

الفصل الأول  
ماهية الإعلام الآلى



## الفصل الأول ماهية الإعلام الآلي

الإعلام الآلي هو علم يهتم بالمعالجة الآلية للمعلومات. نسمي معلومة كل شيء له معنى بالنسبة للإنسان. في مجال الإعلام الآلي تكون المعلومة على شكل نص، صورة، صوت، فيديو، أو رموز.

أما الإعلام الإلكتروني يصعب حصره للأسباب التي تؤكد أنه إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به وأداؤه بالشكل الأمثل، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديدا إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي ٢٠٠٨ و٢٠٠٩ والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي تعمل على أنها مؤسسة ربحية تصرف من مداخيلها. أثبت الإعلام الإلكتروني في سنوات عمره القليلة (تم التعرف على أن عام ١٩٩٢ هو عام ظهور أو صحيفة إلكترونية في العالم)، أثبت أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيرا ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلا لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص.

كشفت دراسة ألمانية حديثة أن الإنترنت أصبح أهم وسيلة إعلام متعددة المهام بالنسبة للشباب، بينما تراجع الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية في حياة معظم الشباب بألمانيا. وأظهرت الدراسة التي نشرت نتائجها أمس الخميس أن ٩٣٪ من الشباب في ألمانيا يستخدمون الإنترنت يوميا، كما أشارت الدراسة إلى تزايد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت بالنسبة للشباب. وفي المقابل يطالع ٢١٪ فقط من "جيل الشبكة العنكبوتية" الصحف، و٦٪ المجلات.

ورغم أن التلفزيون والإذاعة ما زالا يتم استخدامهما كثيرا، فإن أهميتهما تتراجع أمام الإنترنت، حيث أظهر الاستطلاع أن ٥٧٪ من الشباب يشاهدون التلفزيون يوميا، بينما يسمع الإذاعة نسبة ٤٢٪ فقط.

ومن ناحية أخرى كشفت الدراسة أن من أهم الأمور التي يوليها الشباب اهتماما في حياتهم هي الشعور بالأمن والاستقرار الوظيفي والاستمتاع بالحياة الخاصة. وأظهرت الدراسة أن الصداقات الحميمة تمثل أهمية خاصة بالنسبة لـ ٩١٪ من الشباب، كما يرى ٨٤٪ منهم أن الحصول على وظيفة آمنة من الأمور المهمة في الحياة. ويحرص ٥٤٪ من الشباب على تحقيق الأمان المالي من خلال الالتحاق بوظيفة ذات راتب مرتفع، بينما يرى ٥٨٪ منهم أن توفير وقت كاف للحياة الخاصة أمر مهم بالنسبة لهم.

أجرى الدراسة شبكة التواصل الاجتماعي "في.زد". وشملت الدراسة، التي تعتبر الأكبر من نوعها في ألمانيا بحسب بيانات الشبكة، نحو ٣٠ ألف شخص تتراوح أعمارهم بين ١٤ و ٢٩ عاما. وتم إجراء الدراسة، التي استطلعت آراء الشباب عبر الإنترنت، بالتعاون مع شركة "إيكون كيدز أند يوث" الدولية المتخصصة في أبحاث الشباب.

أظهرت دراسة ألمانية أن ثلث مستخدمي الإنترنت من الشباب تعرض مرة على الأقل للتحرش عبر الإنترنت. وحسب الدراسة التي أجراها خبراء شركة تشنيكر كرانكنكاسه تي كيه للتأمين الصحي في ألمانيا فإن واحدا من بين كل عشرة من مستخدمي الإنترنت تحرش بأخريين يوما ما عبر الإنترنت في حين لا يستبعد واحد من كل خمسة من مستخدمي الإنترنت أن يضايق الآخرين إلكترونيا ذات يوم. شملت الدراسة نحو ألف شخص في سن ١٤ إلى ٢٠ عاما في ألمانيا. وجاء في الدراسة أن المضايقات الشخصية التي كان يتعرض لها تلاميذ في الفصول المدرسية من قبل تحولت في القرن الحادي والعشرين إلى تحرشات عبر الإنترنت يقوم خلالها الفتيان والشبيبة بالهجوم

إلكترونيا على نظرائهم عبر الشبكة العنكبوتية. وكثيرا ما يصاب ضحايا هذه التحرشات باليأس والإحباط والعجز والأرق والصداع.

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني المقروء والمرئي والمسموع، الذي يعتبر ظاهرة اعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها.

ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الاعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الاعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي ك (تويتر، الفيسبوك) كوسيلة للتواصل بين الناس حيث جعل من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر مواده الاعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي.

أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهميه كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو (ثقافة الميديا)، أصبح مستخدموا الانترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فالقنوات التلفزيونية أمكن لها أن تبث برامجها عبر الموبايل؛ وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الاعلام، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الانترنت، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز

قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته، فالعصر الحالي يعد بحق عصر الإعلام الإلكتروني، إعلام المستقبل، والعالم أجمع يتجة اليوم بشكل عام نحو الانترنت وتطبيقاته في المجالات المختلفة. يمكن ان نطلق مفهوم الإعلام الإلكتروني مجازيا على ماسبق ذكره . لكن الأشمل ولماحيويه من كافة فنون الصحافة والاذاعة والتفاز اندمجت في قالب واحد حيث تعقدت التفرقة بينها بشكل هائل فهل تكون نشر صحفي ام اذاعي ام تلفازي وتحت اي مفهوم تندرج لذلك ومن منطلق الشمولية يمكن ام نقول اعلام رقمي يستخدم من قبل اي شخص وفي اي وقت .

### **مفهوم الإعلام الإلكتروني**

نظرا لحدائثة مصطلح الإعلام الإلكتروني فقد اختلف العلماء والخبراء في وضع تعريف محدد له، ولكننا سنركز على تعريف اللجنة العربية للإعلام فتعرف الإعلام الإلكتروني بأنه: (الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون ويشمل الاشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية). ويمكن وضع تعريف مختصر للإعلام الإلكتروني (هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الالكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وافراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير).

### **نظرية الاعلام الالكتروني**

أولاً: أطر المديات العامة لنظرية المجال العام بوصفه نظرية الاعلام الالكتروني إن الاسس النظرية للإعلام الإلكتروني مبنية على النظرية التي صاغها الفيلسوف الألماني المعاصر يورغن هابرماس والتي تسمى بنظرية المجال العام. حيث كثرت الحوارات والمناقشات العلمية حول مفهوم المجال

العام منذ أن قام هابرماس بنشر كتابه التحول البنائي للمجال العام ، عام ١٩٨٩ (Structual Trnsformation of the Puplic Sphere).

وكان قد سبق نشر هذا الكتاب باللغة الألمانية عام ١٩٦١ ، ولكن ذيوع المفهوم وإنتشاره ارتبط بالترجمة الإنجليزية التي صدرت عام ١٩٨٩ ، وأصبح مصطلح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة. إذ يشرح النظرية كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص تتم فيه صناعة منتج إعلامي قادر على إختراق العقول و إيهاهما و إبعادها عن الحقائق ، كما أكد فيها أن وسائل الاعلام الالكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور مما يعني أن ثقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في إزدیاد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب لاعتبارات عدة ، إذ تشير الاحصائيات التي جرت مؤخرا بأن أكثر من ٨٠٪ من فئة الشباب يفضلون التعامل مع الإعلام الإلكتروني ، لأنه يتيح لهم إمكانيات تفاعلية عديدة مثل الدردشة والتعليق بسرعة والتزامنية الشديدة ، مما يؤكد بأنه المستقبل للإعلام الإلكتروني.

طور هابرماس مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يتبادلوا الآراء بطرق تهتم المجتمع كله وهو ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام ، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا الاعلامية والسياسية المشتركة. وتحاول النظرية أن تشرح الأسس الاجتماعية للديموقراطية من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة. وقد دعم الانترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا

التي يهتمون بها ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوق بها الانترنت على وسائل الاعلام التقليدية فالانترنت دعم مفهوم ديمقراطية وسائل الإنتاج الإعلامي ويُسّر فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادي الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم فسااحات النقاش والمنتديات والمجموعات البريدية كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدها الانترنت فدعم من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات وتشمل أجندة الاهتمامات التي يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية والثقافة بكافة أشكالها.

يؤكد هابرماس على الدور الكبير لوسائل الاعلام في المجال العام، إذ تقوم وسائل الإعلام (كمجالات عامة) بدور مزدوج، فهي تقوم بأتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضا تثقل رأي السلطة وتوجهاتها للمواطنين. أن دور وسائل الاعلام التقليدية (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، المجلات) في الديمقراطية الحديثة قلت ، وقد أثيرت تساؤلات هامة حول قدرتها كمواقع للنقد الإعلامي أو الجدل المنطقي، إن الديمقراطية أصبحت الأيدولوجية السائدة في الحياة الاعلامية الحديثة ومع ذلك فالفجوات بين الأيدولوجية والممارسة ظاهرة لان دور وسائل الإتصال الجماهيرية في دعم النماذج الديمقراطية لم تلغ وجود المراكز القديمة للمجال العام، لكنها لم تعد أماكن للنقد السياسي أو الجدل المنطقي. فمثلا التلفزيون يبعد الأفراد عن بعضهم فالجدال العام في التلفزيون والصحف ينتج القليل من الجدل المنطقي الإنتقادي حسب نظرية هابرماس. وبدلا من إعداد تقارير عن السياسات فإن وسائل الاعلام أصبحت مشاركا فعالاً في العملية السياسية من خلال دورها في الانتشار، وأصبحت هامة للحياة السياسية والسياسيين. فالأحداث التي يتم تناولها في التلفزيون يمكن أن تحدث قدراً من التأثير التلفزيوني فالمجادلات والمناظرات التلفزيونية تسمح لوجهات النظر المختلفة أن تتصادم فيحدث التأثير لكن

يبقى دور التليفزيون في تشكيل الارادة العامة أو الراي العام دور بسيط ،  
فاختيار الموضوعات في التليفزيون يعكس نفوذ المعلنين حتى أن برامج  
الجمهور في التليفزيون التي تقدم منتدى للجماعات المهمشة تحكمها بعض  
القيود رغم أن هذه البرامج يمكن أن تقدم فرص للمواطنين للمشاركة  
خاصة المواطنين الذين يشعرون بأن حقوقهم الديمقراطية مفقودة.

بالنسبة للصحافة فإنها كمهنة يمكن أن تلعب دوراً في حفظ المجال  
العام إلا أن ما يحد هذه القدرة هو الاتجاهات التجارية التي تسيطر على  
الصحافة ووسائل الاعلام والتي تهدد التوازن داخل هذه الوسائل بين  
الاهتمامات العامة للدولة والمواطنين وبين مصالح المعلنين.

### نقد نظرية المجال العام

١. إن نظرية المجال العام تنطبق على فترات معينة في التاريخ الأوروبي فقط.
٢. بظهور التناقضات الاجتماعية في هذه النظرية فإن الحوار يفقد سمة  
المنافسة والعقلانية الخالية من السيادة والسلطة مما يسبب اختراقاً بين الدولة  
والمجتمع بشكل متزايد.
٣. كمفهوم يحتاج أن يتم فهمه كوضع بنائي مما يتطلب إعادة النظر في  
فكرة هابرماس للمجال العام كي تتضمن جماعات اجتماعية أكثر مما  
يسمح بتأكيد الصراع الاجتماعي الذي يكون موجوداً في المجال العام،  
وعلى الرغم من الانتقادات السابقة وغيرها إلا أن هابرماس بدراسته حول  
التحول البنائي في المجال العام قدم مفهوماً جديداً داخل العلم الاجتماعي  
بتخصصاته مما دفع العديد من الباحثين والسياسيين والعلماء بالاشتغال بهذا  
المفهوم الجديد.

## خصائص الاعلام الالكتروني

يتمتع الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن بقية أنواع الإعلام الأخرى وهي :

١. **خاصية التوفر:** فالاعلام الالكتروني متوفر دائماً إذ يمكن للاعلامي أو المواطن أن يحصل على أية معلومة تم نشرها على موقع الكتروني أو صحيفة الكترونية دون طلب الرخصة لاعطائه تلك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرسيفاً إعلامياً إلكترونياً للجميع دون قيود.

٢. **خاصية الشمولية:** أي التنوع والشمول في المحتوى، إذ كان الإعلامي في الاعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود فسحة كافية أو مساحة مخصصة لطرح موضوع أو إنجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، لكن بفضل الانترنت الذي سمح بإنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات الكترونية.

٣. **خاصية المرونة:** تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنت) إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الاجرائية التي تعترضه، وكلما ازدادت قدرات الكومبيوتر تزداد مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية، أما على المستوى الإعلامي فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيراً مع ظهور الانترنت الذي سهل كثيراً من عمليات تركيب الصور وتعديل الأصوات وغيرها.

٤. **خاصية الانفتاحية:** ونسبة كبيرة منه تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، وهو نوعاً ما مجاني وساهم إلى حدود معينة في

إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس المال والشركات الكبرى والحكومات على الإعلام في العالم.

٥. **خاصية الانسيابية من الرقابة:** إذ أعطى الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الاعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم ، فهو يتميز بسرعة تغطية الاحداث ونقل الخبر بشفافيه بدون قيود وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها ، وسمح للفرد من إبداء رأيه دون قلق أو خوف من الملاحقة وللقند والتعليق على الموضوع الالكتروني.

٦. **خاصية التعددية الثقافية:** فالإعلام الإلكتروني يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري، إذ روج لثقافة احترام الرأي الآخر عن طريق توفير فرص التفاعل والمدخلات المستمرة والتواصل بين الإعلامي والجمهور وبطرق مختلفة ، وأعطى فرصة للجمهور من مختلف شرائح المجتمع لأن يكونوا إعلاميين من خلال مساهماتهم وكتابتاتهم وتقديمهم البرامج الاعلامية المحترفة وتبادلها فيما بينهم وعدم اقتصارها على النخب.

٧. **خاصية التواصلية:** ساهم الاعلام الالكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين مع الآخر حيث أتاحت التكنولوجيا الرقمية أداة تمكن الجمهور من التعبير عن رأيه حول المادة المقدمة من حيث تبادل التعليقات وتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل التجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف والتعود على تقبل الآخر مهما اختلفت وجهات النظر.

٨. **خاصية التطور السريع:** ان الاعلام الالكتروني يتطور بشكل سريع ومتواصل وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها بحيث اصبح الاداة الاساسية في تسيير الاقتصاد الرأسمالي المعولم والادارة الحكومية وذلك بفضل الانترنت الذي يعتبر وسيلته الاساسية ، فالاحصائيات والدراسات

العالمية تشير إلى ان استخدام الانترنت في العالم يتزايد بشكل كبير جدا، ويتطور بشكل سريع ومتواصل.

٩. **خاصية البناء الثقافي:** إذ يساهم في انتشار الثقافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع وخاصة في مجال التعليم الإلكتروني<sup>٩</sup> (والحقيبة الإلكترونية للطالب، وزيادة استخدام التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية وهي عملية ترويج الأعمال والبيع للعملاء من خلال استخدام الانترنت، بالإضافة إلى ارتفاع أعداد مستخدمي الانترنت بشكل عام وانخفاض تكلفة أسعار النشر الإلكتروني مقارنة بأسعار النشر الورقي.

١٠. **خاصية المستقبلية:** انه اعلام المستقبل، بإعتماده على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، فانتشار أجهزة النشر الإلكتروني ووسائل الإتصال الإلكترونية المحمولة في كف اليد والتي يستطيع حاملها الدخول على الانترنت ومطالعة موقعه الإلكتروني المفضل أو قراءة صحيفته المفضلة من أي مكان وفي أي زمان، وكل ذلك يصاحبه استمرارية انخفاض أسعار هذه الأجهزة.

١١. **خاصية التفاعلية:** سرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة الحدث او الموضوع إذ أدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع محتوى الاعلام ومكّن الجمهور من أن يتفاعل مع المادة الإعلامية من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو وحفظ نسخة من النص وسهولة الرجوع للنص في أي وقت أو إرسالها لشخص آخر، أو التعليق على الخبر أو المقال وقراءة تعليقات وآراء الآخرين على الموضوع.

١٢. **خاصية التحديث:** إذ يتم تحديث وتجديد الأخبار والمواد الاعلامية باستمرار دون مواعيد ثابتة، فالمحتوى الإعلامي الإلكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو، والخلفيات والمعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة، مما يضمن تفاعلاً حقيقياً مع المواد الإعلامية.

## سمات الإعلام الإلكتروني

يتسم الإعلام الإلكتروني بعدد من السمات أهمها:

١. سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي وفي أسرع وقت وأقل تكاليف والنقل الفوري للأخبار والأحداث والوقائع ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل وتحديث وتجديد الأخبار والنصوص الإلكترونية في أي وقت، مما جعله ينافس الوسائل الاعلامية التقليدية.

٢. توفير للوقت والجهد والمال، فالإعلام الإلكتروني لا يحتاج إلى مقر واحد ثابت يحوى كل الكادر الإعلامي لأنه ييثر عبر الانترنت فهو لا يحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة ومتطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحرفين والعمال، مما يقلل ذلك من حجم التكاليف المالية مقارنة بالاعلام التقليدي. وغالبا ما يعتمد الإعلام الإلكتروني على التمويل من خلال الاعلانات.

٣. منحت تقنيات الاعلام الالكتروني عملية رجع الصدى .

٤. إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من إمكانية الحصول على احصاءات دقيقة عن زوار مواقع الإعلام الإلكتروني، ويوفر مؤشرات عن أعداد قرائه وبعض المعلومات عنهم كما تمكنه من التواصل معهم بشكل مستمر.

٥. يوفر أرشيف وقاعدة معلوماتية للإعلامي في كل وقت، إذ يوفر الاعلام الالكتروني فرصة حفظ أرشيف الالكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن يبحث عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع.

٦. فرض الإعلام الإلكتروني واقعا مهنياً جديداً فيما يتعلق بالإعلاميين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الإعلامي المعاصر أن يكون ملما بالامكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنت وللصحافة

الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الكمبيوتر.

٧. إتاحة الفرصة للشباب وشرائح المجتمع كافة للمساهمة بإبداعاتهم وهوأياتهم .

٨. توسيع دائرة التنافس الإعلامي بين المواقع والمنتديات والصحف والمجلات الإلكترونية المختلفة من خلال ما تقدمه من مقالات وبرامج تعليقات تميز أحدها عن الأخرى.

٩. تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي  
**العقبات التي تواجه تطور الإعلام الإلكتروني**

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الإلكتروني إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجه الإعلام الإلكتروني وتحد من تطوره وانتشاره ومن أهمها :

- ندرة الإعلامي الإلكتروني، المزود بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام الإلكتروني بشكل محترف.
- المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، إذ ترجح الكفة دوماً إلى صالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية والأكبر حجماً على مستوى المضمون مما قد تساهم هذه المنافسة في التخفيف من طموح وسائل الإعلام في إحتلال جزء كبير على الانترنت.
- صعوبات الحصول على التمويل، إذ يعاني الإعلام الإلكتروني من صعوبات مادية تتعلق بتمويله وتسديد مصاريفه، وإن عدم توفر دخل من قبل المواقع الإعلامية الإلكترونية يؤثر في عملية تمويله، فأغلب المواقع الإلكترونية على الاعلانات لتحقيق الربح ولكن أغلب المؤسسات والشركات لاتؤمن بالإعلانات على المواقع الإلكترونية وتشعر بعدم الثقة في الإعلام الإلكتروني.

- غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- عدم توفر الامكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.
- الحاجة إلى السرعة في البث الإلكتروني، والسرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة أو الجهة المسؤولة عن الموقع الإلكتروني إلى النجاح أو قد تدفعه إلى الخسارة.
- إنعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني، وعدم خضوعه للرقابة، وذلك أدى إلى الإساءة في استخدام تقنية الإعلام الإلكتروني وإستغلالها لعرض مواد مشبوهة ومخالفة للقوانين والعادات والتقاليد الاجتماعية.
- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع الالكترونية في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي. فليست كل المواقع والمدونات الالكترونية مصدراً للمعلومة، كما أنها يمكن أن تضعف من قوة وسائل الاعلام الحرفية، وأن تتسبب في ضعف أسلوب الكتابة واندثار أخلاقيات الكلمة.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة من خلال الانترنت وظهور الأجيال الحديثة من أجهزة الكومبيوتر المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور.
- أثر سلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية، وتدخله في انشاء الجيل الجديد، من خلال نشر الثقافة الالكترونية بينهم وتداول الموضوعات المختلفة.
- مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على التناقص في عدد الموارد البشرية في المؤسسة الاعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.

- قلة عدد جمهور الإعلام الإلكتروني بالمقارنة بجمهور الإعلام التقليدي، و ذلك نظراً لانحصاره في إطار مستخدمي الانترنت وهم قليلون رغم التزايد المستمر في عددهم.
- قلة الشرعية القانونية الذي يعانيها الإعلام الإلكتروني، مثله مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني.