

ورقة بحثية

مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)

بعنوان

التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني

إعداد

قينان عبد الله الغامدي

رئيس تحرير (صحيفة الشرق)

مايو 2012

خطة الورقة البحثية

مقدمة :

يشهد العالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال ، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام بشكل عام، والذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة ، كالنصوص والصور والأصوات والبيانات والرسومات والفيديو ؛ هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، ودفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال. وكان في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أشكال الإعلام الإلكتروني، والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة وتحدد نمط وشكل مشاركته الاجتماعية والسياسية والثقافية.

ومثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني في توقيتات متزامنة "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. كما أعطى قنوات للتعاطي المباشر والحي والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر نظريات النظريات الاتصالية المعروفة ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية ، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال⁽¹⁾.

فتأثير وسائل الإعلام الإلكتروني ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق ، إذا قطعت أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً ، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وخلقت الأهم بتوفير التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة، لتجد وسائل الإعلام التقليدية نفسها مجبرة على استنشاق نسيم الحداثة ومواكبة التطور المتلاحق في وسائل الإعلام الإلكترونية حتى لا تصبح جزءاً من الماضي. وقد أكدت الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية على قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح الدول، كما أنه قرع جرس الإنذار محذراً الإعلام التقليدي من الخطر المقبل، لأنه ببساطة يوجه دعوة مفتوحة للانحياز إلى "الكيبوردي" بدلاً من الورق، خصوصاً أن المؤشرات الإحصائية كلها تشير إلى استمرار هذا النوع من الإعلام الجديد القائم على تكنولوجيا الانترنت والهاتف المحمول.

(1) خالد وليد محمود ، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، دار مدارك للنشر ، بيروت ، 2011 ، ص 14-15.

في المقابل لا يخفى على أحد أن الإعلام التقليدي ينطوي على تراتبية وينتظم بصورة بيروقراطية صارمة، كما أن الخبر والمعلومة يخضعان للطابع المميز للمؤسسة الإعلامية، وكل قارئ ومشاهد يتوقع نمطاً من المواد، بينما يستبعد نمطاً معيناً من المواد، يجعله أكثر مهنية في استقاء الأخبار وطرح الأخبار والموضوعات، كما أن لكل مؤسسة إعلامية أيديولوجيتها الخاصة التي تمثلها بشكل مباشر أو غير مباشر، وأغلب المؤسسات تقدم نفسها على أنها مؤسسة محايدة، إلا أننا يجب أن نكون حذرين من ادعاء الحياد، فالمؤسسة بناء واع على أصول وأسس محددة أي أن ثمة أسساً أخرى مستبعدة.

إن صدور المعلومات والتقارير والأخبار من مؤسسة ما خاضع لمقاييس ومعايير محددة، وسياسة البوابة، تجعل الأفكار محصورة وواضحة وغير مشتتة، والأهم من ذلك أنها أفكار ترمي إلى غاية وهدف محدد، وتبنى عليها سياسة التحرير في المؤسسة الإعلامية، مما يجعلها أكثر نظاماً وتأثيراً من حيث المحتوى⁽¹⁾.

أما الإعلام الإلكتروني فإننا ندخل إلى فضاء مختلف وعالم جديد، يكاد أن يتناقض، ربما ظاهرياً مع الإعلام التقليدي، فهو غير خاضع إلى أي بيروقراطية وتراتبية أو أسس أيديولوجية، فهو مفتوح لكل توجه ومشاع لكل الناس، فالمعلومات والأخبار والتقارير وطريقة انتاجها وتصديرها لم تعد حكراً على مؤسسة ما، وهذا ما يجعل النواتج التي تتمخض عن هذه النشاطات الإلكترونية متباينة ومتضاربة أحياناً، وفي كثير من الأحيان مشتتة، ورغم أن هذا النتاج الفوضوي قد يدفع المستخدمين والقراء إلى عدم الثقة فيها، إلا أن التقارير تشير أن أغلب الناس تستقي المعلومات والأخبار من المواقع الإلكترونية ومن شبكة الانترنت بشكل عام، وهذه مفارقة عجيبة.

وهذا يدفعنا للتساؤل التالي هل الناس بالفعل يبحثون عن المعلومات الموثوقة والآراء المحايدة؟ وهل اضطراب وتنوع النواتج المعلوماتية دليل على عدم الموضوعية والثقة؟ فالمعلومات الصادرة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية منسجمة وغير مشتتة، بالمقابل الإعلام الإلكتروني الذي ليس له مصدر محدد ومكان معلوم وفضاء واسع قد لا ينص على الحقيقة المطلوبة! ولكن مع ذلك يتوجه الناس للإعلام الإلكتروني.

من هذا المنطلق اجتاحت العالم العربي موجة من التساؤلات، حول حقيقة الدور الذي يلعبه الإعلام الإلكتروني، حيث استخدمت وسائل رقمية متحررة من الأنساق الفكرية والأيديولوجية النمطية، وبات من الضروري إبراز إشكاليات هذا الدور الجديد ومدى تأثيره وتوافقه وتنافره مع دور الإعلام التقليدي.

(1) شايع بن هزال الوقيان، الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مقالة الكترونية، صحيفة عكاظ، العدد 3409، 17 أكتوبر 2010،

هدف الورقة البحثية :

يتجه الإعلام الإلكتروني ووسائله من قنوات التواصل الاجتماعي في الثقافة العربية الجديدة إلى لعب دور يتمحور حول البحث عن الحقوق والواجبات والحريات الفردية ، والمشاركة في صنع القرار ، والبحث عن خيار أفضل يقدم لهم ما يطلبون بدون مزایدات، وبدون حسابات معقدة، ولكن إذا اتفقنا على أن الإعلام بشقيه التقليدي والإلكتروني ، هو في خاتمة المطاف لا يقدم حقائق موضوعية ، بل معلومات وآراء وأخبار خاضعة للمزاج والرأي والطابع الشخصي، وهذا ليس حكماً تقييماً، فإن الفرق بينهما سيكون حتماً شكلياً بحتاً.

فالأصوات المحدودة التي تصنع الخبر أصبحت متعددة ومتنوعة ومتضاربة بصورة جعلتنا لا نعود نسمع شيئاً واضحاً ، ولكن يختلف تأثيره قطعاً في الفضاء الإلكتروني من حيث الانتشار والتأثير. وأصبح الإعلام الإلكتروني هو الفاعل والمؤثر الأقوى على مستوى العلاقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والإنسانية بوجه عام.

ورغم هذه المقارنات العديدة ، إلا أنه ربما يكون صعباً إمكانية التفريق بين الإعلام التقليدي كالصحافة والإذاعة والتلفزيون من جهة ، والإعلام 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.

من هذا المنطلق يهدف هذا البحث إلى دراسة نظرية لنقاط التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، وتحليل خصائص كل منهما، من مميزات وعيوب ، وكذلك استقصاء آراء بعض الخبراء والكتاب الذين أتاحت لهم التجربة والخبرة التعامل مع كلا من الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.

تساؤلات الورقة البحثية :

تحاول هذه الدراسة التعرض لسؤال رئيس يتفرع منه عدة أسئلة لطرح الجوانب المختلفة لموضوع الدراسة

- س ما نقاط التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني ؟
- ما محددات تعريف الإعلام التقليدي ، والإعلام الإلكتروني ؟
- ما أشكال الإعلام التقليدي ، وما أشكال الإعلام الإلكتروني ؟
- ما نقاط التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي ، والإعلام الإلكتروني ؟
- ما أهم آراء الكتاب والإعلاميين في الإعلام التقليدي ، والإعلام الإلكتروني ؟

أهمية الورقة البحثية :

تتبع أهمية هذه الورقة من أهمية موضوعها الذي طرح جدالا واسعا بين جميع الأوساط الإعلامية والسياسية والثقافية بل وعلى المستوى الشعبي حول أهمية الدور المتنامي للإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي، والتعرف على أهم مميزات هذا الدور ، والتعرف على جوانب ونقاط القوة والضعف في الإعلام الإلكتروني، وكذلك استشراف مستقبل الإعلام التقليدي ومدى استجابته لهذه المدخلات، ومواكبة التطور المتلاحق لوسائل الإعلام غير التقليدية، ومحاولة إيجاد المساحة المشتركة بينهما لتطوير العمل الإعلامي بشكل عام سواء في الإعلام التقليدي أو الإعلام الإلكتروني.

من هذا المنطلق تكتسب هذه الورقة أهميتها من عدة نقاط :

- 1- إن المشهد الإعلامي بشكل عام يفرض على الدول العربية تفكيراً معمقاً بخصوصياته، وعولمته، وآفاقه ، مما يتطلب التعرف على أهمية الدور الإعلامي، وتأثيره على حرية التعبير وتداول المعلومات.
 - 2- ثورة الإعلام الاجتماعي وقنواته بدت أكثر تأثيراً من الإعلام التقليدي، سواء الصحافة الورقية، والإذاعة والتلفزيون ...إلخ. وهي أساس التواصل المجتمعي ، وتبادل المعلومات.
 - 3- البحث في خصائص كل وسيلة لاستخلاص النتائج ووضع تصورات مستقبلية للتعامل مع الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها.
 - 4- محاولة بحثية فيما يتعلق بالإعلام الإلكتروني وتناوله بالبحث والتحليل والاستقصاء النظري لمحاولة رسم صورة مصغرة تدفع نحو تناول هذا الموضوع بالبحث والتحليل العميق.
- وبناء على ما سبق يتم تقسيم هذه الورقة إلى ثلاثة أقسام بالإضافة إلى الخاتمة ومراجع البحث.

القسم الأول : تعريف الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني وأهم أشكاله.

القسم الثاني : نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.

القسم الثالث : آراء الخبراء والكتاب في الفرق بين الإعلام التقليدي ، والإعلام الإلكتروني.

الخاتمة والمراجع

تعريف الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني

مفهوم مصطلح الإعلام

إن كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار - معلومات - أفكار - آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه. كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة للناس، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.

الإعلام لغة :

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلتك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

تعريف الإعلام التقليدي

هو التعريف 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، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

ولكن "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه." وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر

الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون. وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحتط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية؛ لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالنشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال.

وبناء عليه يكون تعريف الإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها. ومهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام، إلا أننا نتفق على أنها " الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن ، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأنباء عن مختلفة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية ، إشباعا لرغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر". وبشكل آخر "الإعلام هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة". وتعتمد النظرية الإعلامية سواء بشكلها التقليدي أو الإلكتروني أو الحديث أو الإعلام الجديد كما يطلق عليها بعض الباحثين على نظرية الاتصال المعروفة منذ العالم أرسطو حتى الآن وهي عناصر الاتصال. وتعتمد جميع الوسائل الإعلامية على نظرية الاتصال المعروفة:

مرسل ← رسالة ← وسيلة اتصال ← مستقبل ← رجع الصدى (استجابة)

تعريف الإعلام الإلكتروني:

يقال أن "لكل عصر وسيلة إعلامه وتواصله" ، وبهذه المقولة يمكن أن نعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي على الانترنت وتقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها. فطبيعة شبكة الأنترنت التي تتميز بالآنية وبالسرعة في نقل المعلومات ، تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل ، أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو أي اختصاص

في البرمجة المعلوماتية ، إذ يتطلب يكفي أن نتصل عبر الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول لخوض محتوى الأنترنت.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر ، وتتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة ، بطريقة إلكترونية.

والإعلام الجديد (NEW MEDIA) أو الإعلام الرقمي، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالأنترنت.

وظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة ، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام ، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية ، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة New media ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية Digital والشبكية (Internet) والتفاعلية (Interactive) وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)⁽¹⁾

ويرى ليستر أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية ، فإن ذلك سيمنحه "منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر وعلاقة أكثر استقلالاً مع مصادر المعرفة ، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي ، وخيار أكبر للمستخدم. وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الأنترنت مباشرة ، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلاً لمعرفة تأثير الأنترنت على البنية الأساسية للمجتمع⁽²⁾.

وقدم عدد من العلماء تعريفات عديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة ، حيث فرضت هذه التقنيات إمكانية قيام أي فرد يمتلك جهاز كمبيوتر أن يكون لديه الفرصة للولوج إلى الأنترنت والحصول على الخدمات التي

(1) Terry Flew. New media : an introduction (London : Oxford University Press , 2008) PP. 9-28.

وللمزيد عن وسائل الإعلام الجديدة أنظر الموقع الإلكتروني لمعهد الميديا الجديدة بجامعة كولومبيا العريقة

New Media Institute (NMI) : <http://www.newmedia.org/>

Lister, M. Dovey, S. Grant and Kelly K. 2003 New media : A critical introduction, Routledge (2)

توفرها ، بل وتشكيل البيئة المحيطة ونشره أفكاره ومعتقداته عبر امتداد البسيطة ، وكذلك سمة التفاعلية ، والتي تساهم في إثراء المشاركة وتوسيع نطاقها وجذب انتباه المجتمع حول محتواها⁽¹⁾.

أما جمال غيطاس فيرى أن الانترنت ذلك الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف الذي يتعامل معه ما يربو على المليار شخص من مختلف أركان الكرة الأرضية خلق آلية لحرية التعبير والإبداع غير موجودة في أي وسيلة أخرى ، بلا قيود ولا تدخلات ، إذ يكفي الشخص أن يجلس إلى حاسبه ، ويتصل بالإنترنت ليدخل في حوارات حسبما يريد ، ويبيدي آراؤه بمنتهى الحرية ويتناقل فيها المعلومات بين مصدر ومتلقي ، فكل الطرق مفتوحة أمام الجميع من مختلف الأعمار والملل والمهن والتخصصات والجنسيات والألوان والمشارب السياسية والاجتماعية والثقافية والعقائدية⁽²⁾.

كما أنه فضاء يتسع لآراء وحوارات وإبداعات تجسد أرقى درجات العقلانية والتحضر والسلام والتسامح والفكر والعلم والتدين والإنسانية والوطنية ، كما يتسع لآراء وحوارات أخرى تجسد أفح مستويات البذاءة والشذوذ والانحراف والجهل والتعصب واللاإنسانية والعنصرية ، حيث لا توجد معايير تضبط إيقاع هذا الفضاء الشاسع من الحوار والتعبير عن الرأي في هذا الفضاء الإلكتروني⁽³⁾.

أشكال الإعلام التقليدي

وتشمل وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة - التلفزيون - الصحف المطبوعة ، المجلات) وهي تلك الوسائل المملوكة أما للدولة وتوجد منذ عشرات السنين ، وأما للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، والأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

(1) للاطلاع على تأثير ونفوذ وسائل الإعلام الجديدة على مختلف جوانب الحياة البشرية يرجى الرجوع إلى محاضرة الدكتور أحمد زويل في منتدى الإعلام العربي العاشر في دبي بعنوان "بناء المستقبل .. دور العلم والإعلام". متاحة على الرابط التالي
http://www.youtube.com/watch?v=FYWnIMEPsQ&feature=player_embedded :

(2) جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 3.

(3) جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 4.

أشكال الإعلام الإلكتروني

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات شهدتها شبكة الأنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها Web 2.0 ، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات⁽¹⁾.

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة ، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت 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 بالأنترنت.

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي :

- المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت
- الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة
- الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على الأنترنت
- القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي المباشر على الأنترنت
- خدمات الأرشيف الإلكتروني
- الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الإعلاني على الأنترنت
- خدمات إعلانية ترفيهية
- المدونات Blogs
- قنوات التواصل الاجتماعي (Facebook) ، التويتر
- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول
- رسائل SMS ، MMS على الهاتف
- بث خدمات الأخبار العاجلة

(1) الإعلام الإلكتروني مجلات وصحف على شبكة الأنترنت تقدم محتوى خاص يفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها ، ويتحمل من يرأسها مسؤولية النشر ويلتزم بأداب وتشريعات مهنية المحتوى الصحفي.

أما الإعلام التفاعلي ، فهو عبارة عن خصائص أو وسائط أو خدمة ملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور المشاركة برأيه ، والإعلام التفاعلي هو صفحة القراء في كل مطبوعة وهو تعقيبهم على المواد المنشورة في مواقعها الإلكترونية .. وهو مشاركة الجمهور في البرامج المرئية أو الإذاعية ، وكذلك مداخلته في الندوات والمحاضرات ، وهي منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر .

بيئة الإعلام الإلكتروني الجديد :

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهاجاً يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير تلتقطها الأذن أو عبر التلفزيون أو عبر الصحف الورقية.

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مسارا يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة حيث وضع غيطاس أربعة مراحل :

المرحلة الأولى : ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما جاهزين تماما للدفع بالأخبار في التو واللحظة.

المرحلة الثانية : جهة الاتصال ، وفيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة ، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس ، فمثلا وجد صحفيون ووجير صحفيين ، أيضا يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة ، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية ، أو أحزاب أو هواة أو مدونين. وكذلك أختلف الأمر أيضا من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة ، فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة ، لأن عليها أن تدير موقعا إلكترونيا ونسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا ، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضا ومراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة ، مما يتطلب جميعا من وسائل الإعلام أن يتوافر لديها نوعا من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل ، بالإضافة إلى إخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع ، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى ، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي⁽¹⁾.

(1) جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 7.

المرحلة الثالثة: وسيلة الاتصال ، وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة ، لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أو قناة معلومات صحفية تتبعها المحتوى بمقابل مادي ، وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنويع مصادر الدخل.

المرحلة الرابعة : الجمهور المتلقي ، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي ، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تتقله من جمهور يتلقى بسلبية على جمهور يتفاعل بإيجابية ، ليس فقط مع ما يقدم له ولكن أيضا مع مقدم الخبر أو من صنعه ، فموقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فورا وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظيا.

أيضا تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية من جمهور يقرأ فقط إلى جمهور ويسمع ويرى ويبحث ويتفاعل ، بل مشاركا من خلال ما يبديه من تعليقات وآراء ، ويمارس عليها أيضا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الآخر ، بل وأحيانا يصبح صانعا للأخبار.

وفي بيئة الإعلام الجديدة يملك المواطن كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم ، من أدوات عبر شبكة الأنترنت يستطيع طبع النسخ ، ويستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد ، ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي.

وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي بكل صورته (مطبوع ، مسموع ، مرئي) فلم يعد المواطن متلقي فقط أو مفعولا به ، بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية ، وأصبح فاعلا في الوسائط الجديدة من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

القسم الثاني

نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني

اختلفت آراء الخبراء والمحللون حول العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني من حيث التوافق والتنافر وتأثير كل منهما على الآخر وسوف نعرض لبعض هذه الآراء بشكل موجز:

يرى الدكتور سامي زهران أستاذ الإعلام المساعد بجامعة القصيم⁽¹⁾ أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة. وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشيراً إلى أن أبرز خواصه هي التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد، وأما الخاصية الثانية فهي تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد، وأما الخاصية الثالثة فهي أنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه، وأما الخاصية الرابعة فهي اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها. وأما الخاصية الأخيرة فهي سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.

وتحدث سامي زهران عن علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، ورأى بأن هناك مواجهة تثار بين أنصار الطرفين، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي يرفضون بشدة الإعلام الجديد وبعض المتحمسين للإعلام الجديد ينتهزون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً. وخلص إلى أن العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء. وذكر بأن كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله، فالنفاذ عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبه ومحبوه.

وذكر المحاضر الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي مركزاً على قضية (الحرية الفردية) التي تعدّ الفرق الجوهرية بين هذين الشكلين من الإعلام. فكل شخص عبر وسائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد. وأكد المحاضر على أن المحتوى الجيد للإعلام الجديد أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي، ولكن المحتوى السيئ للإعلام الجديد أيضاً أسوأ من المحتوى السيئ للإعلام التقليدي.

وختتم الدكتور محاضرتَه بالحديث عن مساوئ الإعلام الجديد، والتي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة. وقال أن أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.

(1) سامي زهران ، محاضرة بعنوان (ثورة الإعلام الجديد) ، أقيمت في نادي القصيم الأدبي بالتعاون مع كرسي صحيفة الجزيرة للدراسات الإعلامية بجامعة القصيم.

فيما ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقية⁽¹⁾، فالإعلام الجديد ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي، إذ أسهم كونه قائماً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغيير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم بالتعليقات حول ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقارنته لهموم الناس وتطلعاتهم.

وأشارت زومان لانتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب". لجأ القائمون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية الراغبة في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظراً لتغير طبيعة الجمهور.

وفي المجمل فقد أسهم الإعلام الجديد في صنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجاً وإفرازاً للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية، ومنها على سبيل المثال: تفتت الجماهير بين الوسائل، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي من جهة أخرى، وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته، الأمر الذي دعا كثيراً من المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بخطة 360 درجة - أي الدورة الكاملة - بحيث تقوم المؤسسة الإعلامية على الانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، فصارت الصحيفة الورقية - مثلاً - توجد ورقياً وإلكترونياً بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقراءها ومتابعيها عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة، من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضاً عن طريق رسائل الجوال وما إلى ذلك، وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي - جمهور المستخدمين - عبر إدراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم.

إذاً: هل تُهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ أعتقد أن الجواب مختلف بحسب الوسيلة، لكن بشكل عام، إضافة إلى حالة الاندماج بين التقليدي والجديد التي حافظت على جزء كبير من جمهور الوسائل التقليدية إلا أنه قد تشهد بعض الوسائل التقليدية تراجعاً في أعداد المستخدمين لموادها بطريقة تقليدية (ورقياً/عن طريق التلفزيون)، نظراً للإقبال على الوسائط الإلكترونية، إلا أن التراجع لن يلغي أهمية ورصانة الوسائل الإعلامية التقليدية المتخصصة، فالواقع يشهد أن كثيراً من المستخدمين لا يزالون يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر أساس لنيل المعلومات، فهم لا يطمنون إلا بمتابعة الأخبار من الجهات الإعلامية التقليدية، وقد جاءت الدراسة الحديثة التي قام بها مركز بيو للأبحاث متوافقة مع هذا الرأي إذ لم يتجاوز عدد من

(1) آلاء زومان، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد 6750، 4

يصلون على الأخبار من الشبكات الاجتماعية 9 في المائة فقط من أصل ثلاثة آلاف مستخدم للإنترنت شملتهم الدراسة، وبحسب الدراسة التي تمت على 200 طالب جامعي ضمن عينة عشوائية في مدينة الرياض في مطلع 2012، حول مدى الرضا عن الشبكات الاجتماعية، أبدى الأكثرية بما معدله 81.5 في المائة رضاهم بشكل كبير عن (سرعة) الشبكات الاجتماعية في نقل الخبر والمعلومة بينما لم يتجاوز رضاهم عن (مصادقية) الشبكات الاجتماعية في نقل المعلومة والخبر 21 في المائة! ولعل الفارق بين النسبتين يدل على شكل واضح على أن الإنترنت والتقنية وحدها لا تكفي لصناعة إعلامية رصينة.

وختتمت زومان مقالها بعلامة تعجب قائلة ، قد تنمو وسيلة ما إثر ربيع الإنترنت.. وقد تتغير ملامح الثانية أو تختفي.. فالبقاء لمن يفهم لغة الجيل الشبكي!

بينما يرى فريق المختصين والخبراء إن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميته ، وتخطى حدود الدول ، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية ، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى ، وحرية تداول المعلومات ، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي ، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي⁽¹⁾.

ويواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر :

- صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة وصدقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى تعزيز التواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة التلقي ، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.

(1) خالد وليد محمود ، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، دار مدارك للنشر ، بيروت ، 2011 ، ص 67-69.

- ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة.
- صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل تطور وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوى في الإعلام الإلكتروني.

ويعتبر انتشار الجرائم الإلكترونية ونشر الأفكار السلبية والإرهاب من أهم عيوب الإعلام الإلكتروني ، وقد واجهت المنظمات والهيئات الأكاديمية وتناولته في عدة بحوث ومؤتمرات وناقشت مفهوم الحرية الإعلامية وأمن المعلومات وسبل تدعيم الثقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية العربية.

أما أحمد عاشور⁽¹⁾ فيرى أنه لربما يكون مخطئاً اليوم كل من يظن بإمكانية التفريق التام بين الإعلام التقليدي كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية، أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية... سوف أحاول في هذه التدوينة القصيرة أن أبرز بعض النقاط التي يتداخل و يختلف فيها كل من الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاتهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
4. يشهد الإعلام الجديد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواد الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

(1) أحمد عاشور ، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي ، مقالة على الكترونية على موقع :

<http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html>

7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي و واقعي.

ومن هذا المنطلق يرى الباحث أن التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني تنحصر في بعض النقاط المهمة كما يلي :

1- أن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، يو اس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشارا .

2- العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات.

3- تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتمادا على شبكة الإنترنت والأسرع انتشارا نظرا لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.

4- أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف ، والتلفزيون ، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.

5- يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الآخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي مثل (Facebook, Twitter, you tube, Blogs) فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الفردية.

6- الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد ، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيما وضبطا بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.

- 7- عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير ، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات ، وهو ما أحدث فرقا شاسعا ، في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي ، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.
- 8- هيا الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي ، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية ، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.
- 9- مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن أغفاله ، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.
- 10- في عالمنا العربية ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني ، فإن الرقابة دائما ما تكون سببا مقنعا لتناثر الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.
- 11- أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبي ، ولكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.
- 12- تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي ، وقنوات الإعلام التقليدية.

آراء بعض الكتاب والإعلاميين في الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني

أجرت المجلة العربية استقصاء لآراء بعض الكتاب والإعلاميين الذي أتيحت لهم استخدام قنوات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لمعرفة وجهات نظرهم في مدى التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني ، حيث تناول هذه الدراسة بتصرف كما يلي :

تطرق الدكتور عبدالله الغدامي⁽¹⁾ الناقد والمفكر السعودي إلى ما أطلق عليها الشفاهية الجديدة (الإعلام الجديد)، وقال إنها "تمثل تنوعاً في تعامل الإنسان مع اللغة، وتفتح كل الآفاق بلا قيود من أي نوع، ويظل البشر يبتكرون وسائل من بعد وسائل من أجل كسر حدود التواصل وفتح مجالات الممارسة اللغوية".

وأشار الغدامي إلى تأثير الثورة والصيغ الثقافية الجديدة التي "تتيح فرصاً خيالية للناس لكي يمارسوا أنواعاً متجددة من الوسائل المعرفية.. مع ما فيها من حرية مطلقة وسرعة في الاستقبال والاحضار للوقت والجهد وتوفير المال.. كما أنها قيم تفاعلية حية وإيجابية .. تعيد للإنسان موروثه الأنثروبولوجي القديم في المشافهة ولغة الجسد التفاعلية".

ويتفق الكتاب جميعاً أن ثمة تغيرات بين الوسائط التقليدية الورقية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة في نوعية القراءة وفي الأسلوب الذي ينتهجه الكتاب للتواصل الفوري مع قرائه في فيس بوك أو تويتر أو حتى في مدونته الخاصة. في طول المقال وقصره، والأدوات المساعدة التي لم تكن تتوافر سابقاً كالتعبير بالصورة أو مقطع مصاحب، أو المشاركة بمقطع من يوتيوب أو صورة عامة تعكس تصوراً أو رسالة يريد الكتاب توصيلها وتلمس ردود الفعل تجاهها.

ويعد تركي الحمد⁽²⁾ من المغردين النشطين إذ يتابعه على تويتر نحو 95 ألف متابع، وتتجاوز تغريداته ثلاثة آلاف.. كمت أنه يولي صفحته على تويتر اهتماماً من خلال الرد والنقاش والمتابعة حول موضوعات مختلفة يغلب عليها الهم الاجتماعي والسياسي.

(1) عبدالعزيز المزيني ، نحو الشفاهية الجديدة ، الكتاب من السحر التقليدي إلى إغراء التواصل الإلكتروني ، المجلة العربية،

العدد 425، مايو، 2012، ص 4، 5.

(2) تركي الحمد، شروق الشاشة، وهزيع أخير من الحبر الأسود ، المجلة العربية، عدد 425، مايو، 2012، ص 6 ، 7 .

يتحدث الحمد عن تجربته الكتابية قديما وحديثا من ناحية الوقت فيقول: " في الماضي, وفي سنوات الكتابة الأولى, كنت لا أعرف أكتب إلا في ساعات الليل, وخصوصا ساعات الليل المتأخرة, أو الهزيع الأخير من الليل كما يقولون . ففي ساعات الليل الأخيرة تشعر بأنك وحدك في هذا الكون, حيث هدوء وسكينة يوحيان لك بأمور كثيرة, سواء ما تعلق منها بنتاج العقل أو نتاج الروح. وكان رفيقي في تلك الأيام قلم حبر أسود لم تكن الأفكار تخرج إلا من خلاله وبه, بحيث لم يكن من الممكن التعبير عن مكنونات العقل والروح إلا من خلاله, لم يكن من الممكن أن أفكر وأن أكتب في تلك الأيام دون أن يكون القلم هو الوسيلة, والحبر الأسود هو الذي يرسم ويجسد الأفكار واقعا على الورق, بل وحتى الورق لم يكن أي ورق, إذ لا بد أن يكون من نوع معين وإلا فإن الكتابة تتعثر .

كل ذلك تغير بعد ذلك, فلم يعد القلم, أو رفيق الروح كما كنت أسميه, هو وسيلة الكتابة إذ أنني نسيت منذ زمن بعيد بعد أن حل (الكيبورد) محله, ولم يعد اللون الأسود هو لون الأفكار بعد تجسدها حرفا, بعد أن حلت شاشة الكمبيوتر محل الورق الأبيض المسطر. ومن ناحية التوقيت, أصبحت أكتب متى ما راودتني الفكرة, وليس من الضروري أن يكون ذلك في الهزيع الأخير من الليل. لم يعد لدي اليوم وقت معين للقراءة أو الكتابة, فمتى شعرت بفكرة معينة أسرعرت إلى الكتابة, ومتى أحسست بالرغبة في القراءة, هرعت إلى الكتاب, تتساوى في ذلك ساعات الليل والنهار, وإن أصبحت ساعات الصباح الأولى هي المفضلة لدي.

وحول ما تغير من ناحية أسلوبه الكتابي يبين الدكتور تركي الحمد: كان الاسترسال في التعبير عن الفكرة أو الخاطرة هو الأسلوب الأكثر اتبعا بالنسبة لي ولكتيرين غيري, كما أن البحث عن الكلمة الجميلة كان أحيانا أكثر أهمية من ظلمة قد لا تكون جميلة ولكنها معبرة أكثر عن الفكرة. كانت الكتابة بالنسبة لي عبارة عن فعل رومانسي, أو حالة عشق مع الحرف والورق, إن صح التعبير.

ويضيف الدكتور الحمد حول اختلاف جمهور القراء عنه في السابق: " العمق الفكري متوفر في كلتا الوسيطتين, الفرق يمكن في الأسلوب. في الوسائد التقليدية الورقية, مان الاسترسال والبحث عن الجمال في العبارة, بالإضافة إلى مضمونها الفكري, هو الأسلوب الذي يفرض نفسه, بالنسبة لي على الأقل, أما في وسائط الاتصال الإلكتروني فإن الهدف هو إيصال الفكرة بأقل قدر من الكلمات بصورة مباشرة, دون أن يكون لجمال العبارة الاعتبار الأول, وإن بقي الجمال مطلوب في كل حال, ولكنه ليس المحدد الأول للتعبير. وبالنسبة لي, العبارة الورقية أكثر إثراء موضوعيا, ولكن العبارة الإلكترونية أكثر تحفيزا على المشاركة. هناك نوع من التكامل بالنسبة لي بين هذين الأسلوبين, وإن الجيل الجديد يجد نفسه في الإلكترونيات أكثر من الورقيات. والكتابة الورقية, وخاصة الكتاب, أعمق أثرا في المدى البعيد, إذ أنها أكثر قدرة على الصمود لوقت طويل, أما الكتابة الإلكترونية أكثر أثرا في المدى الآني والمباشر, ولو أنني لا أرى تناقضا بين القديم والجديد في هذا المجال, فالإلكتروني

يتحول إلى ورقي في النهاية، فإن كانت الفكرة عميقة فإنها تصمد وتبقى في النهاية. المهم هنا هو قيمة الفكرة وليس كيفية التعبير عنها ".

سحر التفاعل وجاذبيته

وعن وسيلة الأقرب إلى نفس الروائي والمفكر الدكتور تركي الحمد يقول: " كما قلت سابقا، القلم كان سحرا بالنسبة لي، أما اليوم التفاعل المباشر مع الآخرين عبار الوسائط الحديثة أصبح أكثر سحرا وجاذبية، ربما بسبب إيقاع العصر، أو متعة التواصل المباشر والسريع مع متابعيك، وهو ما لم يكن متوافرا أيام القلم والورق والصحيفة الورقية ". ويضيف: " لا شك أننا أمام عصر جديد لم تعد فيه الرسالة الموجهة من الأعلى إلى الأسفل هي المهيمنة، ولم تعد الوصاية الفكرية والنخبوية الثقافية هي الأساس، بل نحن اليوم في عصر ما يمكن أن نسميه ديمقراطية التواصل، حيث أصبح الجميع مرسلين ومتلقين في ذات الوقت ".

عشق الورق وسرعة الكمبيوتر

وفي مقارنة بين الوسائل التقليدية ووسائل التواصل الحديثة لا ينكر يوسف المحميد⁽¹⁾ الميزات الكبيرة للوسائل الحديثة، لكنه لم يخف حنيننا ما يجذبه للقديم، بقوله: " حينما أتذكر الرسائل الورقية، وأنا في العشرين، مع الصديق الراحل إبراهيم أصلان، ومع محمد بنيس، أشعر بحنين أكبر، لا أعرف لماذا، لأن الورق يحمل رائحة الإنسان، بصماته، خطوطه الخاصة التي تميزه عن غيره، ولكن رغم كل هذه المزايا، تبقى وسائل الاتصال الحديثة أسرع وأكثر عملية، من الطرق البدائية، فقد كنت أكتب نصي القصصي، وأنتظر نشره في الصحيفة الورقية لأسابيع، وقد لا أحصل على ردود أفعال القراء مطلقا، إلا بالمصادفة، بينما الآن قرائي معي في (تويتر) يقرؤون ما أكتب مباشرة، ويكتبون انطباعاتهم فورا، وهذا الأمر عظيم ومؤثر، إيجابياته كبيرة، ولكن من سلبياته أنه قد يأخذ وقت الكاتب، ويقلل من تركيزه على نصه الأدبي، ما لم يكن الكاتب حذرا وواعيا ".

أنا من جيل محظوظ

ويضيف المحميد: " أعتقد أنني من جيل محظوظ، تدرّب على القراءة بشكلها الورقي القديم، تعلم الكتابة على الورق، التصحيح وتمزيق الصفحات، ثم النقل على الآلة الكاتبة اليدوية، ثم أخيرا أصبح جزءا من العالم الرقمي، فمنذ روايتي (فخاخ الراححة) المكتوبة عام 2002م، وأنا أكتب مباشرة على جهاز الكمبيوتر، ففي البداية كنت أشعر أنني سأفقد حميمية الورق والحبر الأسود، لمنني اكتشفت حميمية جديدة على لوح المفاتيح (الكمبيوتر)، إلى الحد الذي أكتب أحيانا الملاحظات العاجلة والقصيرة في ظلام الغرفة، وكأننا حساسية أصابعي العمياء المدربة قد أصبحت تهتدي بسهولة إلى طريق الحروف ".

(1) يوسف المحميد، الورق يحمل رائحة الإنسان، المجلة العربية، العدد 425، مايو، 2012، ص 10، 11.

الكاتبة الدكتورة ثريا العريض⁽¹⁾ أديبة سعودية جمعت بحسب التعريف بها في ويكيبيديا بين الشعر والثقافة والفكر، وتشارك العريض بصورة جادة في الصحافة العربية والإعلام العربي في الخارج، ولها زوايا صحفية عدة. وحين نطالع تفاعل الدكتورة ثريا مع وسائل التواصل الحديثة نجد لها صفحة معجبين في الفيسبوك يتبعها أكثر من 3400، وعدد التابعين في موقع تويتر نحو ثلاثة آلاف متابع وأكثر من ألفي تغريدة.. وكانت آخر تغريدها ساعة إعداد هذا الملف هي: (صباح الأول من أبريل؛ أرجوكم لا تكذبوا و لو مزاحا .. يكفيننا ما يصل من الكذب الفردي والمؤسستي مقصودا أن يخدعنا ويعميننا!).

وحول عاداتها الكتابية تقول دكتورة ثريا العريض إنها بدأت بالقلم والرواق ثم تحولت إلى استخدام الكمبيوتر، وأن الكتابة لا تستغرق معها وقتا طويلا بغض النظر أين أكتب. وتضيف: " أطول وقت هو ما احتاجه لاختيار فكرة الموضوع ".

وتبين: " مع استسهال التصحيح والتغيير صرت أسرع أقل تدقيقا في ما أكتب لأن تغييره لا يعني إعادة كتابة الصفحة كلها.. وأحيانا أترك أفكار بصورة رؤوس أقلام لتكون نواة لمقالة أعود إليها لاحقا لأكمل التناول ". حول العمق الفكري لشريحة القراء واختلافه عن السابق تقول الكاتبة: " هناك تفاوت في مستوى الاستيعاب واتساع الفكر والثقافة بين القراء بأية وسيلة سواء في الصحيفة أو في النشر الإلكتروني".

وعن الوسيلة الأكثر إثراء للكاتب في رجع الصدى لما يكتبه تبين الدكتورة ثريا العريض: " قبل عشرين عاما كانت تجيئي تعليقات مثرية فعلا في صورة رسائل مكتوبة بخط اليد مليئة بالتأمل والتفاعل العميق والموضوعي، ومحفزة على إضافة المزيد. الآن في عصر السرعة التعليقات في النشر الإلكتروني لا تحفز لأن معظمها يكتفي بالإعجاب،

متعتان مختلفتان

وحول الوسيلة الأكثر وصولا للمستهدف خصوصا في المقالات والكتابات ذات المنحى الإصلاحي كانتقاد جهاز حكومي أو خدمة معينة؛ تبين الكاتبة أنه: " سواء كانت الوسيلة إلكترونية أم صحافة تقليدية فكلاهما محقق للهدف من الكتابة، متى ما كان التناول واضحا والموقف موضوعيا متزنا ". مضيئة: " أعلم أن بين متابعي مقالاتي بعض كبار المسؤولين تهمهم آرائي ومقترحاتي.

وفيما إذا كانت الكاتبة العريض تفضل وسيلة تواصل عن أخرى تبين: " أنا أشرك بكل الوسائل، ومع هذا فالتواصل عبر شبكة فيه حرية أكثر من حيث عدم الارتباط بمواعيد محددة. وربما أغلب من يكتبون في

(1) ثريا العريض، متعتان مختلفتان والتعليقات الإلكترونية تكتفي بالإعجاب، المجلة العربية، عدد 425 ص 12، 13 .

الصحف يشجعكم على المواصلة أن للكتابة مردود مادي ليس موجودا في الكتابة في موضوع ذاتي". موضحة من ناحية الوسيلة التي تراها أكثر متعة عند الكتابة " (الصحافة والإنترنت) متعتان مختلفتان, مع العلم أنني أفتح الجهاز في الحاليتين, إذ لم أعد استخدام القلم في الكتابة ". لكنها تبين أن الصحافة " التزام جاد يسدني الشعور بأنني قدمت فيه مساهمة في البناء. أما الثانية (الإنترنت) فهي خيار فردي يسمح لي بالإبداع على راحتني".

الكاتب المسرحي عباس الحايك⁽¹⁾, يكتب الشعر والقصة القصيرة والسيناريو ويعني بالنقد المسرحي, كتب مقالات ونصوص إبداعية في عدد كبير من الصحف السعودية والعربية. يقول عن تغير العادات الكتابية بين المطبوعة الورقية والكتابة الإلكترونية: " نت هذه النواحي لم يتغير شيء, فالكتابة هي ذاتها لم تتغير وإن تغيرت الوسيلة, فالتحضير لمقال أو نص مسرحي هي نفسها في الكتابة الإلكترونية والكتابة الورقية. ربما غاب القلم, ولكن حص=ظهور الكمبيوتر عوض عم هذا الغياب. صحيح أن القلم له ميزة المرونة, فأنت تكتب متى شئت وأين شئت , على عكس الكمبيوتر فإن به ظروفه الخاصة حتى من ناحية وضعية الجلوس . ولا أظن أن الوسيلة قادرة على تغيير أسلوب الكتابة, فالكتابة هي هي, خاصة في كتابة النص أو المقال, ولكن قد يتغير بظهور التغريدات أو الستاتوس, في التويتر والفيسبوك, الذي يملئ عليك الاختزال والاختصار . فهنا لا مجال للاسترسال ففكرتك محدودة في 140 حرف.

أما فيما يتعلق بالعمق الثقافي للقراء يقول الحايك: " المتواصلون عبر الوسائط التقليدية كانوا أكثر عمقا, فردوهم على المقال المنشور ورقيا كان نقالا بحد ذاته يستحق النشر وإن كان في قسم القراء, ولكنه يستحق النشر الورقي, وهذا نادر الآن في الوقت طغيان النشر الإلكتروني, فسهولة الرد, جعلت مسألة الجدل مع الكاتب متيسرة ولا تحتاج إلى فكر أو عمق, ردود سريعة سطحية تتم عن قصور فكري, هذه سمة الردود التي يمكن قراءتها في المنشور إلكترونيا. رغم أن النشر الإلكتروني أكثر تحفيزا على المسائلة والجدال, وقد تكون عنوانا لمقالات أخرى تثري الموضوع الأصلي. ولكن المشكلة في القراء الذين استساغوا السهل.

وحول الوسيلة الأكثر تأثيرا من جهة نظر الحايك يضيف: نظرا لمساحة الحرية الأكبر في النشر الإلكتروني, أرى أنه الأقدر على تغيير والإقناع, فكثير مما نشر عل تويتر أو في المجالات الإلكترونية حقق التغيير خاصة في المقالات الاجتماعية والتي تتناول قضايا الناس وعلاقتهم بالجهات الرسمية. لم نسمع في الماضي أيام النشر الورقي أن هناك مستوى من الحرية في الصحافة الورقية".

(1) هاني الحجي، الكتابة على جدران القلوب الحية، إضافة نوعية لمشروع الكتابة، المجلة العربية، العدد 425، مايو، 2012م،

عبدالحفيظ الشمري الكاتب الصحفي والمشرف على عدد من الصفحات الأدبية, يقول: " لم تتغير ظروف الكتابة لدي بوصفي أحد المخضرمين الذين عايشوا التجربة الكتابية وتحولاتها على مدى ثلاث عقود تخص تجربتي الشخصية, فقد وضعت نصب عيني أن هذه الانثيالات الإلكترونية وتداعيتها المعلوماتية هي إضافة نوعية لمشروع الكتابة, بل هي تطوير لوسائل التواصل لا أكثر ولا أقل , فأنا أجزم بلا تردد أن هذه النقلة الإلكترونية ليست من قبيل التحول النوعي في المفاهيم إنما هي تحولات متطورة لوسائل ووسائط الخطاب وقنواته, لا تحمل أي ملمح للتحول الفكري أو المضمون المنهجي الذي يمكن أن يعول عليه في صياغة الفكر والمعرفة الناجزة "

ويضيف الشمري: " تظل هذه التقنيات مجرد وسائل حولت نظام الكتابة بالقلم والورق إلى لوحة مفاتيح وبرامج وقنوات إلكترونية تسهم في تواصله مع العالم بشكل أقوى منذ قبل.. فيما المبدع الحقيقي يظل في حالة صراع وتوهج وقبل الكتابة وأثنائها وبعدها.. وما يحمد للتجربة الإلكترونية أنها سهلت المهمة وجعلت من اليسير تقديم ذاتك كتابيا وإبداعيا بشكل ميسر لكنها لم تخلق أي نمط تحولي أو نشاط تطويري يركن إليه في مفهوم (قبل أو بعد) في تحولات التجربة المعرفية بوجه عام. وكما أسلفت لا يمكن أن أجزم بأن هناك أي تغيير في الأسلوب فالكتابة واحدة والتعاطي مع القنوات الجديدة إضافة نوعية عند جيل الخضرة على وجه الخصوص.. وأنظر إلى وسائل التقنية بوصفها إضافة وليست انسلاخا كما يتصور البعض من عهد إلى آخر, أو خروجا من تجربة قوية إلى أخرى أقوى أو أقل, فالنشر الورقي من الكتاب إلى المجلة إلى الجريدة حتما ستكون هذه الوسائل إضافات نوعية تسهم في طوير العمل وتقديمه إلى القارئ بشكل عصري يكفل زحزة هذه النظرة التدميرية التي تسعى إلى إيقاف عجلة النشر التقليدي والتهويل من أخطار افتراضية محتملة للتجربة الكتابية والطباعية وبمفهومها الحالي. ومعارض الكتاب في كل الدول لا تزال تزخر بالنشر والورقي رغم الحديث المتواصل منذ أعوام عن غياب أو تلاشي النشر الورقي !! فلم يغيب الورقي إنما ظل حاضر ومتميزا "

ويضيف الشمري حول مقاربة لتفضيلاته بين القلم ولوحة المفاتيح: " بالنسبة للكتاب لا يمكن أن أحدد من الأقرب أو الأحب لأن العملية تظل تحولا شكليا يمكن أن أجعله إضافة لوسائط الطرح والتلقي حيث تستطيع ككاتب أن تتجز رؤيتك أو فكرتك أو مشروعك بسبل شكلية ميسرة ". وعن التغير في أشكال التواصل الثقافي أو أطراف الرسالة الثقافية من متلق ومرسل ينوه الشمري إلى أنه من أقوى التحديات التي تواجه العمل المعرفي أو الخطاب الاجتماعي.

من ناحيتها فإن الكاتبة والقاصة فوزية الجارالله فهي تصف توجهها بتعبير مغاير حين تقول: " تألفت مؤخرا مع وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك و التويتر), حتى أصبحت كتفا أريح رأسا عليه كلما شعرت بالتعب ". وتضيف: " لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم من أهم ما يستغرق أحاديث الناس سواء حولها

أو من خلالها. وربما لدي حالة خاصة تختلف عن أي كاتب أو كاتبة، فقد بدأت التعامل مع الفيس بوك خلال فترة انقطاعي عن الكتابة الدورية عبر الصحافة وانشغالي بدراستي إلى الدرجة التي بدأت أشعر فيها بالانعزال الثقافي ناهيك عن بعض المشاعر الانسحابية أحيانا بسبب التوقف عن الكتابة، لذا لأدين بالفضل الكبير للفيس بوك الذي بدأت فيه لإعادتي إلى عالم الكتابة والتواصل مع الآخرين ."

حيوية التواصل.. وجدولة الوقت

وتبين الكاتبة فوزية الجارالله: " يتميز الفيس بوك بحيويته وقدرتك على التواصل اليومي فيه مع الآخرين، وكأنما هو مطبوعتك الإلكترونية الخاصة تقدم فيها ما تشاء بالطريقة والاسلوب اللذين تريدهما، بمعنى أنك تتمتع بمساحة من الحرية فيه بدرجة أكبر بكثير من الصحافة المعتادة. هذا هو الجانب الإيجابي؛ لكن مع استمرار التعامل اليومي ينبغي الانتباه لأمر ما خاصة حين تكون كاتبا مبدعا أمامك هدف ورسالة لا بد لك من تنظيم وقتك وجدولة أعمالك والتزاماتك، هذا إذا علمنا بأن الكتابة تحتاج إلى تركيز وترتيب للأفكار، وتتطلب شيئا من الهدوء والعزلة مع الذات لأجل كتابة أفضل . ولعل الجميع يدرك أيضا بأن القصة والرواية تستلزمان وقتا وعزلة أطول لأجل صقل الكتابة والحصول على إبداع أفضل ."

الكاتبة السعودية ليلي الأحيدب صاحبة المجموعة القصصية

وفيما يتعلق بمحور العمق الفكري بين المتواصلين عبر الوسائل الحديثة تقول الكاتبة: " لننطق أولا أن العمق الفكري سمة شخصية لا يمكن وصف فئة بها وفقا لطريقتها في التواصل مع الكاتب. العمق والتسطح موجودان في كل الفئات بغض النظر عن وسيلة التواصل. لكن لا يخفى على كل متماس مع هذه التقنية الإلكترونية أنها تفاعلية وردود المتواصلين مع الكتاب تثره حتى من أولئك السطحيين الذي يملون ويتفاعلون مع ما يكتب ".
وعما إذا كان هناك تباين من وسيلة إلى أخرى في إيصال الرسالة الثقافية تقول ليلي: " إذا كنا نتحدث عن إحداث تغيير أو إقناع بفكرة ما فتلك مسألة أكثر تعقيدا من مجرد المفاضلة بين التغريدة في تويتر أو مقال منشور في جريدة ورقية، إحداث التغيير مسألة كبرى، لكني أرى أن وسائل التواصل الإلكترونية تحقق الانتشار والانتشار وسيلة من وسائل إيصال الفكرة. لكن السؤال: هل يساهم انتشار فكرة ما على إحداث تغيير !! هذا بحاجة إلى تحليل أعمق ."

قلمي لوحة المفاتيح

وعن الأقرب إلى نفس الكاتبة بين وسائل التواصل المختلفة تبين ليلي الأحيدب: " أنا لم أعد أمسك قلمي لأكتب ! قلمي هو لوحة المفاتيح في جهازي المحمول. والحمد لله للكاتب الآن أكثر من وسيلة للتواصل مع كافة الشرائح، فالمجال متاح له ليكتب مقالا في جريدة يقرأها الذين لا يزالون يفضلون قراءة الجريدة ورقيا، ويتاح له

نشر مقاله نفسه في مجال وسائل التواصل، ويحصل على ردود الأفعال مباشرة من أولئك الذين يفضلون القراءة عبر الإنترنت .

وحول محاور قضيتنا تقول **زينب الخضيرى**: " الكاتبة هي الكاتبة لا نستطيع أن نجزئها أو نغيرها لمجد الانتقال من الوسيلة الورقية الى الوسيلة الالكترونية , فقط قناة الاتصال تغيرت من ثابتة الى متحركة متسارعة , وهي لا شك قفزة كبيرة في وسيلة التواصل مع القارئ, وهذا فعلا يختصر الوقت لمعرفة رأي القراء فيما يطرحه الكاتب, والتفاعل بشكل مباشر بعيدا عن الوسطاء, أيضا لا يلزم الكاتب بوقت معين من أجل أن يطرح أفكاره أو نصوصه فلدیه حرية في اختيار لتوقيت طرح مواضيعه, إلا إن كان ملتزما مقدما مع مؤسسة معينة, ولكنه لا يختصر الوقت في عملية التحضير لكتابة موضوع ما, فهذه تعتمد على الكاتب وطوقسه في الكتابة ."

وتضيف زينب: " الوسيلة الالكترونية أعطت سقفا عاليا من الحرية والمساحة, ولكن لا يبد للكاتب من أن يتقن المهارات الأساسية في الإعلام الكلاسيكي (التقليدي) , فالأدوات لا تختلف ولكن الوسيلة هي المختلفة . الذي تغير هو الأفكار المطروحة , فالإعلام الالكتروني لا يخضع لشروط معينة تملئها المؤسسة الإعلامية الرسمية, كما هو معروف فب الإعلام الكلاسيكي, لذلك بات طرح مواضيع اجتماعية وحقوقية هو السائد في الإعلام الالكتروني, وهذا يعتبر ثورة في توجه الكتاب وغيرهم من المهتمين . وحرية الكتابة للكاتب الالكتروني ترتبط بشخصيته وبشكل الحرية التي يرسمها وفق تصوره, فكل شخص يكتب عبر وسائل إلكترونية يعتبر بمثابة مؤسسة إعلامية صغيرة تقدم أفكارا وأخبارا مستقلة ."

أما عن طبيعة العمق الفكري في المطروح بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة فتبين زينب الخضيرى: " العمق الفكري لا نستطيع الحكم عليه وتعميمه لمجرد تغير وسيلة التواصل , فالقراء من مختلف شرائح المجتمع فيهم العميق والسطحي, المنفتح والإقصائي, أيضا لا نهمل فكرة أن بعض يكتب كثيرا ولكن لا يقول شيئا. ودور الكاتب هو الاستمتاع بالاختلاف والاستفادة منه لا الحكم على الآخرين ومدى هشاشتهم أو عمقهم. والكاتب الذكي يستفيد من كل شيء حوله لتطوير أدواته الكتابية وأطروحاته الفكرية, فالقارئ هو شريان يغذي الكاتب ."

وإذا انتقلنا الى من لمع نجمهم في عالم الكتابة الالكترونية مع تجارب سابقة متواضعة في الكتابة التقليدية نجد الكاتب **عادل محمد عبده** تجاوز عدد المشتركين في صفحاته الفيسبوكية أكثر من عشرة آلاف صديق منهم 1500 مشترك في التحديثات اليومية, ولأن صفحات الفيس بوك لا تسمح بأكثر من 5000 في الصفحة الواحدة فنجد الكاتب قد خصص صفحة شخصية رئيسة له إضافة الى صفحة ثانية, فضلا عن إنشاء صفحة معجبين باسمه.

ويفسر الكاتب عادل عبده ذلك بأنه "تغير شيء كثير، كانت الكتابة وكأنك ترأس شخص لا يعبرك أولاً يجيبك، تكتب المقال ومن الصعب رؤية ردود الأفعال أو أثر مقالك، وإن وصلت ردود للصحيفة على المقال نادراً ما تخبرك الصحيفة أو تنشر الرد". ويضيف: "في السابق كان المقال يرسل بالبريد أو فاكس، وأحياناً تتعقب المقال فلا تعرف إن وصل أم لا، وتكرر الإرسال عدة مرات. وكانت جميع المقالات مطبوعة على الطابعة. أما في مواقع الإنترنت فالكتابة الفورية، وبدون مقص الرقيب، وبدون بتر المقال من المساحة، أو إخفاء جزء منه، أو التغيير عليه". موضحاً: "الآن نكتب مباشرة في الإنترنت ونرى ردود الأفعال فورية من تعليقات أو نقل، بينما كان في السابق الجريدة قد ترمى ومن الصعب أن تجدها في اليوم التالي، ولكن في الإنترنت جميع مقالاتك وأفكارك محفوظة، ويمكن الوصول إليها بسرعة، وفي أي وقت". مؤكداً أن هؤلاء المتابعين يضيفون للكاتب إثراء موضوعياً وتحفيزاً على المشاركة بأفكار تثيرها مداخلتهم، "فالتفاعل فوري، وفيه أخذ وعطاء وحوارات وتعليقات تثري الفكر". وفيما يتعلق بتواصل المستهدفين من مسؤولين خصوصاً في المقالات ذات المنحى الإصلاحي كانتقد جهاز حكومي أو خدمة معينة؛ يشير الكاتب إلى أنه ربما لا تزال النقالات في الصحف التقليدية لها صدى أكبر عند المسؤولين، ويفسر سبب ذلك بأن "متابعة الجهات الرسمية للإنترنت ما زالت ضعيفة جداً".

الإنترنت خيارى المفضل

ومن ناحية قرب هذا النوع من الكتابة التواصلية إلى نفس الكاتب مقارنة مع كتابة المقالات للصحف؛ يوضح الكاتب عادل عبده أن التواصل عبر الإنترنت والصفحات الخاصة بها هو خياره المفضل في الكتابة، مبيناً أن الإنترنت أكثر متعة وقرب إلى نفسه "لكونه تفاعلياً أكثر، وفيه التواصل مباشر مع القراء ومتعة كبيرة". حول ضرورة تحويل البوصلة في النظرة إلى عالم الإنترنت⁽¹⁾، يروي المعلم والتربوي والباحث الاجتماعي ممدوح السليمانى، الدور المفاجئ للاتصال بالعالم الخارجى أثناء أحد الأحداث الحالية: "في ظل التطورات الأخيرة التي حدثت في دول عربية وبسببها اكتشفنا أن الفرق بين الواقع الافتراضى والحقيقى قد ولى، وأن الافتراضى قد يصبح حقيقياً إذا توافرت له مقومات الحياة. ويضيف أن الأفكار والصدقات والعلاقات الإنسانية التي تنشأ من أحضان الواقع الافتراضى هي في الحقيقة جزء واقعى منا اكتسى شكلاً جديداً نحاول من خلاله أن نستكشف المجهول فينا وفي الآخر. التحدي الحقيقى لنا الآن، هو هل المحتوى العربى والإسلامى في "الإنترنت" يعبر عن حقيقتنا الإنسانية؟

(1) رحاب أبو زيد، الإنترنت عالم واحد، عوالم متعددة، مجلة القافلة، العدد 5، المجلد 60، سبتمبر - أكتوبر 2011م،

علينا أن نثري هذا المحتوى بالمعلومات الصادقة والصحيحة حتى يشعر أبنائنا بالأمان في خضم هذا السيل الضخم من الأفكار والمعلومات السهلة. وحتى نستطيع فهم أبنائنا يجب علينا الولوج الى عوالمهم الجديدة لتتجاوز معهم، ونزيد ثقتهم بأنفسهم ونطلق لهم الحرية المسؤولة التي تعينهم فرز الجيد من الرديء في العالم الكبير.

قائمة المراجع :

- 1- خالد وليد محمود ، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، دار مدارك للنشر ، بيروت ، 2011 ، ص 14-15
 - 2- شايح بن هذال الوقيان ، الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني ، مقالة الكترونية ، صحيفة عكاظ ، العدد 3409 ، 17 أكتوبر ، 2010.
 - 3- Terry Flew. New media : an introduction (London : Oxford University Press , 2008) PP. 9-28.
- وللمزيد عن وسائل الإعلام الجديدة أنظر الموقع الإلكتروني لمعهد الميديا الجديدة بجامعة كولومبيا العريقة
- 4- New Media Institute (NMI) : <http://www.newmedia.org/>
 - 5- Lister, M. Dovey, S. Grant and Kelly K. 2003 New media : A critical introduction, Routledge
 - 6- للاطلاع على تأثير ونفوذ وسائل الإعلام الجديدة على مختلف جوانب الحياة البشرية يرجى الرجوع إلى محاضرة الدكتور أحمد زويل في منتدى الإعلام العربي العاشر في دبي بعنوان "بناء المستقبل .. دور العلم والإعلام". متاحة على الرابط التالي
http://www.youtube.com/watch?v=FYWnIMEPsQ&feature=player_embedded :
 - 7- جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 3.
 - 8- جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 4.
 - 9- جمال محمد غيطاس ، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح ، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور ، ماليزيا ، 2011 ، ص 7.
 - 10- سامي زهران ، محاضرة بعنوان (ثورة الإعلام الجديد) ، أقيمت في نادي القصيم الأدبي بالتعاون مع كرسي صحيفة الجزيرة للدراسات الإعلامية بجامعة القصيم.
 - 11- آلاء زومان ، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ ، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية ، العدد 6750 ، 4 إبريل ، 2012.
 - 12- خالد وليد محمود ، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، دار مدارك للنشر ، بيروت ، 2011 ، ص 67-69.

- 13- أحمد عاشور ، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي ، مقالة على الكترونية على موقع :
14- <http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html>
- 15- عبدالعزيز المزيني ، نحو الشفاهية الجديدة ، الكتاب من السحر التقليدي إلى إغراء التواصل الإلكتروني ، المجلة العربية، العدد 425، مايو، 2012، ص 4، 5.
- 16- تركي الحمد، شروق الشاشة، وهزيع أخير من الحبر الأسود ، المجلة العربية، عدد 425، مايو، 2012، ص 6 ، 7 .
- 17- يوسف المحيميد، الورق يحمل رائحة الإنسان ، المجلة العربية، العدد 425، مايو، 2012، ص 10، 11.
- 18- ثريا العريض، متعتان مختلفتان والتعليقات الإلكترونية تكتفي بالإعجاب ، المجلة العربية، عدد 425 ص 12، 13 .
- 19- هاني الحجى، الكتابة على جدران القلوب الحية، إضافة نوعية لمشروع الكتابة ، المجلة العربية، العدد 425، مايو، 2012م، ص 14، 23 .
- 20- رحاب أبو زيد، الإنترنت عالم واحد ، عوالم متعددة ، مجلة القافلة ، العدد 5، المجلد 60، سبتمبر - أكتوبر 2011م، ص 12 - 19.