوير المواطنين للأحداث الميدانية، وبثها على وسائل التواصل الاجتماعي أو إرسالها عبر الإيميل و لبعض القنوات الإخبارية، حيث تحول المواطن العادي من مجرد متلقي للأخبار إلى مشارك في توثيق الأحداث بالصوت والصورة عبر كاميرات الهواتف النقالة<sup>(26)</sup>، ومن أبرز تلك الأمثلة نذكر ما يلي:

اتجاه هذه القنوات إلى الاندماج مع بعض منصات وسائط الاتصال الجديدة، ليس فقط على مستوى البث فقط، بل على مستوى الإنتاج أيضاً، في مقاربة جمهور القنوات التليفزيونية الكلاسيكية ومستخدمي الانترنت، ففي هذا الصدد نستحضر تجربة القناة التليفزيونية art، ومؤسسة My space، عبر برنامج Twenty Show، يقوم هذا البرنامج أربعة ممثلين يتراوح سنهم بين 20 و30 عام، بمساعدة مخرجين بتمثيل حياتهم اليومية، لتأخذ صيغة المذكرات في شريط فيديو، وتبث في حلقات على موقع My Space، حيث تستغرق كل حلقة 03 دقائق، وقد أثار بث كل حلقة على الموقع ردات فعل مستخدمي الانترنت، وحفزتهم على التعليق عليها تلقائياً، فقامت القناة بجمع الحلقات في طبعة تليفزيونية<sup>(27)</sup>.

وتقوم العديد من المؤسسات الاعلامية بتوظيف بعض من وسائط الاتصال الجديدة، ضمن مضامينها الإعلامية، حتى تصل الى أكبر عدد من المتلقين، على غرار قناة الجزيرة من خلال برنامج نشرتك، وبرنامج بي بي سي ترنديغ، وهي برامج تفاعلية تتناول الأخبار و القصص الأكثر شيوعاً على وسائل التواصل الاجتماعي وتناقشها بعمق محللة أبعادها.

كما تستضيف هذه البرامج خبراء ومدونين وأشخاصاً كانوا وراء الأخبار الأكثر انتشاراً، وتسعى أيضاً الى التقريب بين النشرات الاخبارية التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي بطريقة مبتكرة ومن خلال أحدث الوسائل التكنولوجية للوصول الى قطاعات عريضة من المستخدمين لهذه الوسائط.

الجديد في عالم بلا تجربة تاريخية متراكمة، فهو حالة اتصال بالإعلام القديم، إذن فالإعلام الجديدة لا تولد من فراغ، إذ لا يمكن للإعلام أن يستثمر الإمكانيات إذا كان منقطعاً عن إرث التجارب التي تتيحها وسائط الإعلام القديمة، كما أن فهمنا لوسائط الاتصال الجديدة يتشكل من نظرتنا للإعلام الكلاسيكي، إذ نحن ننظر إلى الوسائط الإعلامية الجديدة من المرآة التي تعكس لنا تاريخ الإعلام كما دعا له من قبل مارشال ماك لوهان<sup>(21)</sup>.

وفي هذا الصدد يصف الباحث سامي زهران علاقة وسائط الاتصال الجديدة بالإعلام التقليدي، حيث يقول بأنه هناك مواجهة تثار بين أنصار الطرفين، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي يرفضون بشدة وسائط الاتصال الجديدة وبعض المتحمسين لها، يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً، وقد أكد أن العلاقة بين الإعلاميين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء، وأضاف بأن كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومستخدموه ومعجبوه<sup>(22)</sup>.

وإذا نظرنا إلى الأمر على المدى البعيد، لوجدنا أن المردودية الاقتصادية لوسائط الاتصال الجديدة لن تتأخر في الظهور، ومرد ذلك أن جماهير الانترنت تزداد يوماً أو بعض يوم، وهو ما ينعكس على العائدات الإعلانية، فبعض المواقع الإعلامية استطاعت باعتماد استراتيجيات تجديدية، أن تذهب في اقتناص الجماهير، فصحيفة The Guardian البريطانية مثلاً، استطاعت أن تجذب ما يقارب 29.8 مليون مستخدم انترنت خلال شهر جانفي 2009، وهو ما يتجاوز بكثير توزيعها الورقي<sup>(23)</sup>.

وهناك أمثلة كثيرة على استغلال وسائل الإعلام التقليدية لمنصات وسائط الاتصال الجديدة ليس من اجل الاستمرارية فقط بل من اجل جلب الأرباح أيضاً، ففي أكتوبر 2014 وصلت العضوية الإلكترونية في صحيفة التايمز 291 ألف، أما بالنسبة للصاندي تايمز الأسبوعية، فقد وصلت العضوية الإلكترونية فيها إلى 338 ألف، وهذا ما يعادل 54 %، و 35 % من مجموع المبيعات الكلي للصحيفتين، وعليه يؤكد رئيس تحرير Times، تعليقا على هذه الأرقام التي وصفها المؤسسة بالرائعة خلال سنة الماضية، إن التايمز قدمت مستوى عالي من الخدمات الصحافية بأسعار معقولة ولهذا فإن القراء من جميع الأعمار مازالوا يقبلون على شراء صحيفتنا، وفي نفس السياق تحدث جيمس هاردينغ محرر سابق بالصحيفة: فرض الرسوم قد يكون مخاطرة، لكنه أقل خطورة من عرض الصحافة مجاناً من دون مقابل، وتقدر قيمة الاشتراك الأسبوعي في الصحيفة الواحدة 02 جنيه إسترليني<sup>(24)</sup>، ولقد سبقهم في ذلك جريدة New York Times الأمريكية، حيث فرضت رسوماً على زوار

## خاتمة

وتكتفي بالنسخة الإلكترونية، <http://news.traidnt.net>، تاريخ الدخول: 2016/04/04.

7. توماس اوربان: التخلي عن المطبوعات اليومية حل قد يسمح للصحف الورقية بالصمود، <http://www.france24.com/ar>، تاريخ الدخول: 2016/02/17.

8. أكبر صحيفة في إسبانيا ستودع الورق، جريدة الحياة اللندنية،

<http://www.alhayat.com/Articles/14325346>، تاريخ الدخول: 2016/04/04.

9. الصفحة الرسمية لصحيفة إلبايس على شبكة الفيسبوك 2016.

10. Héloïse Lhérété: Internet tuera-t-il la presse ? Sciences humaines, N. 17. France. 2010.

11. جمال الزرن: الإعلام الجديد والتقليدي في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكات، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2015، ص: 27.

12. العربي الجديد: "رويترز": اضطرابات مقبلة ستعصف بالمؤسسات الإعلامية، <https://www.alaraby.co.uk/medianews/2016/6/18>، تاريخ الدخول: 2018/02/10.

13. رحيمية عيساني: الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 20، العراق، 2013، ص: 55.

\* Robert G. Picard: أكاديمي وباحث متخصص في الاقتصاد سائل الإعلام والسياسة و تحديات الأعمال التي تواجه الإعلام في العصر الرقمي، ومنسب إلى معهد رويترز في جامعة أكسفورد. وهو يعمل بانتظام مع وسائل الإعلام الشركات والجمعيات وسائل الإعلام، والحكومات في جميع أنحاء العالم لتحسين الأداء والاستجابة ل التحديات في البيئة الإعلامية.

14. جلال الدين الشيخ زيادة: العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة على الملتقى الدولي: مؤتمر التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 10.

15. إبراهيم بعزیز: مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 201، ص: 157.

16. ياس خضير ألبياتي: يورانيوم الإعلام: حروب العصر بالتقنيات الرقمية، احتلال العراق نموذجاً، المكتب المصري للمطبوعات، مصر، 2006، ص: 203.

17. ميرفت محمد عوف: المواطن الصحفي وحرية التعبير في فلسطين، غزة نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، 2015، ص: 25.24.

18. علي الخشيبان: جيل الفطرة الإلكترونية، جريدة الرياض، العدد: 16044، المملكة العربية السعودية، 2012.

19. فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، 2010، ص: 186.

20. رحيمية عيساني: مرجع سبق ذكره، ص: 58.59.

21. الصادق حمامي: الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي، بين الاتصال والانفصال، التلفزيون العمومي نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، مصر، 2009، ص: 03.

22. عبد الله قبان الغامدي: التوافق والتناقص بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة مقدمة إلى ملتقى الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2012، ص: 12.

23. رابع الصادق: إعلام المواطن بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد: 06، المملكة العربية السعودية، 2010، ذكره، ص: 235.

24. جرائد روبرت ميردوخ البريطانية تسجل أرباحاً بـ 28 مليون دولار، جريدة الشرق الأوسط، العدد: 13159، بريطانيا، 2014.

25. جبريمي بيترز: نيويورك تايمز ترفض رسوماً على متصفح موقعها الإلكتروني، جريدة الشرق الأوسط، العدد: 1804، بريطانيا، 2011.

26. رانيا مكرم، صبحي عسيلة: تلفزة الانترنت، تداعيات اعتماد الإعلام التقليدي على مواقع التواصل الاجتماعي، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، مصر، 2014.

27. نصر الدين العياضي: التلفزيون: ما يخفيه التطور التكنولوجي، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 03، تونس، 2011، ص: 30.

الشاهد اليوم أن الفضاء الاعلامي يشهد ملامح تغييرات وتحولات كبرى، يكشفها ميلاد أشكال وصيغ اعلامية واتصالية جديدة لم يعهدها الفضاء في نمطه التقليدي، القائم على نظام عمودي مرسل ومستقبل، فنحن اليوم نعيش مشهداً جديداً، هو امتلاك الجمهور لوسائل النشر والخطاب، فمكانة المتلقي اليوم تغيرت في هذه البيئة الإعلامية الجديدة، بفضل الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعي، فالمؤسسات الاعلامية التقليدية على اختلاف انواعها ومكانتها واسمها و جغرافيتها تعيش حالة من القلق، نتيجة الأثر الكبير لهذه المواقع على العمل الإعلامي، الذي تغير جذرياً، فاتحا الباب أمام كيانات أخرى تخوض غمار العمل الإعلامي، من دون تبعات مالية وقانونية واقتصادية، وان يصرح الرئيس الأمريكي دونالد ترامب ويقول: لولا موقع تويتر لما كنت رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية، إنما هو خطاب ينم عن قيمة وأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المتلقين، وبأن هذه المواقع أصبحت البيئة الخبرية الأولى للملايين من المستخدمين، في المقابل تبقى وسائل الاعلام التقليدية ركنا مهما في العمل الإعلامي مهما بلغت سطوة وسلطة وسائط الاتصال الجديدة، ولا يمكن إلغاؤها، بالرغم من ان العديد من المؤسسات الاعلامية اختفت، وهناك من تكيف مع هذا الوضع وأصبح له وجود الكتروني فقط، في حيز ضيق، بعدما كانت خلفها عشرات المقرات، ومئات المراسلين عبر العالم، ان الواقع اليوم يؤكد ويشير بأنه هناك سلطة إعلامية ومالية وثقافية واجتماعية على العمل الإعلامي، بتكاليف بسيطة، وعلى المؤسسات الإعلامية التقليدية التكيف مع هذا الوضع بما يضمن بقاءها ووجودها، وهذا ما نجده مع مختلف هذه المؤسسات، حيث ربطت نفسها مع مواقع التواصل الاجتماعي لتصل في الأخير الى الجمهور المستخدم.

## الهوامش

1. الصادق حمامي: الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي، بين الاتصال والانفصال، التلفزيون العمومي نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، مصر، 2009، ص: 02.

2. صالح نصير بوعلي: استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، مجلة رؤى استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، العدد: 07، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص: 10.

3. جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 17، العراق، 2012، ص: 25.

\* الإندبندت: يومية بريطانية، وأصدرت الصحيفة أول نسخها في 1986/10/07، فهي واحدة من أحدث الصحف التي دخلت عالم الإعلام في بريطانيا، وهي مملوكة اليوم لرجل الأعمال الروسي ألكسندر لبيديف منذ عام 2010، وتعتبر الصحيفة من أشهر وأرقى الصحف في بريطانيا والعالم، حيث يكتب لها الصحفي الشهير روبرت فيسك مراسل الصحيفة في سوريا ولبنان ومنطقة الشرق الأوسط، وهو صاحب كتاب: الحرب من أجل الحضارة، السيطرة على الشرق الأوسط.

4. أحمد عبد المطلب: الإندبندت توزع نسختها الإلكترونية بعد أسابيع، جريدة الشرق الأوسط، العدد: 13590، بريطانيا، 2016.

5. الصفحة الرسمية لجريدة الإندبندت على شبكة الفيسبوك 2016.

6. حمزة القبلي: صحيفة الإندبندت تتخلى عن نسختها الورقية