

## مدي تقييم مسارات التكامل والتنافس بين أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية

دراسة تقييمية على عينة من الأكاديميين بكلية الإعلام جامعة بنغازي

محمد الهادي الماطوني - كلية الإعلام - بجامعة بنغازي .

[MDMATONI@GMAIL.COM](mailto:MDMATONI@GMAIL.COM)

تاريخ النشر: 2024/10/13

تاريخ التقييم: 2024 /9/15

تاريخ الارسال: 2024 /8/20

### الملخص:

اكتسبت وسائل الإعلام التقليدية أهمية قصوى عند ظهورها من قبل المتلقين كما إن نسب متابعتها ازدادت يوم بعد يوم، إلا أن الثورة الاتصالية الحديثة أو ما يعرف بثورة المعلومات والتي كانت نتيجة لتكنولوجيا الاتصال غيرت هذه المتابعة والاهتمام وجعلت الجمهور يتجه إلى ما يعرف بالإعلام الرقمي.

فقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من الأعمدة الرئيسية لقياس قوة البلدان وتطور الأمم بعد ان دخل العالم عصر المعلوماتية بصورة مكثفة، وازداد انسياب التدفق الإعلامي بين أقطار العالم بصورة غير مسبوقه وبطرق جديدة لم تكن معروفة من قبل حتي اصبح هذا العصر بفضل هذا التطور التقني يعيش في بقعة محدودة تحت عوامل الزمان والمكان معا فكل تطور تتطور معه موارد المعلومات يبشر بان العالم يتغير تغيرا سريعا وان الوسائل التقليدية الإعلامية أخذته في الانحسار، ظهر الإعلام الرقمي كمنافس قوى للإعلام التقليدي ومع استشعار الأخير لذلك التنافس بدأت العديد من وسائله في محاولة التوازن والتكامل مع الأدوات والتقنيات التي يقدمها الإعلام الرقمي واستخدام عنصر التفاعلية وإدماجه في الرسائل التي تنشرها وتبثها تلك الوسائل.

وفي هذه الدراسة حاول الباحث أن يلقي الضوء على ماهية العلاقة التي أصبحت متواجدة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي من خلال المقارنة بينها من حيث مسارات التكامل والتنافس المختلفة التلقي والتحديات والسلبيات والإيجابيات ، وكيفية توظيف التقنيات التي تواكب العصر في ذلك، فقد قام الباحث بتوزيع استمارة مقابلة على (15) اكاديمي لتقييم مدي التكامل والتنافس الذي أصبحت تحدته تلك المسارات مع الوسائل الإعلامية التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وأدوات الإعلام الرقمي، وقد هدفت الدراسة الى معرفة طبيعة العلاقة الموصوفة التي

توضح مسارات حركة التكامل والتنافس بين أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدي كما يقيمها الأكاديميون في مجال الإعلام عينة الدراسة، وكانت النتائج كالتالي

- بينت النتائج العامة للدراسة بان اغلب الاكاديميين يؤكدون وبأغلبية ساحقة على أن شبكة الإنترنت والشبكات الإلكترونية والمدونات والمنتديات والتي تدخل من ضمن السياق التقني يتم الاعتماد عليها من قبل أدوات الإعلام الرقمي ، كما انهم اتفقوا وبأغلبية كبيرة علي أن حق الرد والمشاركة التفاعلية ونقد المضامين الإعلامية و التعليق على المواد المنشورة آلية لقياس اتجاه الجمهور و إجراء سير الآراء الالكترونية و حرية التعبير في السياق التواصلي والتلقي موجودة في الإعلام الرقمي أكثر من الإعلام التقليدي ماعدا نقطة الاتصال بالمصادر والمندوبين والمراسلين والتي يعتمد عليها في الإعلام التقليدي أكثر .

- بينت النتائج العامة للدراسة أن اغلب الاكاديميين وبأغلبية مرتفعة يؤكدون علي أن الإعلام الرقمي داعم لنشر الأخبار و واسرع في الية التسويق ويعد مصدر لاستقاء الأخبار وكذلك في إرسال واستقبال المضامين الإعلامية وهي كلها تخص السياق الوظيفي كما أشاروا الى ان تحديات القيود والرقابة موجودة في الإعلام التقليدي أكثر من الإعلام الرقمي بينما تحديات المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات و تحديات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال وتحديات المهنية والاحتراف و تحديات مصدريه الأخبار وتحديات مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية كلها توجد أكثر بالإعلام الرقمي وبدرجة كبيرة وهي تخص سياق التحديات .

- بينت النتائج العامة للدراسة بان الإيجابيات كتتنوع مصادر الخبر وتحدد الأخبار و ثراء المضمون الإعلامي والأنية والسبق الصحفي موجودة كلها أكثر في الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي ، وكذلك بالنسبة للسلبيات كفوضوية المحتوى وانتهاك الملكية الفكرية وغير موثوق في الطرح وشخصنة المواضيع أيضا موجودة في الإعلام الرقمي ماعدا انعدام الموضوعية في المعالجة موجودة في الإعلام التقليدي أكثر أما يخص سياق التشريعات فقد أكد اغلب الاكاديميين وبالكامل بان القوانين الضابطة للعمل الإعلامي توجد أكثر في وسائل الإعلام التقليدية أكثر منها في أدوات الإعلام الرقمي .

- اما التقييم العام فكان كالآتي: بان العلاقة الموصوفة في التكامل تكون في تدعيم الرسالة الإعلامية التي يقدمها كل منهما، حيث يستفيدان من خصائص بعضهما والجوانب الإيجابية المتوفرة فيهما

وفي تقنية الاتصال الرقمي وخصوصا في المواقع الرقمية التي تفتحها المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية وكذلك تناول ما يعرض في أدوات الإعلام الرقمي في التلفزيون والإذاعة.. كما أن أدوات الأعلام الرقمي تعتبر داعم لوسائل الإعلام التقليدية في نشر نفسها والوصول الى مساحات ابعده وفي التطوير من أساليبها المهنية وفي تقديم خدمات بشكل أفضل مما كانت عليه كما أنها علاقة تكاملية خاصة في إرسال واستقبال الأخبار والمعلومات بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي.

- أما ما يخص التنافس فيمكن تقييم العلاقة بان الإعلام الرقمي غالب وبشكل كبير في التعبير عن الآراء والمعلومات وفي سرعة نقل الخبر غير ما يحدث في الإعلام التقليدي والذي تفرض عليه العديد من القيود والرقابة وتكون فيه العملية أبطأ، كما أن المنافسة تزداد بشكل قوي ومؤثر لصالح الإعلام الرقمي في كسب القطاع الأكبر من الجمهور، فأدواته الجديدة التي تستحدث من حين لآخر وتفتح آفاق متنوعه لهذا المتلقي والذي بدوره يستقبل كل ما يراه مناسب وخصوصا مع تطور الهاتف الذكي تجعل المنافسة تذهب اليه ، أيضا يكون التنافس في التشريعات والقوانين الحاكمة في الإعلام التقليدي .

- كذلك يمكن القول بانه لا يمكن لوسيلة أن تلغي أخرى فمثلا التلفزيون لم يلغي الإذاعة والسينما وكذلك الإذاعة لم تلغي الصحافة، كما أدوات الإعلام الرقمي والتي لم تلغي وتخفي وسائل الإعلام التقليدي وخاصة عند المتلقي المدرك والمفسر والحلل للمضامين الهادفة والموثوقة وبالتالي يمكن القول بان التكاملية نسبية والتنافسية نسبية تختلف فيما بين الإعلام التقليدي والرقمي بحسب تطورها وجذبهما للجمهور وكذلك خصائصهما.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي -مسارات العلاقة - أدوات الإعلام الرقمي

وسائل الاعلام التقليدية - التكامل والتنافس - تقييم - كلية الإعلام - جامعة بنغازي

## The Evaluation of Integration and Competition Between Digital Media Tools and Traditional Media Channels: An Assessment Study on a Sample of Academics at the Faculty of Media, University of Benghazi

Mohamed Elhadi. M. Elmatuni: -University of Benghazi

### Abstract

Traditional media experienced significant growth upon its emergence, but with the advent of the information revolution and communication technology, audiences began shifting towards digital media. Communication technology has become a key indicator of a nation's strength, leading to a transformation in the role of traditional media and the rise of digital media as a strong competitor.

The study aimed to shed light on the relationship between digital and traditional media through a survey distributed to 15 media academics. The results showed that academics agree that digital media relies heavily on internet technologies, blogs, and electronic networks, which provide greater interactivity and audience participation compared to traditional media. The findings also indicated that digital media is faster in news dissemination and faces fewer restrictions and censorship compared to traditional media, enhancing its role as a primary source of news.

Regarding challenges, the study found that digital media faces issues related to professionalism, specialized content handling, and adherence to media ethics. As for advantages, digital media is characterized by a diversity of news sources, continuous news updates, and rich content.

Concerning the relationship between digital and traditional media, the study concluded that the relationship is largely complementary, with each medium benefiting from the other's strengths. For example, traditional media utilizes digital media to expand its audience reach, while digital media occasionally relies on traditional media as a reference.

In terms of competition, digital media demonstrates a clear superiority in the speed of news transmission and audience engagement, making it a strong competitor for traditional media in capturing audience attention. The study confirms that no single medium can eliminate the other, as both digital and traditional media have their unique roles and places among audiences.

**Keywords:** Digital Media - Relationship Paths - Digital Media Tools  
Traditional Media - Integration and Competition - Evaluation - Faculty  
of Media - University of Benghazi

## مقدمة:

إن العالم في السنوات الثلاثين الأخيرة شهد تطورات جديدة ومتسارعة في ميدان الاتصال والإعلام، تلك التطورات مهدت لظهور شبكة الإنترنت و التي بدورها باتت واحدة من العناصر الأساسية في المؤسسات الإعلامية في ظل الاتصال متعدد الوسائط ، مما جعل من المتلقي يلجأ الى الشبكة في وقت كان يعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام التقليدية، متجاوزا المعوقات التي تتعرض لها تلك الوسائط ، وأصبح المضمون الإعلامي أكثر ثراء والمتلقي أكثر تفاعلية بما يعرف بالإعلام (الجديد) الرقمي في وقتنا الحاضر ، والذي فتح آفاق غير مسبوقه، وأعطى فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود والتعاطي المباشر والفوري دون احتكار لصناعة الرسالة الإعلامية معظم الدراسات والتقارير تبين أن اثر الإعلام الرقمي ينمو بشكل غير مسبوق، حيث قطع شوطا كبيرا في استقطاب الجماهير ودفعها للمشاركة والتفاعلية الجماعية ، والممارسة الديمقراطية وثورات الربيع العربي خير دليل على ذلك، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية في التواصل بين المتظاهرين ، وفعلا بدأت أدوات الإعلام الرقمي تضيق تلك الوسائل السمعية والبصرية، وتساهم في ظهور صراع بين الصحافة الورقية وبين الإلكترونية. بالرغم من أن الإعلام التقليدي ينطوي على تراتبية وتنظيم بيروقراطي صارم مما يجعله أكثر مهنية، بينما نجد أن الإعلام الرقمي لا يخضع إلى أي تراتبية، إلا أن التقارير تشير إلى أن اغلب الناس تعتبره كمصدر أولي لاستقاء المعلومات والأخبار. (صليحة،2021،476)

وقد تداخلت كثير من العوامل التقنية والوظيفية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه، جاعلة من الإعلام الرقمي مسألة تزداد تعقيدا، ومحورا لنقاشات أكاديمية وعامة حول آثاره على وسائل الاتصال التقليدية، ومن ثم حقيقة العلاقة بين الرقمي والتقليدي، إنها حالة من التنجيم الدائم وكأن المسألة باتت سابقا في قراءة المستقبل.

## مشكلة الدراسة:

بعد أكثر من ثلاثة عقود على ظهور الإنترنت وتطور تقنيات الإعلام الرقمي بصورة لافتة وتعدد أشكاله وسهولة استخدامه ازداد التنافس القائم مع وسائل الإعلام التقليدية الصحافة - الإذاعة - التلفزيون حسب بعض الخبراء والمهتمين في حين يري آخرون هذا التطور زاد من عملية التكامل بين الاثنين ، ويصر بعض الباحثين على تحديده ملامح العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام

التقليدي وتعتبر قضية التنافس أو التكامل بينهما واحدة من القضايا الجدلية التي أثارت ولا تزال تثير اهتمام علماء الإعلام والاتصال بهذا المجال المعرفي، وبالتالي ظهر اتجاهين: الأول يرى بان أدوات الإعلام الرقمي في المستقبل ستقضي على وسائل الإعلام التقليدي ، والثاني ينظر بإمكانية التكامل والاندماج بينهما واستفادة كل منهما من الآخر إلى أبعد الحدود على نحو متقارب وبحسب كل وسيلة وأداة ، فلا يمكن أن تلغي أدوات الإعلام الرقمي الوسائل التقليدية، بل ستستمر بما يكفل لها المواكبة من جهة والمحافظة على خصوصياتها ومزاياها من جهة أخرى ، وهو ما دفع الباحث الى محاولة معرفة مظاهر التكامل ومساحات الصراع والمنافسة بين الإعلام الرقمي والتقليدي من خلال استجلاء تقييمات الاكاديميين للأدوات الإعلام الرقمي في علاقتها بالوسائل الإعلام التقليدية ، وتمثل مشكلة البحث في الوصول الى الاجابة على التساؤل التالي :

ما طبيعة العلاقة الموصوفة التي توضح مسارات حركة التكامل والتنافس بين أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدي كما يقيهما الأكاديميون في مجال الإعلام عينة الدراسة؟

**أهمية الدراسة:**

تمثل أهمية هذا الدراسة البحثية في الدور المتنامي للإعلام الرقمي وتأثيره على الإعلام التقليدي، والتعرف على مواطن التكامل والتنافس في الإعلام الرقمي ، وكذلك الإعلام التقليدي، ومحاولة إيجاد المساحة المشتركة بينهما لتطوير العمل الإعلامي ، كذلك قلة الدراسات حول العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي فمعظم الدراسات تحليلية ونظرية ؛ وبالتالي ستوفر نتائج هذه الدراسة رؤية تقييمية عن مدي التكامل والتنافس بين وسائل الإعلام التقليدية وأدوات الإعلام الرقمي كما يرها الاكاديميين في مجال الإعلام عينة الدراسة .

#### **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى تفسير وتبسيط الضوء على طبيعة العلاقة بين الإعلام بشقيه التقليدي والرقمي، وتقييم الأكاديميين لهذه العلاقة من خلال معرفة مدي التكامل والتنافس بينهما من خلال مجموعة من المسارات وتمثل الأهداف في الآتي:

- معرفة مسار التكامل والتنافس للعلاقة الموصوفة بين الإعلام التقليدي والرقمي في كل من السياق التقني وسياق التواصل والتلقي.

- الكشف عن مسار التكامل والتنافس للعلاقة الموصوفة في كل من السياق الوظيفي وسياق التحديات التي يواجهها كل منهما.
- رصد مسار العلاقة الموصوفة بين الإعلام التقليدي والرقمي في كل من سياق الإيجابيات والسلبيات وسياق التشريعات والقوانين.

#### تساؤلات الدراسة:

- ما تقييم الأكاديميين عينة الدراسة لمسار التكامل والتنافس للسياق التقني لكل من أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدي؟
- ما مسار التكامل والتنافس لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي للتواصل والتلقي للجمهور كما يقيّمها الأكاديميين؟
- هل يري الأكاديميون أن وسائل الإعلام التقليدي لا تزال تؤدي الوظائف المنوطة بها في ظل تنامي أدوات الإعلام الرقمي؟
- ما أبرز التحديات التي يواجهها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي كما يقيّمها الأكاديميين عينة الدراسة؟
- ما تقييم الأكاديميين عينة الدراسة لمسار التكامل والتنافس لسياق الإيجابيات والسلبيات للإعلام الرقمي والإعلام التقليدي؟
- فيما تكمن الإيجابيات والسلبيات في أدوات الإعلام الرقمي بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدي كما يقيّمها الأكاديميون عينة الدراسة؟
- ما وجهة نظر الأكاديميين عينة الدراسة لمسار التكامل والتنافس لتشريعات والقوانين لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي؟

#### الدراسات السابقة:

وهذه اهم الدراسات التي تناولت جوانب الموضوع أو تطرقت اليه والتي تم ترتيبها من

الأحدث الى الأقدم على حد علم الباحث:

- 1- دراسة طفياني زكريا (2021) بعنوان قراءة في تجاذبات العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد تهدف الدراسة الى كيف يتم توظيف وسائل الإعلام الجديد ومن بينها وسائل التواصل

الاجتماعي في عمل وسائل الإعلام التقليدية وتأثيرات الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي بتسليط الضوء على الساحة الجزائرية مستخدمة المنهج الوصفي والنظري.

(زكريا، 2021، 1-22)

2- دراسة محمود رمضان عبد اللطيف (2020) والتي كانت بعنوان تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي ، وكذلك بإجراء دراسة على عينة من الصحف المصرية (الأهرام- الأخبار- الوفد- اليوم السابع- المصري اليوم)، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توظيف أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن تكاملية الوسائل الاتصالية قد عبرت بشكل عام عن التقارب والتشابك بين قنوات الإعلام والاتصال المختلفة التقليدية التي تدفع المؤسسات الصحفية بقوة نحو استخدام المنصات المتعددة في نشر المحتوى. (عبد اللطيف، 2020، 180-101)

3- دراسة احمد إسماعيل حسين (2019) بعنوان مستقبل الإعلام التقليدي في ظل فاعلية الإعلام الجديد واستهدفت التعرف على العلاقة بين النمطين لتحديد مستقبل الإعلام التقليدي في ظل المد والتأثير الكبير للإعلام الجديد، وقد أجريت الدراسة على 90 مفردة من السودان توصل الباحث إلى بعض النتائج منيا: أن الموضوعات التي تجذب المبحوثين لمتابعتها من خلال الإعلام التقليدي هي الأخبار بأنواعها، والتغطيات الحية للأحداث، وأهم الموضوعات التي تجذب المبحوثين لمتابعتها من خلال الإعلام الجديد هي التغطيات الحية للأحداث ، وأن الإعلام الجديد يحدث تأثيرين على الإعلام التقليدي إيجابي وسلبي، أن الإعلام التقليدي قادر على المحافظة على جمهوره مستقبلا وذلك بتوفير هامش حرية أكبر، و كفاءة رفع تدريب العاملين ، والحياد واستقلالية الموقف الإعلامي، والفورية في نقل الأحداث. (حسين، 2019، 1)

4- دراسة جمال زرن (2017) بعنوان الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، وتهدف الدراسة إلى تأطير الجدل الدائر والمتنامي في الحقل الأكاديمي والمهني حول تداخل العلاقة بين كلٍّ من ظاهرة الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في إطار تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته. ويبدو أن هذا المبحث بات أسير أحكام الاستخدام المتنامي لكل ما له صلة بتكنولوجيات التواصل اليومي والفردية وفي تجاهل ظاهر لدور الفاعل الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي من جانب نظري. (زرن، 2017، 21-1)



5- دراسة دانييل رومر وآخرون (2013) بعنوان وسائل الإعلام القديمة مقابل الحديثة والدور الفعال في الولايات المتحدة هدفت الدراسة لتحديد الآثار المترتبة على استخدام كل من وسائل الإعلام القديمة والجديدة على المخرجات الأكاديمية والاجتماعية والصحة النفسية لدى المراهقين، وقد أجرى الباحثون مقابلات مع لجنة تمثيلية على الصعيد الوطني من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 12-22 سنة. (سيد أمين، 2017، 7)

6- دراسة قينان عبد الله الغامدي (2012) بعنوان التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني وتهدف الى الدراسة النظرية لنقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، وتحليل خصائص كل منهما، من مميزات وعيوب، وكذلك استقصاء آراء بعض الكتاب الذين أتاحت لهم التجربة والخبرة التعامل مع كلا من الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني بالإضافة الى رأي الإعلاميين. (الغامدي، 2012، 29-1)

#### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تبين:

- أن معظم الدراسات لم تقم بتقييم العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي بشكل كامل وبذات من قبل الأكاديميين في ليبيا.
- معظم الدراسات دراسات وصفية ومقاربات نظرية في مجملها ماعدا ثلاثة منها ميداني كمي بما فيها تحليل المضمون وكذلك دراسة مطبقة على مجموعة من الكتاب والإعلاميين في حين دراسة واحدة كانت عينتها على الأساتذة الجامعيين في السودان وأخرى نظرية في الجزائر.
- بشكل عام استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية والخروج بنموذج حول كيفية تقييم مسارات العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي.

#### الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مفهوم الإعلام التقليدي – نشأة وسائله.

ثانياً: مفهوم الإعلام الرقمي – أبرز أدوات الإعلام الرقمي ونشأتها

أولاً: مفهوم الإعلام التقليدي:

هو المعرفة 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 أو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه كما يقوم بتزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات التي تنسب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة. (الشمالية، 2015، 14)

إن الصحافة هي التي منحت الإعلام كل هذا الانتشار، وبقي الحال على ذلك حتى حدثت الثورة الإعلامية الكبرى التي نعيشها الآن في هذا القرن، فقد ظهرت وسائل إعلامية جديدة منها: السينما والراديو والتلفزيون، ففي 28 ديسمبر سنة 1895 افتتحت أول دار للسينما في باريس وبعد عامي 1921-1920 سمعت الإذاعات الأولى في كل من إنجلترا والولايات المتحدة وفي فرنسا، وفي الثالث من نوفمبر 1925 صدرت أول إذاعة ناطقة في فرنسا أنشأتها محطة برج إيفل هناك. (اللحام، 2015، 52) وفي سنة 1949 ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار أو بعبارة أخرى أول محطة تلفزيونية بالمعنى الصحيح وبهذه الطرق المتقدمة كلها ألغيت المسافات بين أجزاء العالم الذي نعيش فيه الآن، واستطاع التلفزيون - بوجه خاص - أن يضيف الصوت إلى الصورة وأن يصل الجماهير بالأخبار فور وقوعها، بحيث تشعر الجماهير أنها كانت مشاركة في هذه الأخبار أو الأحداث، وهذه الثورة التي حدثت في ميدان الإعلام كانت ثورة اجتماعية إلى جانب أنها ثورة فنية ذلك أن الاستماع أو المشاهدة أصبحتا ظاهرتين من الظواهر الاجتماعية في العالم الذي نعيش فيه الآن. (حمزة، 2002، 14-15)

ثانيا: مفهوم الإعلام الرقمي:

هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم، وهو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل، كما يعرف بأنه يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة في العالم الرقمي والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي والمواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، وغرف الدردشة، والبريد الإلكتروني، ومجتمعات الإنترنت، والواقع الافتراضي، ودمج البيانات الرقمية مع الهواتف والكاميرات الرقمية والهواتف الجواله. (28-9، 2008، Flew) ومع أن الإعلام الرقمي يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه إلا أنه يتميز

عنه بالعديد من السمات التي يمكن إنجازها بما يأتي : التحول من النظام التماثلي الى النظام الرقمي، التفاعلية ، تفتيت الاتصال ، اللاتزامنية ، قابلية التحرك أو الحركية ، قابلية التحويل ، وقابلية التوصيل والشيوع أو الانتشار . ( علاء الدين، 1994، 118-151)  
أبرز أدوات الإعلام الرقمي:

وتتمثل في المواقع الإلكترونية - صحافة المواطن - إعلام الموبيل - ومواقع التواصل الاجتماعية والمتمثلة في: الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وتيك توك، وإنستغرام  
المواقع الإلكترونية: وهي عدد من الصفحات التي ترتبط فيما بينها بروابط مختلفة، والتي يتم تخزينها على الخادم ذاته، حيث يمكن الولوج إلى هذه المواقع المنشأة من خلال استعمال جهاز حاسوب محمل عليه متصفح الإنترنت، ومشبوك مع الشبكة العنكبوتية، كما ويمكن تصفح الموقع الإلكتروني باستعمال الأجهزة الذكية المحمولة، والأجهزة اللوحية أيضاً، وقد تم إنشائها في عام 1991 مع إطلاق مشروع [الشبكة العنكبوتية الدولية](#) حيث كان أولها هو "info.cern.ch" وقام بتأسيسه البريطاني تيم بيرنرز لي، وبعد مرور عام كامل تم تأسيس 10 مواقع إلكترونية، ومع حلول عام 2013 تجاوز عدد المواقع الإلكترونية المليار، ( البكري ، 2021 ) وهي مواقع مهمة تستخدمها الصحافة الإلكترونية وباقي منصات الفيديو وغيرها في الوقت الحالي.

صحافة المواطن: أو ما يعرف بالمواطن الاستقصائي يشمل المواطنين العاديين، وأعضاء منظمات غير الحكومية والمحترفين في الاستقصاء من غير الصحفيين، والقاسم المشترك بينهم أنهم يستخدمون تقنيات الاستقصاء لكشف الممارسات الخاطئة، وكشف المستور خدمة للصالح العام، والمواطن الاستقصائي غالباً تكون لديه دوافع تقوده لإنجاز أعماله الاستقصائية بناء على وجود حالة من الاستياء أو الاشتباه تجاه شيء ما، أو حتى مجرد قدر من الاهتمام الخاص بموضوع الاستقصاء.

اعلام الموبيل وهو امتداد لصحافة المواطن الا انه يشير غالباً إلى ممارسات الصحفيين المحترفين في تغطيات الإعلامية بالاعتماد الكامل على الهواتف الذكية وملحقاتها في كل مراحل الإنتاج والتوزيع والنشر ، هو إعلام متحرك وشكل جديد من أشكال الاتصال الإنساني ، تتمثل وسائله في الأجهزة الحاسوبية المحمولة من الهواتف الذكية، والألواح الإلكترونية (التابلت) واللابتوب ، وتقوم هذه الوسائل على قاعدة سيطرة المستخدم على المنصة الإلكترونية المتنقلة لإنتاج ونشر وتبادل

المعلومات وتقاسمها مع المستخدمين عبر التطبيقات الإعلامية والاتصالية المختلفة. ( منصور، 2021، 769-771)

الفييس بوك وهو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه مجاناً وتديره شركة ميتا المحدودة، وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، أطلقه "مارك" عام ، 2004 وكان له ما أراد فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم وفي كل أنحاء العالم شيئاً فشيئاً. (البياي، 2014، 390)

تويتر هذا الموقع اخذ اسمه من مصطلح Twitter الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة ، ويجوز أن يطلق عليه نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ، احد شبكات التواصل الاجتماعي الذي انتشر في السنوات الأخيرة ولعب دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط ، كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتر أوائل عام ، 2006 عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعينة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام .

يوتيوب وهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام التقليدية بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة. (المنصور، 2012، 94-91) تأسس كموقع مستقل في 14 فبراير 2005 على يد موظفين هم : الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة بي بال المتخصصة في التجارة الإلكترونية ، حيث افتتح كتجربة في مايو ، 2005 وافتتح رسميا بعد ستة أشهر. (بركات، 2016، 174)

الإنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010، من قبل المطور التقني كيفن سيستورم ويتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها. . ففي البداية كان دعم إنستغرام على الأيفون، والايباد ، والأيبود ، وفي أبريل 2012 إضافة انستغرام دعم لمنصة الأندرويد في يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير

الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين و استحوذ فيس بوك على التطبيق في 12 من أبريل 2012، يمكنك على انستغرام متابعه معارض صور المستخدمين الآخرين عندما يقومون بإضافتها ويمكنهم أيضا متابعتك ويمكن لكل مستخدم متابعتك ومشاهدة الصور. (ثروت، 2015) تك توك بدأ تطبيق تيك توك كتطبيق صيني ، متمثل في شبكة اجتماعية لنشر الفيديوهات الموسيقية التي يمكن تسجيلها في أي مكان ونشرها ، وذلك في سبتمبر من عام 2016 لمؤسس الشبكة : تشانغ بي مينغ، فهو يعد منصة اجتماعية لنشر الفيديوهات الموسيقية التمثيلية المبتكرة ، حيث يتنافس المشتركون باستمرار على إنشاء مقاطع تحتوي على أكبر قدر من الإبداع ، فيمكنك تسجيل فيديوهات التيك توك على الأغاني الأجنبية أو العربية بأنواعها سواء رومانسية أو شعبية إضافة إلى باقي أنواع الموسيقى ، ويمكنك أيضا إنشاء فيديوهات عن مشاهد الأفلام وإظهار موهبتك ، أو يمكنك إنشاء محتويات مبتكرة تماما وتسجيل فيديوهات إبداعية خاصة كما تريد دون الاستعانة بأي مشاهد أو موسيقى ، صمم تيك توك ليعمل كتطبيق محمول فقط ، فلا يمكنك استخدامه وبدء التسجيل إلا بواسطة أحد الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية. ( مونيستر،2019)

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف جمع بيانات موضوعية، ومنظمة عن الظاهرة محل الدراسة للتعرف على التفاعلات القائمة بين متغيراتها واعتماد الباحث على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي وهو " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن سياقها الطبيعي من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك مما يساعد في فهمها وإصدار أحكام بشأنها. ( بن مرسل، 2010، 287-286)

ويعتمد الباحث في الدراسة الحالية على التحليل الكيفي Qualitative Analysis؛ الذي يسمح بالأقتراب النظري والمنهجي من الظاهرة البحثية والتعرف على أسبابها، وتداعياتها، وآثارها على المتغيرات المرتبطة بها، وفي ضوء ذلك يمكن للباحث من خلال التحليل الكيفي التعرف على تقييم الاكاديميين في مجال الإعلام عينة الدراسة لطبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي ومدى التكامل والتنافس القائم حاليا وقت الدراسة ، فالتحليل الكيفي يضمن تحقيق

شروط الدقة في التحليل بشكل منظم وموضوعي ، واستخلاص الدلالات العلمية الرصينة، ورصد العلاقات بين المتغيرات البحثية؛ ووصول لفهم دقيق للظاهرة البحثية، فضلا عن تحقيق أهداف الدراسة بدرجات متزايدة من العمق والسلامة المنهجية (قاسم، 2021، 718 )

### أداة جمع بيانات الدراسة:

استخدم الباحث في إطار التحليل الكيفي أسلوب المقابلة المتعمقة Interviews Intensive غير المقننة وبذلك استخدمت المقابلة المتعمقة للإجابة على تساؤلات الدراسة، ويتكون دليل هذه المقابلة المتعمقة من "سبعة" مسارات في صيغة أسئلة مفتوحة ليتناسب مع إجراءات الدراسة الكيفية، وحدثت المقابلات خلال المدة ما بين شهري 7 يوليو وشهر 8 أغسطس 2022

### مجتمع الدراسة والعينة:

يعد المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات أو الوحدات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ونظرا لصعوبة الوصول الى هذا الأخير يتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، ويكون الجزء المتاح عادة الجزء الذي يمثل الكل ويخدم أهداف الدراسة. (عبيدات، 1999، 48)

ويتمثل مجتمع الدراسة المتاح في الاكاديميين بكلية الإعلام جامعة بنغازي بأقسامها الأربعة على اعتبار أن الاكاديميين من الفئات الأكثر تخصصا وخبرة بوسائل الإعلام المختلفة التقليدية والرقمية ، ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قام الباحث باختيار أسلوب المعاينة وهي العينة المقصودة أو العمدية ، قوامها (15) مفردة من الاكاديميين بكلية الإعلام جامعة بنغازي ، ويتسق ذلك مع نمط التحليل الكيفي الذي يهتم بجمع بيانات متكاملة وشاملة تتسم بالرصانة والعمق في ضوء الاختيار المنهجي العلمي السليم لمفردات العينة - والتي تتميز بصغر حجمها، و ترتبط بمشكلة الدراسة، وأهدافها، وتساؤلاتها العلمية، وقد تم تصنيف العينة العمدية كالتالي : أربعة اكاديميين من قسم الصحافة والنشر - أربعة اكاديميين من قسم الإذاعة والتلفزيون - أربعة اكاديميين من قسم العلاقات العامة والإعلان - ثلاثة اكاديميين من قسم المسرح والسينما

الجدول رقم(1) يوضح أسماء توزيع عينة الدراسة وفقاً للأقسام الأربعة المذكورة بكلية الإعلام

جامعة بنغازي

قسم الصحافة والنشر	قسم الإذاعة والتلفزيون	قسم العلاقات والإعلان	قسم المسرح والسينما
ا. د. سكينية بن عامر	د. ونيس الروام	د. خالد اسبينة	ا. نور الدين عمران
د. محمد سالم المنفي	د. نزار الزبير	د. سالم بوسن	ا. عمر كلاب
ا. سالمة الفضيل	ا. عفاف الزبير	ا. امنه الصوصاع	ا. فضيل عمر فضيل
ا. عبد الجود الدرسي	ا. خالد الربيعي	ا. احمد النابلي	المجموع 15 مبحوث

#### نتائج الدراسة الكيفية:

أولاً: مسار التكامل والتنافس للسياق التقني لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: وللإجابة على السؤال الأول والذي تضمن مسار السياق التقني، كان تقييم الأكاديميين كالتالي: شبكة الأنترنت - تكنولوجيا الاتصال الرقمي - الشبكات الإلكترونية - المدونات - المنتديات يجمع اغلب الأكاديميين من كل الأقسام وبأغلبية ساحقة على أن شبكة الإنترنت والشبكات الإلكترونية والمدونات والمنتديات والتي تدخل من ضمن السياق التقني يتم الاعتماد عليها من قبل أدوات الإعلام الرقمي بشكل كامل وأكثر من الإعلام التقليدي ماعدا تكنولوجيا الاتصال الرقمي والتي اتفق أربعة منهم على أن أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية أي الاثنين يعتمدان على هذه التكنولوجيا.

فيؤكد احد الاكاديميين بان الإعلام التقليدي يستفيد من الإعلام الرقمي في الانتشار والسرعة لتلك التقنيات ، ويرى آخر بان المدونات والمنتديات أصبحت في الوقت الحالي اقل أهمية ووجودها في تناقص مع دخول شبكات التواصل الاجتماعي ، ويذكر آخر بان هذه التقنيات أساس للأدوات الإعلام الرقمي وتحتفي هذه الأدوات باختفاء تلك التقنيات وبان الإعلام التقليدي ظهر قبل ظهور هذه التقنيات ولكن يمكن القول بان الإعلام التقليدي تطور مع ظهور هذه التقنيات وبدا يستخدمها في إرسال مزامينه وشكل الرسالة التي يقدمها للمتلقي و لتدعيم موقفه وسط هذا التطور ، ويعلق احد الاكاديميين بأن الإعلام التقليدي والرقمي لا بد أن يتم تواصلهما مع تلك التقنيات فهما يسعيان الى إيصال المعلومات المستحدثة والجديدة كما أن هذه العلاقة تعتمد على عدة معايير من بينها معيار البنية التحتية الاتصالية للإعلام التقليدي وإمكانياته التقنية والتي تعتبر اقل مما تمتلكه تلك البنية والإمكانيات للإعلام الرقمي .

كما يبين أحدهم بأن العلاقة بينهما متداخلة ومتكافئة ومتبادلة فوسائل الإعلام التقليدية أصبحت أيضا رقمية وتعتمد على البث والنشر وإرسال الإشارة من خلال التقنية الرقمية. كما يشير آخر بان الإعلام التقليدي استفاد من العديد من التقنيات والتي يعتمد عليها الإعلام الرقمي فمثلا الصحافة اصبح الاتجاه نحو صحافة الموبايل والذكاء الاصطناعي كبيرا وقويا خاصة في كبر الصحف الأمريكية ، ويقول آخر فيما يخص التنافس يصعب أن يتنافسان معاً من الناحية التقنية، ومثال على ذلك الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، إذ أن إنتاج الصحافة الورقية المعتمدة على تقنيات الطباعة تستلزم تقنية مختلفة تماما عن إنتاج الصحافة الإلكترونية المعتمدة على استخدام أجهزة الحاسوب وشبكة الإنترنت، ولا مجال للمقارنة بينهما ، أما التكامل فهو الأساس الذي يربط بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، ويبرز هذا التكامل في توظيف التقنية في الإنتاج الإعلامي ومثال على ذلك استخدام الصحافة الورقية للبرامج الرقمية المتخصصة في الطباعة والإخراج والتصحيح ومعالجة الصور والمونتاج والطباعة، وكذا الحال يستفيد الإعلام الرقمي من الإعلام التقليدي في استخدام أساليب التحرير والإخراج والكتابة بكافة أشكالها سواء في مجال الصحافة أم في مجالات الإذاعة والتلفزيون، فالتكامل هو الأساس في السياق التقني.

ثانيا: مسار التكامل والتنافس لسياق التلقي والتواصل لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:

وللإجابة على السؤال الثاني والذي تضمن مسار السياق التواصلي والتلقي، كان تقييم الأكاديميين كالتالي:

حق الرد - المشاركة التفاعلية - نقد المضامين الإعلامية- التعليق على المواد المنشورة - آلية لقياس اتجاه الجمهور- إجراء سير الآراء الالكترونية- الاتصال بالمصادر والمندوبين والمراسلين - حرية التعبير

يجمع اغلب الاكاديميين من كل الأقسام وبأغلبية كبيرة علي أن حق الرد موجود في الإعلام الرقمي اسرع من الإعلام التقليدي في حين اثنين منهم يؤكدان وجود حق الرد في التقليدي والرقمي معا ، كما يؤكد الأغلبية وبنسبة عالية من الاكاديميين بالأقسام الأربعة بان المشاركة التفاعلية ونقد المضامين الإعلامية و التعليق على المواد المنشورة آلية لقياس اتجاه الجمهور و إجراء سير الآراء الالكترونية و حرية التعبير والتي تدخل من ضمن السياق التواصلي والتلقي يتم



الاعتماد عليها من قبل الإعلام الرقمي بشكل كامل و أكثر من الإعلام التقليدي ماعدا نقطة الاتصال بالمصادر والمندوبين والمراسلين والتي اتفق معظمهم بأنها موجودة ويعتمد عليها في الإعلام التقليدي أكثر .

فيشير احد الاكاديميين بان الإعلام الرقمي ولید الإعلام التقليدي لكنه أكثر تطورا وجاء نتيجة القيود المفروضة على التقليدي خاصة في المشاركة التفاعلية كما أتاح الرقمي حرية التعبير على نطاق واسع بسبب أن التقليدي موجه ويعمل تحت رعاية الحكومات والأحزاب ويؤكد أكاديمي آخر أن الإعلام الرقمي تبدو العملية الاتصالية فيه واضحة وخاصة رجع الصدى وبالإمكان كتابة التعليق ونقد المحتوى المقدم من المرسل وباستطاعة المرسل الرد على التعليقات بشكل مباشر عكس الإعلام التقليدي والتي تكون الاستجابة في الاثني متأخرة ، كما يذكر آخر بان حق الرد يكون أكثر في الإعلام الرقمي منه في التقليدي ويمكن التكامل بينهما بان يستفيد الأخير من تقنيات الأول لضمان حق الرد وكذلك الأمر للمشاركة التفاعلية وسير الآراء الإلكتروني فالإعلام التقليدي اصبح ينشئ صفحات للقنوات والإذاعات والصحف والمجلات ومعرفة ردة الفعل من الجمهور ، في المقابل يري أكاديمي آخر بان نقد المضامين الإعلامية يتوفر بشكل أكثر في الإعلام التقليدي كونه أكثر تركيز في الإعداد و الإنتاج الإعلامي بالنظر ما عليه الحال في الإعلام الرقمي ، ويبين أكاديمي آخر بان الية قياس اتجاه الجمهور تتضح أكثر في الإعلام الرقمي وبذات في البث المباشر عبر يوتيوب وفيس بوك وغيرها لكن تكون اصعب في الإعلام التقليدي مع العلم بان مضامين وسائل الإعلام التقليدي تستفيد من الرقمي في عرض محتوياتها على الإعلام الرقمي كما يمكن أن تعرف نسب المشاهدات والاستماع والقراءة وكمثال عرض مسلسل على احدي أدوات الإعلام الرقمي والاستدلال بنسب المشاهدة فيها .

ويقيم احد الاكاديميين كذلك السياق التواصلي للإعلام الرقمي من حيث الأساليب التي يستعملها مستخدم الوسيلة الاتصالية، كالفورية والآنية والمشاركة والتزامنية، بانها أساليب يتميز بها الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي الذي يتميز بالتفاعل المحدود المربوط بخصائص الوسيلة في حد ذاتها، وبذلك لا مجال بأي شكل للتنافس بينهما، فالغلبة في السرعة والفورية والتواصل وردود الفعل للإعلام الرقمي، خاصة أثناء المشاركة التفاعلية، ونقد المضامين والتعليق عليها، أو قياس آراء الجمهور، كذلك يمتلك الإعلام الرقمي حرية أوسع بكثير من الإعلام التقليدي الذي يرتبط مباشرة

بالمؤسسة، ويفتقد للترانمية مما لا يتيح له الفرصة للتعليق وإبداء الرأي وحرية التعبير المقيدة بسياسات الوسيلة التقليدية، أما ما يخص التكامل بينهما فهو معتمد على توظيف خصائص الإعلام التقني لتطوير ودعم الإعلام التقليدي من حيث استفادة الإعلام التقليدي من مميزات الإعلام الرقمي في تطوير أساليب الاتصال والتواصل، وفي إجراء قياسات الرأي بكافة أشكالها.

ثالثا : مسار التكامل والتنافس لسياق الوظيفي لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:  
وللإجابة على السؤال الثالث والذي تضمن مسار السياق الوظيفي، كان تقييم الأكاديميين كالتالي:

مصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات - آلية تسويقية - دعامة لنشر الأخبار- إرسال واستقبال المضامين الإعلامية.

يجمع اغلب الاكاديميين من كل الأقسام وبأغلبية مرتفعة علي أن الإعلام الرقمي داعم لنشر الأخبار ويعتقد ستة منهم بان دعم نشر الأخبار في الاثنين معا، في حين يؤكد معظمهم على أن الية التسويق أكثر سرعة واعتمادا في الإعلام الرقمي عن التقليدي في المقابل يري أربعة منهم أن الية التسويق في الاثنين معا ، أما عن مصدر استقاء للأخبار وإرسال واستقبال المضامين الإعلامية فيؤكدون انهما في الإعلام الرقمي أكثر من التقليدي الى حد ما فخمسة منهم يعتبرون هاتين النقطتين في الإعلام التقليدي وبالمقابل يري أربعة منهم بخصوص نقطة مصدر استقاء للأخبار موجودة في الاثنين معا وكذلك نقطة إرسال واستقبال المضامين الإعلامية .

يوضح احد الاكاديميين بان الإعلام الرقمي تتعدد فيه المصادر وتوفر فيه بنسبة عالية أما الإعلام الرقمي فقد تكون اقل نسبيا ولكنها أكثر مصداقية ، كذلك في الية التسويق فأدوات الإعلام الرقمي تصل الى عدد كبير من المستهلكين والمتلقين وبسرعة كبيرة ، ويؤكد اكاديمي آخر أن الإعلام الرقمي أكثر نجاح في التسويق وخاصة من خلال الإعلانات المدفوعة أو الممولة نظرا لعالمية الإنترنت ورخص الثمن للتسويق ، أما الإعلام التقليدي فلا يزال مصدرا لاستقاء المعلومات لأنه يعتمد على التحقق من المعلومة ولا يزال أكثر قدرة على إرسال المضامين لما يمتلكه من خبرة ودراية ومصادر للمعلومات ، كما يذكر آخر بان التكامل يتضح في السياق الوظيفي لكليهما وبذات في استقاء الأخبار وإرسال واستقبال المضامين الإعلامية، كما يري احد الاكاديميين بان استقاء الأخبار يعتمد ويرجع بحسب الأشخاص وساعات تعرضهم ونوعية

الأخبار سواء في الإعلام التقليدي أو الرقمي بالرغم من أن توجه الناس نحو الإعلام الرقمي أكثر حاليا

كما يعتقد احد الاكاديميين بان الإعلام الرقمي اصبح منافس كبير في الية التسويق من الإعلام التقليدي نظرا لاتجاه العصر ولأنه أكثر استخداما وأكثر انتشارا وكذلك لما للإعلام الرقمي من ميزة الشراء الفوري من أي مكان وفي أي وقت بالمقابل إن الإعلام التقليدي اقتصر فقط على أدوات الإعلان دون الشراء أما عن داعم لنشر الأخبار فيري أن المواطن في الإعلام الرقمي يستطيع أن يصنع الخبر ويقوم بدعمه ونشره، ألا أن ما يصنع ويدعم الأخبار في الجانب الآخر وسائل الإعلام التقليدي بكوادرها المتخصصة.

ويقوم اكاديمي اخر المسالة بان تكامل الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي في السياق الوظيفي لكل منهما أكثر من تنافسهما، إذ يعتمد كليهما على استقاء المعلومات والأخبار من المصادر نفسها، ويشتركان في أهمية تسويق المعلومات ونشر الأخبار، إلا أن التنافس بينهما في يكمن في اختلاف أساليب إرسال واستقبال المضامين الإعلامية، وهنا يسجل الإعلام الرقمي السبق في هذه الوظيفة، وذلك للإمكانيات الهائلة التي يمتلكها، ولخاصية الانتشار والفورية والتزامنية التي تجعله إعلام عابر للأفراد وللأزمان وللمكان، وبذلك يتفوق على الإعلام التقليدي في هذه الوظيفة.

رابعا: مسار التكامل والتنافس لسياق التحديات التي يواجهها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:

وللإجابة على السؤال الرابع والذي تضمن مسار سياق التحديات، كان تقييم الأكاديميين كالتالي:

تحديات القيود والرقابة - تحديات مهنية وأخلاقية للقائم بالاتصال - تحديات مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية - تحديات مصدرية الأخبار - تحديات المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات - تحديات المهنية والاحتراف

يجمع اغلب الاكاديميين من كل الأقسام علي أن تحديات القيود والرقابة موجودة في الإعلام التقليدي أكثر من الإعلام الرقمي في حين اثبتن منهم يؤكدان وجود القيود والرقابة في التقليدي والرقمي معا ، وأخران اتفقا على وجودها في الرقمي ، كما يؤكد الأغلبية من الاكاديميين بالأقسام الأربعة بان تحديات المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات توجد أكثر بالإعلام الرقمي في

المقابل يرى أربعة منهم بان هذه التحديات تخص الإعلام التقليدي بينما آخر يري وجود هذه التحديات في الاثنين معا ، كما اتفق الاكاديميين في معظمهم على أن تحديات المهنة والأخلاقية للقائم بالاتصال وتحديات المهنة والاحتراف موجودة في الإعلام الرقمي بأغلبية مرتفعة في المقابل يري أربعة منهم أنها توجد في الإعلام التقليدي ، ويرى آخران في الاثنين معا التقليدي والرقمي ، أما عن تحديات مصدرية الأخبار وتحديات مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية فقد اتفق الاكاديميين في معظمهم على وجودها في الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة في المقابل يري خمسة منهم أنها توجد في الإعلام التقليدي بينما يري اثنين آخران في كلاهما .

يوضح احد الاكاديميين بان القائم بالاتصال يشكل تحديا في الإعلام الرقمي فقد يكون غير متخصص وغير متدرب ولا يتمتع باي حرفية أو مهنية أو دراية باي بند من بنود أخلاقيات العمل الإعلامي وقد يستطيع بث أو نشر أي مضمون برقابة اقل من الإعلام التقليدي ، ويذكر آخر بأن المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات بقدر ما أنها مرتبطة بالإعلام التقليدي إلا أنها أيضا ترتبط أكثر بشخصية الوسيلة وسياسة المؤسسة الإعلامية، كما يبين آخر بأن الإعلام التقليدي تقل فيه تحديات المهنة والاحتراف عن الرقمي لعراقته وأصالته وخبرة العاملين فيه والرقابة على جودة المادة المنشورة وكذلك المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات اقل في التقليدي فهو أكثر التزاما ودقة وخاصة في مجال التلفزيون بالمقارنة بالراديو والصحافة ، في المقابل مصدرية الأخبار تعد تحديا للإعلام التقليدي بسبب اعتماد الكثير من الشخصيات السياسية و الزعماء والرؤساء على الإعلام الرقمي في تصريحاتهم للرأي العام كمصدر، ويؤكد آخر معيارية النسبية ودرجة تفاوتها بين كل من الرقمي والتقليدي فقد يغلب. الإعلام الرقمي على تحديات الرقابة والقيود ومصدرية الأخبار ولكن يعب عليه السيطرة مهنية وأخلاقيات القائم بالاتصال واحترافيته.. وكذلك تحديات المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات التي تولي لها وسائل الإعلام التقليدية أهمية كبرى.

ويشير آخر بأن هناك منافسة كبيرة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي ، وذلك لصالح الإعلام الرقمي واسع الانتشار، إذ يخضع الإعلام التقليدي لتحديات القيود والرقابة أكثر من الإعلام الرقمي المفتوح فبقدر محدودية تدخل الجمهور فيما يُنشر أو يذاع في وسائل الإعلام الرقمي، بقدر القيود المفروضة على الإعلام التقليدي الخاضع رقابة حارس البوابة الذي يقوم بفلتره كل ما يدخل

إلى هذا الإعلام أو يخرج منه، وبالتالي يتفوق الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي في التحديات التي تواجه أساليب التعبير، فالباب في الإعلام الرقمي مفتوح على مصراعيه، والقيود المهنية والأخلاقية رهينة بضمير القائم بالاتصال، وتحدي مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي رهين بأدوار الأفراد وأخلاقياتهم، وتحديات المصدرية والمعالجة الفنية المتخصصة والحرفية الإعلامية مرتبطة بمدى تمكن الصحفي المواطن منها، فالإعلام والصحافة في الإعلام الرقمي لم تعد مقصورة على المتخصصين الإعلاميين، وإنما صارت مرتبطة بصحافة المواطن التي تجعل من كل واحد منا مرسل أو صحفي أو ناقل للإحداث.

خامسا: مسار التكامل والتنافس لسياق الإيجابيات والسلبيات لكل من الإعلام الرقمي والأعلام التقليدي:

وللإجابة على السؤال الخامس والذي تضمن مسار سياق الإيجابيات والسلبيات، كان تقييم الأكاديميين كالتالي:

الإيجابيات/ السبق الصحفي - ثراء المضمون الإعلامي - تنوع مصادر الخبر- الأنية - تجدد الأخبار.

السلبيات / فوضوية المحتوى- انتهاك الملكية الفكرية- انعدام الموضوعية في المعالجة - غير موثوق في الطرح - شخصنة المواضيع.

يجمع اغلب الأكاديميين من كل الأقسام في الإيجابيات بان تنوع مصادر الخبر وتجدد الأخبار وثراء المضمون الإعلامي والأنية والسبق الصحفي موجودة كلها أكثر في الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي في حين اثنين منهم يؤكدان وجود تجدد الأخبار في التقليدي وأربعة من الأغلبية يرون أن تنوع مصادر الخبر كذلك في التقليدي بينما يري ثلاثة منهم بأن ثراء المضمون الإعلامي والأنية موجودان في التقليدي أما بنسبة للسبق الصحفي فيري أربعة منهم بانه كذلك موجود في الإعلام التقليدي.

أما بالنسبة للسلبيات فيجمع اغلب الاكاديميين من كل الأقسام بان فوضوية المحتوى وانتهاك الملكية الفكرية وغير موثوق في الطرح وشخصنة المواضيع كلها موجودة في الإعلام الرقمي ماعدا انعدام الموضوعية في المعالجة في موجودة في الإعلام التقليدي أكثر وفي المقابل يري أربعة منهم وجود فوضوية المحتوى وانتهاك الملكية الفكرية وغير موثوق في الطرح وشخصنة المواضيع في

التقليدي بينما يرى آخر بان نقطتي غير موثوق في الطرح وشخصنة المواضيع في الاثنين معا التقليدي والرقمي وبالعكس ما يري الأغلبية فان خمسة منهم يري بان انعدام الموضوعية في المعالجة في الإعلام الرقمي .

يوضح احد الاكاديميين بأن الإعلام الرقمي السلبيات فيه كثيرة فكل نقاط السلبية متوفرة به بالرغم من امتيازه بالسبق الصحفي لكن هذا السبق يكون بدرجة كبيرة غير موثوق وقد تفقد فيه المصداقية ، ويذكر آخر بان الإعلام التقليدي أقل موضوعية والرقمي اقل ثقة في الطرح لأنه يحمل وجهات نظر لناشريه كما أن السبق الصحفي يكون في بعض وسائل الإعلام التقليدية خاصة التلفزيون أكثر سبقا وذلك لبعض القنوات وليس كلها ، كما يبين آخر بأن الإعلام الرقمي تكون فيه فوضوية المحتوي كبيرة بسبب عدم وجود نظم وقوانين تحد من التزامه وتنظيمه أما عن انعدام المعالجة فتكون في التقليدي لأنه يكون موجه وغير عفوي ويتبع أجندة معينة ومقصودة ويذكر آخر بأن من إيجابيات الإعلام الرقمي السابق الصحفي وتجدد الأخبار بشكل ابي وسريع رغم السلبيات الذي تعتريه من ناحية تنظيمية كفوضوية المحتوي وانتهاك الملكية الفكرية وانعدام المصداقية أحيانا، ويبين آخر بأنه للوهلة الأولى قد تبدو معظم السلبيات المذكورة تنطبق على الإعلام الرقمي في حين نجد أن الإيجابيات المذكورة تنطبق عليه أيضا لكن ذلك لا يستقيم فكلاهما - السلبية والإيجابية - تتفاوت من الإعلام التقليدي والرقمي وان كان الرقمي يتفوق على التقليدي في النواحي الإيجابية المذكورة .

كما يقيم احد الاكاديميين العلاقة ويقول بقدر محافظة الإعلام التقليدي على استخدام أساليب التعبير الإعلامي الموضوعية والتوثيق وثراء المضمون الإعلامي وتنوع المصادر والحفاظ على الملكية الفكرية، وهذه نقطة تنافس كبيرة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، ولكن الإعلام الرقمي أكثر عرضة من الإعلام التقليدي لانتهاك الملكية الفكرية، وهو في كثير من الأحيان لا يهتم بتوثيق المعلومات، كما أنه لا يعتمد في بعض الأحيان الموضوعية المناسبة لمعالجة بعض القضايا الحساسة أو نقل الأخبار، وبالتالي فهو أقل من الإعلام التقليدي موثوقية الطرح، بالإضافة إلى أنه قد يقع في فخ شخصنة الموضوعات لعدم وجود قيود واضحة تحكمه، خاصة وأن الإعلام الرقمي يهتم كثيراً بتحقيق السبق الصحفي، وتنوع مصادر الخبر، كما أنه يستفيد من تفوقه في خاصية الفورية في تحقيق السبق الصحفي، وثراء المضمون الإعلامي، وتجدد الأخبار، وفي المقابل يتكامل الإعلام

التقليدي والإعلام الرقمي معاً في نقطة ثراء المضمون الإعلامي، فكليهما يستفيدان من بعضهما البعض في هذا الجانب.

سادساً: مسار التكامل والتنافس لسياق القوانين والتشريعات الضابطة للعمل الإعلامي لكل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي : وللإجابة على السؤال السادس والذي تضمن مسار سياق القوانين والتشريعات الضابطة للعمل الإعلامي ، كان تقييم الأكاديميين كالتالي:

يجمع اغلب الأكاديميين من كل الأقسام وبالكامل في القوانين والتشريعات الضابطة للعمل الإعلامي بان هذه القوانين والتشريعات توجد أكثر في وسائل الإعلام التقليدية أكثر منها في أدوات الإعلام الرقمي.

يوضح أحد الأكاديميين بأن التشريعات والقوانين موجودة أكثر في الإعلام التقليدي لقدمه كما انه أكثر انضباطاً وتقنياً بحكم الضبط في الإدارة وتبعيته لمؤسسة إعلامية معينة أما الرقمي فما زال جديداً . ، ويذكر بالمقابل آخر اذا ما اعتبرته بان الإعلام الرقمي من ضمنه كل شبكات التواصل الاجتماعي فانه يمكن القول بان هذ الشبكات توجد بما بعض الضوابط التي تحاول ان تلزم القائمين بالاتصال فيها من مدونين ببعض القوانين والالتزامات كما هو موجود في إدارة الفيس بوك واليوتيوب وتويتر وحجب بعض المضامين كالعنصرية والعنف والتي قد تنتهك اللوائح لكنها تظل فقط في تلك الشبكات ولكن يظل الأكثر التزاماً بالقوانين هي القنوات الفضائية المحترفة ، كما يبين آخر أنه في الإعلام التقليدي توجد قوانين مكتوبة وموضوعة من قبل الحكومات والدولة تحكم العمل الإعلامي في الوسائل التقليدية وفيه نقابات وأصول للعمل النقابي وأخلاقيات المهنة وتدرس، لكن في الإعلام الرقمي لا توجد قوانين جديدة وتشريعات تحاول أن تنظم العمل فيه وبالتالي نحن نرى العديد من المخالفات والكثير من التحديات فلا يوجد محاسبة ومسؤولية كما في التقليدي .

ويعتقد آخر بأن الإعلام التقليدي يبدو الأعلى لعباً في هذا المسار ... وربما لتاريخ وتراكم ممارساته وبالتالي غني وكثرة تشريعاته وقوانينه ويتفق معه آخر ويقول : تضع كل الدول قوانين وتشريعات لتنظيم العمل الإعلامي وتختلف هذه القوانين من دولة الى أخرى لكن بشكل عام يمكننا القول أن الإعلام التقليدي يتفوق على الإعلام الرقمي في تطبيق القوانين والتشريعات الإعلامية ، ويذكر آخر بأن هناك العديد من القوانين التي تحاول أن تنظم العمل الإعلامي في الإعلام الرقمي وهي

قوانين وتشريعات ناضجة وليست حديثة العهد رغم عدم التزام البعض بها ولكنها موجودة ومعروفة ومتفق عليها ولكن مع وجودها لا يزال العمل جاري عليها من قبل الإعلام الرقمي في بعض الدول النامية وتحديدا على تأسيس وحدات للجرائم الإلكترونية وسن قوانين محلية خاصة بذلك ، ويبين آخر بأن الإعلام التقليدي له الكثير من القوانين والتشريعات الضابطة التي تحكم مسار عمله منذ فترات سابقة لأنها وسائل غالبيتها تتبع الدول والحكومات ، بينما الإعلام الرقمي لا يتمتع بهذه الخاصية لكن الملاحظات القضائية ممكنة في المجالين .

كما يقيم أخير بان الإعلام التقليدي يتفوق في سياق التشريعات والقوانين التي تحكم مساره وتطبيقاته، وذلك لسبقه الزمني للإعلام الرقمي من حيث النشأة، إذ تنظم القوانين والدراسات الدولية العملية الإعلامية في الإعلام التقليدي وتحكمها بالكامل حفظاً على الحقوق والحريات، بينما لا يوجد إلا بعض الأحكام المنظمة للإعلام الرقمي، لذلك يعتمد الإعلام الرقمي بالكامل على القوانين والدراسات المنظمة للإعلام التقليدي، ومنها يستمد ضوابطه الحالية، وهذه هي نقطة التكامل بين النوعين.

سابعاً: تقييم مسار التكامل والتنافس بشكل عام بين وسائل الإعلام التقليدي وظهور أدوات الإعلام الرقمي: وللإجابة على السؤال السابع، كان تقييم الأكاديميين في محاور كالآتي: يوضح أحد الأكاديميين بان العلاقة جدلية وعملية الفوز والهزيمة غير موجودة ويحددها نوع الخبر المهم ويكاد يكون الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وأرجحية وبشكل موثوق للمتلقي وخاصة في التلفزيون إلا إذا كان الخبر المعروض في الإعلام الرقمي تصحبه الصور واللقطات الحقيقية فهنا تتحقق المصداقية.

ويؤكد آخر أن المسألة من حيث التكامل ترتبط بالعديد من المعايير البنية التحتية الاتصالية للاتنين وأخلاقيات المهنة والتشريعات أما التنافس فالإمكانيات لا بد أن تكون متقاربة فمثلا التقنيات المتوفرة في الإعلام الرقمي وتطورها تفوق التقليدي عشرات المرات وبالتالي يمكن القول التكاملية نسبية والتنافسية نسبية.

ويذكر أربأناً هناك قاعدة تقول لا يمكن لوسيلة أن تلغي أخرى فمثلا التلفزيون لم يلغي الإذاعة والسينما وكذلك الإذاعة لم تلغي الصحافة هناك معيار يسمى طريقة التلقي يختلف بحسب الزمان والمكان فمثلا عند قيادة السيارة يتم الاستماع للإذاعة وهناك من يشاهد التلفزيون في البيت



لمشاهد مسلسل مثلا نظرا لكبير حجم الشاشة، المسألة هي أن كل فترة زمنية معينة تستحوذ وسيلة على المتلقي وتحمل مزايا جديدة لم تكن موجودة في الوسيلة التي قبلها وهذا ما أحدثته الشبكة المعلوماتية والإعلام الرقمي وأدواته الجديدة التي تستحدث من حين لآخر وتفتح آفاق متنوعه لهذا المتلقي والذي بدوره يستقبل كل ما يراه مناسب وخصوصا مع تطور الهاتف الذكي وقيادة الخوارزميات في الهاتف لما يريد أن يراه أو يهتم به ويمكن القول بان العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي هي علاقة تنافس ولكن من حيث المضامين وعلى الصعيد التقني وكذلك التلقي فكل منهما يحاول أن يجذب الجمهور اليه بحسب خصائصه.

ويبين آخر بأن العلاقة هي علاقة تكاملية صرفه خاصة في إرسال واستقبال الأخبار والمعلومات بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي فقد يرسل أحد المشهورين تغريده مثلا لمعجبيه على تويتر تناقش قضية ما وتحاول وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون أن تنشر هذه التغريدة وتعرض اهم التعليقات.

ويشير آخر بان التنافس يكون من حيث أن الإعلام الرقمي متاح للجميع في التعبير عن الآراء والمعلومات وفي سرعة نقل الخبر غير ما يحدث في الإعلام التقليدي والذي تفرض عليه العديد من القيود والرقابة وتكون فيه العملية أبطأ، أما التكامل ففي إرسال واستقبال المضامين بينهما. ويقول آخر لا شك بان هناك حالة من التكامل فالأعلام التقليدي حاول ولا يزال يحاول الاستفادة من الإعلام الرقمي وبالعكس، وكذلك سيظل التنافس الكبير موجود فكل وسيلة تحاول أن تبقى موجودة رغم تنبؤ البعض كمؤسس نتفليكس مثلا بان القنوات الفضائية والتلفزيون ستختفي تماما بعد عشر سنوات من الآن بسبب وجود منصات البث أو الفيديو.

ويعتقد آخر بان أدوات الإعلام الرقمي تعتبر داعم لوسائل الإعلام التقليدية في نشر نفسها والوصول الى مساحات ابعد وفي التطوير من أساليبها المهنية وفي تقديم خدمات بشكل افضل مما كانت عليه كما أن هذه الأدوات لن تستطيع أن تحفي هذه الوسائل التقليدية لان هذا الوسائل وجدت تقنيات جديدة جعلت من التلفزيون داخل الهاتف وفي شاشة صغيرة بفضل تقنية النقال نفسه ، وفي المقابل لابد من القول بان الإعلام الرقمي لا يمكن أن يكون له أي استخدام بدون وجود الإعلام التقليدي لان اغلب ما يقدم في الرقمي هو مادة صحفية أو مادة إذاعية أو تلفزيونية وبالتالي هي فرصة للتقليدي لتطوير شكله ومضامينه .

وفي المقابل لا يعتقد آخر بان هناك تنافسا بالمعني الكامل للمفهوم يمكن أن يكون موجود بين الإعلامين، بقدر ما هو تكامل الى حد بعيد إذ لا يمكن لاي منهما. أن يستغني عن الآخر - على الأقل في هذا العصر الذي نعيشه - فكلاهما لا غني له عن الآخر فحتي الآن لم تستطع الصحافة الإلكترونية التغلب بشكل مطلق على الصحافة الورقية وان كان ذلك وشيكاً.

ويقيم آخر بأن أدوات الإعلام الرقمي لم تلغي وسائل الإعلام التقليدي وخاصة عند المتلقي المدرك والمفسر والحلل للمضامين الهادفة والموثوقة والذي بدرك جيدا بان سرعة وحداثة الإعلام الرقمي لن تقضي على رونق الإعلام التقليدي ومصادقته ومضمونه ولكن من الأفضل الاستفادة من مزايا الإعلام الرقمي في السرعة وتحقيق التكامل

ويتفق آخر على أن الإعلام التقليدي يواجه منافسة قوية من الإعلام الرقمي فلا يخفي على أحد ما يميز الإعلام الرقمي من خصائص تتمثل في السرعة وعمق المحتوى وسهولة الوصول الى المعلومات في المقابل نلاحظ بعض الجمود للإعلام التقليدي لذلك عملت معظم وسائله وخاصة التلفزيون على تناول ما يعرض في أدوات الإعلام الرقمي، فمن الممكن إحداث التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

كما يوضح آخر بأن بنية الإعلام اليوم تسهم بمحتوي عالي من التكامل والمنافسة بين الإعلام التقليدي والرقمي لاسيما بعد توجه عدد كبير من وسائل الإعلام التقليدي الى التواجد والحضور الرقمي واستغلال التقنيات الرقمية كما أن المنافسة تزداد بشكل قوي ومؤثر لصالح الإعلام الرقمي في كسب القطاع الأكبر من الجمهور.

كما يري آخر أن العلاقة بين الاثنين علاقة تكاملية أكثر إذا كانت الرقمية تابعة لأخري تقليدية مثل قناة BBC وموقعها على الإنترنت فلأعلام الرقمي ماهوا إلا تطوير للإعلام التقليدي ينافسها أحيانا ولايزال الإعلام التقليدي أكثر دقة وثقة في المعالجة والمهنية اذا ما قارناه بالرقمي وأدواته (سناب شات - الفيس - تك توك - الواتس أب) والذي يخضع لآراء أشخاص فقط دون دقة.

ويقيم آخر العلاقة بتكامل الإعلام التقليدي مع الإعلام الرقمي في تدعيم الرسالة الإعلامية التي يقدمها كل منهما، حيث يستفيدان من خصائص بعضهما، ويكملان الناقص في كل منهما بالاعتماد على الجوانب الإيجابية المتوفرة لدى الطرف الآخر.. ويتحقق هذا التكامل يبرز التنافس في تطويع خصائص كل نوع لجذب أكبر عدد من الجمهور.

### خلاصة النتائج:

- اجمع اغلب الأكاديميين من كل الأقسام وبأغلبية ساحقة على أن شبكة الإنترنت والشبكات الإلكترونية والمدونات والمنتديات والتي تدخل من ضمن السياق التقني يتم الاعتماد عليها من قبل أدوات الإعلام الرقمي بشكل كامل وأكثر من الإعلام التقليدي ماعدا تكنولوجيا الاتصال الرقمي والتي اتفق أربعة منهم على أن أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية أي الاثنين يعتمدان على هذه التكنولوجيا.
- اتفق اغلب الأكاديميين وبأغلبية كبيرة على أن حق الرد والمشاركة التفاعلية ونقد المضامين الإعلامية والتعليق على المواد المنشورة آلية لقياس اتجاه الجمهور وإجراء سبر الآراء الالكترونية وحرية التعبير والتي تدخل من ضمن السياق التواصلي والتلقي موجودة في الإعلام الرقمي أكثر من الإعلام التقليدي ماعدا نقطة الاتصال بالمواد والمندوبين والمراسلين والتي اتفق معظمهم بأنها موجودة ويعتمد عليها في الإعلام التقليدي أكثر.
- كما أكد اغلب الأكاديميين وبأغلبية مرتفعة على أن الإعلام الرقمي يدعم لنشر الأخبار واسرع في آلية التسويق ويعد مصدر لاستقاء الأخبار وكذلك في إرسال واستقبال المضامين الإعلامية وهي كلها تخص السياق الوظيفي.
- أشار اغلب الأكاديميين على أن تحديات القيود والرقابة موجودة في الإعلام التقليدي أكثر من الإعلام الرقمي كما أكد الأغلبية بان تحديات المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات و تحديات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال وتحديات المهنية والاحتراف و تحديات مصدرة الأخبار وتحديات مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية كلها توجد أكثر بالإعلام الرقمي وبدرجة كبيرة.
- بين اغلب الأكاديميين في الإيجابيات بان تنوع مصادر الخبر وتجدد الأخبار وثراء المضمون الإعلامي والأنية والسبق الصحفي موجودة كلها أكثر في الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي، أما بالنسبة للسلبيات فيجمع اغلب الأكاديميين بان فوضوية المحتوى وانتهاك الملكية الفكرية وغير موثوق في الطرح وشخصنة المواضيع كلها موجودة في الإعلام الرقمي ماعدا انعدام الموضوعية في المعالجة موجودة في الإعلام التقليدي أكثر.

- أكد اغلب الأكاديميين وبالكامل في القوانين والتشريعات الضابطة للعمل الإعلامي بان هذه القوانين والتشريعات توجد أكثر في وسائل الإعلام التقليدية أكثر منها في أدوات الإعلام الرقمي.
- يمكن تقييم العلاقة بتكامل الإعلام التقليدي مع الإعلام الرقمي في تدعيم الرسالة الإعلامية التي يقدمها كل منهما، حيث يستفيدان من خصائص بعضهما والجوانب الإيجابية المتوفرة فيهما وفي تقنية الاتصال الرقمي وخصوصا في المواقع الرقمية التي تفتحها المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية وكذلك تناول ما يعرض في أدوات الإعلام الرقمي في التلفزيون والإذاعة.. كما أن أدوات الإعلام الرقمي تعتبر داعم لوسائل الإعلام التقليدية في نشر نفسها والوصول الى مساحات ابعد وفي التطوير من أساليبها المهنية وفي تقديم خدمات بشكل أفضل مما كانت عليه كما أنها علاقة تكاملية خاصة في إرسال واستقبال الأخبار والمعلومات بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي.
- أما ما يخص التنافس فيمكن تقييم العلاقة بان الإعلام الرقمي غالب وبشكل كبير في التعبير عن الآراء والمعلومات وفي سرعة نقل الخبر غير ما يحدث في الإعلام التقليدي والذي تفرض عليه العديد من القيود والرقابة وتكون فيه العملية أبطأ، كما أن المنافسة تزداد بشكل قوي ومؤثر لصالح الإعلام الرقمي في كسب القطاع الأكبر من الجمهور، فأدواته الجديدة التي تستحدث من حين لآخر وتفتح آفاق متنوعه لهذا المتلقي والذي بدوره يستقبل كل ما يراه مناسب وخصوصا مع تطور الهاتف الذكي تجعل المنافسة تذهب اليه ، بالرغم أن كل منهما يحاول أن يجذب الجمهور اليه بحسب خصائصه ، كذلك إن عملية الفوز والهزيمة غير موجودة ويحددها نوع الخبر المهم ويكاد يكون الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وأريحية وبشكل موثوق للمتلقي وخاصة في التلفزيون إلا اذا كان الخبر المعروف في الإعلام الرقمي تصحبه الصور واللقطات الحقيقية فهنا تتحقق المصداقية ، أيضا يكون التنافس في التشريعات والقوانين الحاكمة في الإعلام التقليدي .
- كذلك يمكن القول بانه لا يمكن لوسيلة أن تلغي أخرى فمثلا التلفزيون لم يلغي الإذاعة والسينما وكذلك الإذاعة لم تلغي الصحافة، كما أدوات الإعلام الرقمي والتي لم تلغي وتخفي وسائل الإعلام التقليدي وخاصة عند المتلقي المدرك والمفسر والحلل للمضامين الهادفة والموثوقة وبالتالي يمكن القول بان التكاملية نسبية والتنافسية نسبية تختلف فيما بين الإعلام التقليدي والرقمي بحسب تطورهما وجذبهما للجمهور وكذلك خصائصهما.

التوصيات:

- أن الإعلام التقليدي قادر على المحافظة على جمهوره مستقبلا وذلك بتوفير هامش حرية أكبر، وكفاءة رفع تدريب العاملين، والحياد واستقلالية الموقف الإعلامي، والفورية في نقل الأحداث.
- زيادة الاندماج بين الإعلام التقليدي وتقنيات الإعلام الرقمي والتعرف على مآلات وتمدد أدوات الإعلام الرقمي.
- مطالبة وسائل الإعلام التقليدي بنوع من مراجعة الذات، وإلا فالنتيجة أنه سيفقد المكانة التي كان يحتلها حاليا لصالح الإعلام الرقمي.
- أن على المؤسسات التقليدية أن تلجأ إلى تعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم والتغيرات التكنولوجية ومن ثم رغبات الجمهور وفق ذلك، وإلا فإنها سوف لن تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية المتلاحقة التي تميز الإعلام الرقمي.
- إيجاد لوائح وقوانين وتشريعات تزيد من تنظيم أدوات الإعلام الرقمي من الفوضوية وانتهاك الملكية الفكرية وفقدان المصداقية الإخبارية.

## المراجع

1. صليحة ، شلواش، (2021) ، تمثلات الطالب الجامعي الجزائري للعلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، مجلة المعيار ، مجلد 25، عدد 55، ص 476
2. زكريا، طفياني، (2021)، قراءة في تجاذبات العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلد 3، العدد 2، جوان ص ص 1-22
3. عبد اللطيف، رمضان ومحمود، (2020)، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي .مجلة البحوث الإعلامية، 55، (55ج1)، 101-180.
4. حسين، احمد إسماعيل. (2019)، مستقبل الإعلام التقليدي في ظل فاعلية الإعلام الجديد، *Journal of Al-Azhar University-Gaza (Humanities)*, 21(1), 8.
5. زرن ، جمال ، (2017)، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات ، ص ص -21  
<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>

6. سيد أمين، غادة، (2017)، دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، بكلية الإعلام، القاهرة، ص 7.
7. الغامدي، قينان، (2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، ص ص 1-29
8. الشمالية، ماهر، وآخرون، (2015)، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1ط، ص 14.
9. اللحام، محمود، ومروى، (2015)، الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، 1ط، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 52
10. حمزة، عبد اللطيف، (2002) الإعلام تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، د ط، ص 14-15
11. Terry ، Flew (2008)، New Media ,an introduction ,Oxford , University Press , pp , 9-28.
12. علاء الدين، محمود، (1994) تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر، عدد خاص من الإعلام المعاصر، الكويت، د ط، ص ص 151-118
13. البكري، هديل، (2021)، موقع موضوع، /<https://mawdoo3.com/>
14. منصور، حسن، (2021)، نحو نظرية اتصالية في التوازن الوظيفي فرضيات جديدة في بيئة الإعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، 77، ص ص 769-771
15. البياتي، خضير، (2014)، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 1ط، ص 390
16. المنصور، محمد، (2012) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الداغرك، منشورة، كلية الآداب والتربية، ص ص 91-94
17. بركات، نوال، (2016)، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية: دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 174.
18. [http://25high-school.blogspot.com/2015/11/blog-post\\_30-43.html](http://25high-school.blogspot.com/2015/11/blog-post_30-43.html)، **ثروت ، روان، (2015)**
19. مونيستر، للمعلومات، (2019)، <https://www.monstertecnology.com/2019/09/TikTok.html>

20. بن مرسلې ، حمد ،(2010)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص ص 286-287
21. قاسم، حسن علي، (2021)، تقييم صنّاع الدراما لأثر استخدام المنصات الرقمية في مستقبل صناعة الدراما، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، (77)2021، الجزء الثالث - المجلد الثاني، ص 718
- عبيدات، محمد وأخرون ، (1999)، منهجية البحث القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ص48