

The Relationship between the traditional media and social networking sites from the viewpoint of Active Palestinian journalists in the West Bank and Gaza Strip

Mahmoud Fathi Al- Froukh

Arab American University

Abstract: The objective of this study aims mainly to know the relationship between the traditional media and social networking sites from the viewpoint of Active Palestinian journalists in the West Bank and Gaza Strip, and to news to which extent the study sample relied on these sites as a source of news, to achieve the objectives of the study, the reliance on the analytical descriptive approach, a questionnaire was designed and distributed to a random sample of Tow Hundred journalists.

The researchers used the SPSS software to verify the validity of the study hypotheses. The study reached a set of results, hence, The study reached a set of results, the most important of which are :

1.Journalists rely on social media in different degrees, some of whom are always dependent (25%), mostly (40.5%), sometimes (27%), and rarely (5.5%), and some of them do not depend on it at all (2%), while most of them depend on it (98%).

2.political, social and cultural news types are widely obtained from social networking sites.

3.The most important factors behind the accreditation of journalists to social media sites, as a source of news, are: increasing knowledge and access to the latest local and international developments, accessing materials that are not available in other means, Journalist spend time watching listening and browsing SNS, in addition to entertainment and leisure time.

4.Social networking sites have spread and expanded at the expense of traditional media, in a transformational relationship.

In the light of the findings, the study recommended the need to investigate the credibility of news published on social networking sites from other sources before publishing, legislation, and laws related to freedom of expression are needed; to set standards for publishing news on these sites and to awareness of journalists regarding the risks of distortion and publishing Rumors as news, as well as increased attention to traditional media and work to develop and update it to keep pace with social networking sites.

Keywords: traditional media, social networking sites, Palestinian journalists.

العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة

محمود فتحي الفروخ

الجامعة العربية الأمريكية

المستخلص: هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة، ومدى اعتماد هؤلاء الصحفيين على هذه المواقع كمصدر للأخبار، ولتحقيق أهداف الدراسة. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث صُممت استبانة وُزعت على عينة عشوائية من هؤلاء الصحفيين، وذلك وبواقع (200) صحفي عام. واستخدم الباحث برنامج التحليل الإحصائي للبرمجيات الاجتماعية (SPSS)، للتحقق من صحة تساؤلات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1. اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجاتٍ مختلفة، فمنهم من يعتمد عليها دائماً (25%)، ومنهم في الغالب (40.5%)، ومنهم أحياناً (27%)، ومنهم نادراً (5.5%)، ومنهم لا يعتمدون عليها إطلاقاً (2%)، إلا أن معظمهم يعتمدون عليها (98%).
2. الأخبار السياسية والاجتماعية والثقافية من أكثر أنواع الأخبار استخداماً في الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.
3. أهم العوامل وراء اعتماد الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، كمصدر للأخبار، تتمثل في: زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، الوصول للمواد غير المتاحة في الوسائل الأخرى ومشاهدتها أو تصفحها، بالإضافة إلى الاستماع والتسليّة وشغل أوقات الفراغ.
4. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تنتشر وتتوسع على حساب وسائل الإعلام التقليدي، وأن العلاقة ما بينهما هي علاقة إحصائية. وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، أوصت بضرورة العمل على تحري مصداقية الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى قبل القيام بنشر تلك الأخبار، ووضع التشريعات والقوانين ذات العلاقة بحرية التعبير؛ لضبط معايير نشر الأخبار في هذه المواقع، وتوعية الصحفيين بمخاطر نشر الإشاعات وتشويه الأخبار، فضلاً عن زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام التقليدية والعمل على تطويرها وتحديثها لتكون مواكبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام التقليدي، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحفيون الفلسطينيون.

1- مقدمة.

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة منذ منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي نقلة نوعية، وثورة حقيقية في عالم الاتصال، إذ انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام؛ لتخلق نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى. ولا يزال الجدل محتدماً حول طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي وأفاق العلاقة بينهما، ففي الوقت الذي يرى فيه البعض أن العلاقة تقوم على مبدأ "الإحلال" عبر قيام تلك الوسائل بنفس وظائف الإعلام التقليدي هناك آخرون يؤكدون على أن هذه العلاقة تستند إلى مبدأ "التكاملية" من خلال تبادلية التشابك والتفاعل بين وسائنها المتعددة، فيما يرى البعض أن طبيعة العلاقة بينهما تصارعية (عيساني، 2013: 134).

فالقائلون بمبدأ "الإحلال" يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أحدثت انقلاباً جذرياً في مفهوم الإعلام ذاته، فبينما كانت ولا تزال الرسالة الإعلامية موجهة من "مرسل مؤسساتي" إلى "جمهور المتلقين" فإنها صارت تدريجياً تتوجه من "جمهور" إلى "جمهور"، وبمعنى آخر اتخذت مساراً أفقياً - أفقياً بدلاً من مسارها التقليدي (رأسياً - أفقياً) بحكم تفاعلية هذه الوسائل وطبيعتها، وهو اتجاه يهدد وجود صناعة الإعلام التقليدي وينذر بها بالخطر (الغامدي، 2012: 3).

وجود مثل هذا التحول صاحبه مؤشرات واضحة بشأن حجم القلق المسيطر على وسائل الإعلام التقليدية من انتشار وسائط التواصل الاجتماعي، إلى درجةٍ دفعت كثير من المواقع الإلكترونية للصحف وقنوات التلفزة إلى

الارتباط بتلك الوسائط. فعالية وسائل الإعلام التقليدي قامت بتجديد نفسها وأصبحت تفاعلية، وتقريباً ألغت الفروقات الواضحة بينها وبين وسائط الإعلام الاجتماعي.

إن عملية الارتباط، أو التجديد هي التي عززت حجية الفريق القائل بمبدأ "التكاملية" التي تتجاوز علاقة التضاد والتنافر؛ لتصل إلى علاقة التكامل والتداخل، فكما أصبحت الصحف تعتمد على أدوات التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، وكذلك القنوات التلفزيونية، فإن وسائل الإعلام الاجتماعي تعتمد في كثير من الأحيان على ما يتم بثه ونشره من خلال وسائل الإعلام التقليدي. وفي الوقت الذي لم تستطع فيها تلك القنوات الكبرى الوصول إلى أماكن الأحداث، إما بسبب التضيق الأمني، أو بسبب سرعة إيقاع الحدث، فإن الإعلام الاجتماعي هو الذي كان يقوم بالمهمة (محمود، 2011: 14).

فالمرحلة الراهنة - وفق الفريق القائل بمبدأ التكاملية - تشهد تعاوناً وتشابكاً ودعمًا متبادلاً بين الطرفين، فمستخدمو موقع مثل "يوتيوب" يستعينون كثيراً بقطاعات فيديو من برامج حوارية. وفي المقابل، فإن كثيراً من الفضائيات باتت تستخدم لقطات منشورة على الموقع ذاته كمادة إخبارية مصورة، كما أن مقولات بعض الشخصيات السياسية الشهيرة أو تغريداتهم تنصدر نشرات الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية في كثير من الأحيان. فوسائل التواصل الاجتماعي، وإن كانت تحمل في طياتها أساليب اتصالية جديدة، فإنها سمحت للكثيرين بولوج عالم مفتوح على الآراء والأفكار بمختلف أشكالها، وألغت إلى حد ما بعض القيود التي كانت مفروضة على الصحافة التقليدية، إلا أنها لم تكن بالضرورة معادية للإعلام التقليدي أو مهددة لمكانته. كما وهو معلوم، تاريخياً، فإن رغم تعدد الوسائل الاتصالية وكثرة الاكتشافات لم تلغ أي وسيلة اتصال وسيلة أخرى، بل أن كل أداة ظلت محافظة على خصوصيتها وجمهورها، فالراديو لم يلغ الصحافة المكتوبة، والتلفزيون لم يلغ الراديو، وربما، أيضاً، أن وسائط الإعلام الجديد لن تشكل تهديداً "وجودياً" على وسائل الإعلام التقليدية (شيخاني، 2010: 435).

وبالانتقال من عمومية التوصيف لطبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي والعلاقة بينهما نتوجه بالحديث عن خصوصية الحالة الفلسطينية. فمن خلال متابعة أولية لبعض الآراء في هذا الشأن يظهر أن وسائط الإعلام الجديدة في فلسطين لم تصل بعد لتكون بديلاً مجتمعياً أو منافساً تجارياً لوسائل الإعلام التقليدية، بل هي عاملاً مكملاً ورافداً أساسياً للوسائل التقليدية، وإن كل نوع منهما يعتبر مسانداً للآخر، ولا يمكن لأحدهما الاستغناء عن الآخر.

فمواقع التواصل الاجتماعي يُنظر لها، من البعض، على أنها مواقع اجتماعية أكثر من كونها وسائل إعلام، ولا تقدم المعلومة مثل الوسائل التقليدية خاصة فيما يتعلق بعمق القضايا المطروحة على الساحة، فضلاً على أنها وسائط تقوم بخلق حالة من التدفق الإعلامي غير المراقب، وغير الدقيق. ولكن في المقابل، فإن تميز الوسائط الجديدة بسمات السرعة في الخبر، وعدم خضوعها لقيود السياسة التحريرية، وإفساحها المجال للحريات بشكل كامل ودون قيود، مع بقاء القيم الفردية، وهي الحكم على ما ينشر ويثبت، منحها أهمية لافتة وواسعة لدى الفلسطينيين، لا سيما في الظروف والمستجدات التي تموج بها القضية الفلسطينية، وما تشهده من تحولات سريعة ذات أثر وتأثير على محيطها العربي، وكذلك الإقليمي والعالمي.

ومن هنا، فإن العديد من المختصين في القطاع الإعلامي بفلسطين يطالبون بضرورة أن يتفق القائمون على الإعلام الجديد والتقليدي على وجود علاقة صحية تجمع بين الوسيطتين، حيث أن جزءاً لا بأس به من النجاح الذي حققه الإعلام الجديد راجع إلى بعض التاثيرات النظرية المستمدة من الإعلام التقليدي، والذي بدوره استفاد بشكل كبير مما يتم تداوله عبر المدونات والشبكات العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي (أبو وردة، 2008: 9).

2-1 مشكلة الدراسة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي تنمو بشكل متزايد وغير مسبوق، متجاوزة الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وموفرة التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم، وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة؛ لتجد وسائل الإعلام التقليدية نفسها مجبرة على مواكبة التطور المتلاحق في هذه المواقع حتى لا تُصبح جزءاً من الماضي، فسرعة الانتشار في هذه المواقع جعل من الصعب على الإعلام التقليدي الانفراد بنشر الخبر وتحقيق سبق فيه. وهكذا، أدخلت شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدي في مآزق البقاء والاستمرارية، حيث بدأ دور الإعلام التقليدي بالتراجع ولم يعد المصدر الوحيد للمعلومات.

من هذا المنطلق، اجتاحت العالم موجة من التساؤلات حول حقيقة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي، حيث استخدمت وسائل رقمية متحررة من الأنساق الفكرية والأيدولوجية النمطية، ويات من الضروري إبراز إشكاليات هذا الدور الجديد ومدى تأثيره وتوافقه مع دور الإعلام التقليدي، وفي ظل جدلية النقاش بين أصحاب رأي "الإحلال" ودعاة "التكاملية" ومنظري "الصراع" حول العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي ومسار آفاقهما، فإن مشكلة هذه الدراسة تبرز من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس المتمثل في:

ما العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة؟

3-1 أسئلة الدراسة:

بناء على ما سبق؛ تتحدد مشكلة الدراسة في الأسئلة الآتية:

- 1- ما مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟
- 2- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد الأكثر ثقة في اعتماد الصحفيين الفلسطينيين عليها كمصدر للأخبار؟
- 3- ما أهم العوامل وراء اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟
- 4- ما مدى استجابة الإعلام التقليدي لمواكبة التطور المتلاحق لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما الآليات المناسبة لتعميق العلاقة بين الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أهمها:

1. التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي ووسائلها وخصائصها.
2. معرفة أهم العوامل وراء اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.
3. معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين.
4. التعرف على مدى استجابة الإعلام التقليدي لمواكبة التطور المتلاحق لمواقع التواصل الاجتماعي.
5. استعراض أهم الآليات المناسبة لتعميق العلاقة بين الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي.

4-1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها من أوائل الدراسات الممنهجة التي حاولت التعرف على طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين؛ خاصة في ظل الافتقار لوجود أية دراسة مستقلة

تبحث في هذا الموضوع. فمعظم الدراسات التي تناولت العلاقة بين النوعين لم تتعمق في طبيعة واستعراض وتحليل هذه العلاقة واستشراف مستقبلها. ولهذه الدراسة أهميتين، نظرية وأخرى تطبيقية.

أ- الأهمية النظرية:

تنبع هذه الأهمية من ذات أهمية الموضوع المبحوث الذي يثير جدلاً واسعاً بين جميع الأوساط الإعلامية والسياسية والثقافية الشعبية حول الدور المتنامي للإعلام الاجتماعي وتأثيره على الإعلام التقليدي، وحالة الجدل بشأن العلاقة الصراعية أو التكاملية أو الإحلالية بينهما، وبالتالي مستقبل هذين النوعين من الإعلام، ومدى الآفاق المتاحة لإمكانية تطورهما أو تراجعهما. كما وتتضاعف الأهمية النظرية لهذه الدراسة؛ لكونها من الدراسات القليلة - في حدود علم الباحثان- التي تتناول ظاهرة الإعلام الاجتماعي وعلاقته بالإعلام التقليدي، وإمكانية الاستفادة من هذه الدراسة لإثراء البحث العلمي في مجال موضوع الدراسة.

ب- الأهمية التطبيقية:

يمكن لكثيرٍ من الجهات الاستفادة من نتائج هذه الدراسة، خاصة الجهات الحكومية، ومنها الإعلامية، لا سيما بعد ظاهرة بروز الإعلام الاجتماعي وانتشاره، وأهميته بالنسبة لجمهور المتلقين، كما ويمكن أن ينتفع من الدراسة كلٌّ من:

أ- الفئة الإعلامية التي يعنىها أن تتفهم الدوافع والعوامل الكامنة خلف بروز الإعلام الاجتماعي، وأهميته في نقل المعلومة وتبادل الآراء والأفكار والمشاركة في صناعة الأخبار، ومدى الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي في نقل المعلومة ومدى مصداقيتها.

ب- الباحثون والأكاديميون: قد تُفيد هذه الدراسة هؤلاء في مجال البحوث الإعلامية، إذ تشكل هذه الدراسة أساساً لفهم الإعلام الاجتماعي ووسائله ومدى الاعتماد عليها في نقل المعلومات والأخبار، والعلاقة السائدة بين الإعلام الاجتماعي والإعلام التقليدي.

ج- الأفراد: إذ يمكن الاستفادة من موضوع البحث من خلال التعرف على أهمية الإعلام الاجتماعي في سرعة نقل المعلومة ومدى الثقة بالأخبار المنتشرة فيها، وأهمية المشاركة التفاعلية بين الأفراد.

حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على الحدود التالية:

- الحدود الموضوعية: البحث في العلاقة ما بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي.
- الحدود البشرية والمكانية: آراء الصحفيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة.
- الحدود الزمانية: أجريت هذه الدراسة خلال النصف الأول من العام 2020.

7.1 منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي

8.1 مصطلحات الدراسة:

- تنطلق الدراسة من تحديد عدد من المصطلحات ذات الارتباط بموضوع ومضمون الدراسة، أهمها:
- مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (راضي، 2006: 23).

- وتعرف إجرائياً في هذه الدراسة بالمواقع الاجتماعية التي يستخدمها الصحفيين الفلسطينيين كمصدر للأخبار، وتتضمن الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وفلكر وجوجل بلس، والمدونات والمنتديات.
- الإعلام التقليدي: هو مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، الغاية الإعلامية منها تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مسيرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية (الجمال، 2006: 19).
- ويعرف إجرائياً بأنه العملية الاتصالية التي يتم من خلالها تنقل الأفكار والآراء إلى الجمهور، ولا يستند أو يستخدم الإنترنت أو المواقع الإلكترونية، ويتمثل بالصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفاز.
- الصحفيين الفلسطينيين: هم الأشخاص الذين يمتنون مهنة الصحافة والإعلام، والمسجلين في نقابة الصحفيين الفلسطينيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة (المادة 1): قانون نقابة الصحفيين الفلسطينيين، 2016: 2).

2- الإطار النظري والدراسات السابقة.

في الوقت الذي انتشر فيه التلفزيون من بداية السبعينيات من القرن الماضي في أنحاء مختلفة من العالم، تصدى كثير من الباحثين في حقل الاتصال والاجتماع للأثار التي أفرزتها تلك التقنية عبر سيطرة ثقافة الصورة وتغيير معالم الرأسمال الثقافي. هؤلاء الباحثون وضعوا العديد من النظريات وأدوات التحليل المتعلقة بهذه التقنية الإعلامية التي أكدت على سلبية المتلقي عبر ما يرسله التلفزيون من رسائل مضمرة في الصورة، لا يشارك المشاهد في صياغتها، ما يعني انتفاء العلاقة التواصلية بين المرسل والمرسل إليه (سلام، 2008: 83).

ومع انطلاق ثورة إعلامية جديدة تمثلت بالإنترنت في عقد التسعينيات من القرن نفسه أصبحت تلك النظريات أو أدوات التحليل لا تصلح تماماً لاستكشاف الظواهر الاجتماعية التي أفرزتها الشبكة العنكبوتية. فالنظريات التي عالجت التلفزيون وطبيعة المشاهد كمتلقي سقطت في ظل هذه الثورة وما نجم عنها من فضاء أو حيز افتراضي تفاعلي، حيث غدت الذات الاجتماعية قادرة على المشاركة في عملية الإرسال؛ ليصبح المستخدم مرسلاً ومستقبلاً في آن واحد (هاني، 2010: 11).

ومع نشوء الحيز العام الافتراضي (Social Media) بات من الضروري إجراء تعديلات أساسية على نظريات التقنية التلفزيونية، خاصة وأن الإعلام الجديد كسر جاذبية الصورة وأعاديتها، وأعيدت الشراكة من جديد إلى عملية الكتابة بوصفها مصدراً تواصلياً. هذا يبرز من خلال مواقع التواصل الافتراضي مثل ال (Face Book) وال (Twitter) وال (You Tube) وغيرها، التي تستخدم الكتابة، إلى جانب الصورة والفيديو في عملية التواصل. بل إن أغلب المدخلات التي تشارك فيها الذوات الافتراضية، سواء بالإدراج أو بالتعليق، هي نصوص كتابية (Pacey, 1994,p12).

وبنشوء وتطور ما يُعرف بـ (المجتمع الشبكي) أو الافتراضي عبر تجلياته المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي وسواها، فإن الحديث يتزايد حول تأثير هذه المواقع على البنى الاجتماعية والسياسية والثقافية للمجتمعات من جهة، ومدى طبيعة علاقتها مع وسائل الإعلام التقليدية وأفاق العلاقة بينهما من جهة أخرى. فالتوجهات إزاء هذه المواقع الافتراضية ووسائل الإعلام التقليدية تباينت لدى الباحثين والمنظرين في هذا الشأن، فالباحث الأمريكي هارد راينغولد، الذي صاغ مصطلح "المجتمع الافتراضي" في العام 1993، يرى أن مواقع المجتمعات الافتراضية أحرزت نجاحاً هائلاً على الإنترنت، حيث حققت من خلاله إشباعاً للحالة الاجتماعية في التعارف والاتصال وإشباع الاهتمامات المختلفة للمشاركين المتنوعين من شتى أنواع البشر (رحومة، 2002: 18).

من جانبه يرى صاحب نظرية (الاحتمية التكنولوجية) مارشال ماكلوهان أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى "قرية عالمية" تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة. ويؤكد أن وسائل الاتصال امتدادات للبشر من خلال حواس الإنسان ثم أعصابه، فالكاميرا امتداد لحاسة العين والميكروفون امتداد للأذن (وللفم في الاتجاه الآخر) والحاسوب امتداد للعقل. وأن تأثيرها على الإنسان يرجع إلى كونها تعتبر جزءاً لا يتجزأ منه، يعتمد عليه بالضرورة لإدراك ما يجري حوله وتقدير مدركاته (أبو إصبع، 2009: 26).

البعض يرد على النظرية ليؤكد أن "القرية الكونية الصغيرة" التي رحب بها ماكلوهان في بداية الستينيات، لم يعد لها وجود في الوقت الحاضر، فالتطور التكنولوجي المذهل في مجالات الاتصالات، زاد في تصغير هذه القرية وتفتيتها؛ محولاً إياها إلى أشبه ما تكون مجموعة من البنايات العملاقة التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم بها أناس كثيرون، لكن كلا منهم يعيش في عزلة واغتراب عن الآخر الذي يسكن معه سواء في تلك البناية أو حتى الشقة نفسها (ساري، 2005: 43).

وأكثر من ذلك، يذهب نبيل علي ليؤكد على مدى سذاجة هذا التصور، واعتباره وهماً آخر من صنع ألعاب اللغة بهدف خدمة عملة الإعلام والاقتصاد. ويوضح: "مع ظهور كل تكنولوجيا جديدة، تتكرر الوعود في تحقيق التفاؤل، ومغازلة أحلام الضعفاء والفقراء. لقد كان لاستعارة "القرية الكونية" التي ابتدعها ماكلوهان، مفعول السحر؛ فشاع تداولها حتى بدت هذه "القرية الفاضلة الإلكترونية" وكأنها أمر واقع حل بنا بالفعل، أو في طريقه إلى ذلك... قرية يسودها الوئام، تجمع بين أهلها ألفة الأسرة الواحدة وعلاقتها الحميمة". ويضيف: "يكفي أن نبرهن على سذاجة هذا التصور بما يقوله ماكلوهان نفسه عن قريته الكونية: "إنها لن تكون مثلاً للوفاق والمساواة، بل على العكس، فإن إسقاط حاجزي المكان والزمان سيزيد من التنوع ومظاهر الانقسام والفرقة" (دليو، 2010: 61).

إلى ذلك، يتطرق دوبريه إلى قدرة وسائط الإعلام الجديد؛ فيعزل الأفراد مادياً وتعويض تواصلهم المادي الحار والمباشر باتصال لا مادي بارد ومن بعيد. ويوضح أن وسائل الإعلام (التلفزيون بالخصوص) والاتصال (الحاسوب الشخصي + الإنترنت) أضحت عوالم تلقي بالفرد نحو عزلة فريدة ملموسة لا تتناقض مع اتحاد لا مادي من أفراد بعيدين وجماعات لغوية وثقافية مغايرة. "لعل أخطر ما تحمله الأيديولوجية الاتصالية - التواصلية الجديدة قدرتها على إخفاء وقائع العنف والاستغلال واللاتكافؤ الاجتماعي خلف العدالة والتقنية والمساواة المعلوماتية والحق في الخبر، إنها عناوين لوقائع ولأوهام في الآن نفسه" (سلام، 2008: 83).

وعلى خلاف بودريار وفاتيمو وترمبول وغيرهم من المتشائمين بالتقنيات الجديدة للاتصال، نجد مجموعة أخرى متفائلة تنظر إلى ثقافة وسائل الإعلام الإلكترونية على أنها ثقافة إيجابية ستزيد من ممارسة الديمقراطية وفهم الآخر المختلف ثقافياً. هؤلاء هم كتاب مجلات بحثية وفكرية أمثال: كيفين كيلر، هوارد رينغولد، ونيكولاس نيغروبونت، يتحدثون عن "فجر إنساني جديد" تعلي فيه التكنولوجيا من القوة الشخصية والمتعة واللعب، في الوقت الذي تتهار فيه الصفوة الإعلامية القديمة ليحل محلها صفوة جديدة صغيرة السن، بحيث أن عباقرة البرمجة ومخترعو الكمبيوتر (Hackers) سيكونون الذوات الجديدة في ثقافة يوتوبية تكنولوجية (Poster, 2007, p254).

22 الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية والتي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي والإعلام التقليدي، والعلاقة بينهما، ومدى اعتماد الصحفيين على مثل هذه المواقع، وقام الباحثان بتقسيمها إلى دراسات باللغة العربية وأخرى باللغة الأجنبية وترتيبها زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وذلك كما يلي:

1.2 دراسات باللغة العربية:

- أجرى العنزي، (2016) دراسة بعنوان: اعتماد الصحفيين السعوديين على وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار، هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار، من خلال معرفة ماهية الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، وبيان أكثر هذه المواقع ثقة لدى الصحفيين السعوديين، وكذلك التعرف على أي المواقع أكثر مصداقية لدى الصحفيين، وأظهرت نتائج الدراسة أن الصحفيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجاتٍ مختلفة، وأن اعتمادهم هذا يستند إلى أن هذه المواقع تتميز بالسرعة والسرية في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة، كما أنها تُغطي الأخبار في أكثر من جانب، بالإضافة إلى أنها تُعطي فكرة أوسع عن كل ما يجري من أحداث حول العالم، كما أشارت الدراسة إلى أن الهاتف النقال يُعد أكثر الوسائل استخداماً في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وأن موقع تويتر يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الصحفيين كمصادر للأخبار، يليه في ذلك موقع فليكر.
- كما أجرى زيادة، (2015) دراسة بعنوان: العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، الخصوصية والمهنية: دراسة مقارنة، هدفت إلى تناول العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي ورصد التأثيرات المتبادلة بينهما من حيث الخلفية النظرية لعلوم الاتصال سيما نظرية الشبكة الفاعلة لمارشال ماكلوهان، ومن حيث الالتزام بحماية الخصوصية والمعايير المهنية في نشر الأخبار، ومدى الاندماج والاستقلالية والأساليب التحريرية. وأظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام التقليدي نجح في التكيف مع ثورة الاتصال الرقمي واندمج فيها، وأنه لا زالت هناك حاجة ماسة لحماية الخصوصية الشخصية والتقاليد المهنية في وسائط التواصل الاجتماعي وأن الإعلام الجديد تفوق على الإعلام التقليدي. كما أظهرت النتائج أن التطورات التكنولوجية الجديدة، والتي شكلت وسائط الإعلام الجديدة، لم تلغ تماماً مؤسسات الإعلام التقليدي، وإنما اندمجت فيها، فظهرت جميع هذه الوسائل التقليدية في مواقع الإعلام الجديد مع التراجع الملحوظ للصحافة المطبوعة لصالح الصحافة الإلكترونية والمدونات.
- وهدفت دراسة بوزيان (2015) بعنوان: الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، نحو تعايش في خدمة المجتمع، للتعرف على التحديات التي يواجهها كل من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، وتحديد الهويات لكل منهما، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وأظهرت نتائج الدراسة أن أول وأبرز أزمة يعاني منها الإعلام التقليدي هي أزمة المقرئية، بحيث تشير الإحصائيات إلى تراجع توزيع الصحف ومقرئتها، بالإضافة إلى تراجع متزايد، أيضاً، في نسب الإقبال والمشاهدة، الأمر الذي بات يهدد من جهة أخرى القطاع السمعي - البصري. وانطلاقاً من الطروحات النظرية المختلفة، أكدت الدراسة على القدرة التأثيرية للمضامين المنشورة عبر الإعلام الجديد، وبالنظر إلى عدم مصداقيتها فإن احتمالات التلاعب والتزييف ترتفع خصوصاً في ظل غياب آليات الرقابة القبلية للنشر (المسؤولية المهنية، الاجتماعية، الأخلاقية، القانونية وغيرها الموجودة في الإعلام التقليدي)، فألية الرقابة الوحيدة في الإعلام الجديد هو ضمير الناشر. كما أظهرت نتائج الدراسة ضرورة التكامل ما بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد، لما لذلك من حاجة ماسة للتعايش فيما بينهما؛ بهدف خدمة المجتمع عبر إيصال المعلومات والأخبار وغيرها بالطريقة الصحيحة.
- وفي دراسة بوعلي، (2014) بعنوان: استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، هدفت إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الطلبة في جامعة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، والإشباع المحققة جراء كثرة الاستخدام لكل نماذج الاتصال القديمة والجديدة. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من

خلال تصميم أداة الاستبيان وتوزيعها على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلبة جامعة الشارقة بكلياتها المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها أن القراءة والمطالعة التقليدية لدى شريحة الطلبة قد تراجعت، فلم يعد الطلبة يهتمون بقراءة الصحيفة الورقية مثلما كان أسلافهم يفعلون. وما يقال عن عادات القراءة التقليدية يمكن أن يقال عن عادات الاستماع للراديو. أما فيما يخص مشاهدة التلفزيون فقد أوضحت النتائج ارتفاع حقل المشاهدة التلفزيونية لدى شريحة الطلبة الجامعيين التي لم تتأثر بالإنترنت أو تلفزيون الويب "الويب سات"، بل تشهد ميلاً نحو الارتفاع مع ظهور القنوات الخاصة والمتخصصة وانتشارها.

- وجاءت دراسة الطوالبة، (2014)، بعنوان: اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة الأخبار. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي، حيث تم تصميم استبانة كأداة للدراسة وزعت على عينة عشوائية من الصحفيين الأردنيين، وبواقع (150) صحفياً، وبينت نتائج الدراسة أن (65%) من المبحوثين كانت اتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الفيس بوك تبوأ الترتيب الأول في تفضيل استخدام الصحفيين له في متابعة الأخبار مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وأوضحت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر/ أنثى).

- وهدفت دراسة المصري، (2013)، بعنوان: استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت، إلى التعرف على مدى وعي واستفادة الإعلاميين الفلسطينيين بمحافظات غزة العاملين في وسائل الإعلام المختلفة من شبكة الإنترنت. ولتحقيق هدف الدراسة اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام بتصميم أداة للدراسة تمثلت في استبيان تم توزيعه على عينة عشوائية من الصحفيين العاملين بفلسطين، وبواقع (100) صحفياً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها، أن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت بكثافة، حيث أن الإنترنت جاءت في المرتبة الأولى كوسيلة اتصال يعتمد عليها المبحوثين في عملهم، ثم جاءت وسيلة التلفزيون في المرتبة الثانية، تلتها الصحافة وأخيراً الراديو. وأشارت الدراسة إلى أن الحصول على المعلومات جاءت في المرتبة الأولى كدافع لاستخدام الإنترنت، ثم تلاها في المرتبة الثانية الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية، وإرسال المعلومات للجهة التي يعملون بها في المرتبة الثالثة، والمتابعة الخيرية للأحداث المحلية في المرتبة الرابعة، واستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة في المرتبة الخامسة، وزيادة الثقافة المعرفية في بعض المجالات المتخصصة في المرتبة السادسة، ودافع الحصول على معلومات من مصادر غير تقليدية في المرتبة السابعة، ودافع إبداء الرأي فيما يتعلق ببعض القضايا على الصعيد العربي والإسرائيلي في المرتبة الثامنة، ودافع التسلية وقضاء وقت الفراغ في المرتبة الأخيرة.

- وفي دراسة الغامدي (2012)، التي جاءت بعنوان: التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، وأن 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، كما بينت نتائج الدراسة أن الإعلام التقليدي يمر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور؛ ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيماً وضبطاً

بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة، وأن وسائل الإعلام الإلكترونية تتميز عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى؛ أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي.

- كما أجرى صادق (2011) دراسة بعنوان: الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، هدفت إلى إلقاء الضوء على مفهوم وجوانب من تطبيقات الإعلام الجديد، كونه يمثل مظهراً جديداً كلياً، ليس في إطار دراسات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم، خاصة لكون معظم جوانبه ما زالت جنينية، وخصائصه الكاملة لم تتبلور بعد، وأظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام الجديد ليس بثأً أحادياً، وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته، ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة. وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريده، كما وتزداد أهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الأخرى.

2.2 دراسات باللغة الأجنبية:

- أجرى راجيندران وثاسينغراجا (Rajendran and Thesinghraj, 2014) دراسة بعنوان: أثر وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام التقليدي، هدفت إلى فهم تأثير وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام المطبوعة من وجهة نظر عينة عشوائية من السكان الهنود. ولتحقيق أهداف الدراسة اتبع الباحثان منهجية المسح الشامل؛ عبر عرض مقابلات مع الخبراء لتحديد وسائل الإعلام المفضلة لقراءة الأخبار، والمنهج الكمي، أيضاً، لفهم التغيرات الاجتماعية الناجمة عن ظهور وسائل الإعلام الجديدة والمحتوى من خلال مقابلة مجموعة من الخبراء في مجال وسائل الإعلام، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من المصادر الإخبارية على الإنترنت أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المجتمع الحديث، وأن وجود مثل هذه الوسائل الجديدة هددت وجود الصحيفة المطبوعة. وتشير البيانات إلى أن التحول في سلوك المستهلك أدى إلى المزيد من اعتماد الناس للحصول على الأخبار والمعلومات على الإنترنت.
- كما بينت دراسة أغبولا (Agboola, 2014) المعنونة ب: تأثير الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية في نيجيريا، أن ظهور وانتشار وسائل الإعلام الجديدة شكلت العديد من التحديات أمام وسائل الإعلام التقليدية وإن كان تأثير الوسائل الجديدة على التقليدية ممكن التحكم فيه. كما أظهرت النتائج أن وجود الإنترنت لن تحل محل الصحف تماماً، كما أن الإذاعة لم تحل محل الصحف المطبوعة وأن التلفزيون لم يحل محل الإذاعة وإنما كان مكماً لها، وعلى الرغم من وجود نسبة أو حصة من الإعلام التقليدي على الإنترنت، إلا أنه لم يتم التنبئ الكامل للتكنولوجيا الجديدة.
- وهدفت دراسة سلمان (Salman, 2011) بعنوان: تأثير وسائل الإعلام الجديد على اتجاهات وسائل الإعلام التقليدي، إلى التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي على اتجاهات وسائل الإعلام التقليدية، وخصوصاً الصحافة المطبوعة في ماليزيا. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي الاستقرائي، وذلك من خلال مراجعة مجموعة من أدبيات الدراسة ذات العلاقة المباشرة بتأثير وسائل الإعلام الجديد واستنباط النتائج منها، وبينت نتائج الدراسة أن ظهور وسائل الإعلام الجديدة شكلت تحدياً لوسائل الإعلام التقليدية، إذ أن انتشار وسائل الإعلام الجديد والإقبال عليها أدى إلى انخفاض مبيعات الصحف المطبوعة في الولايات المتحدة على سبيل المثال، أما في ماليزيا، فلا يزال تأثير الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية

تأثيراً محدوداً ويمكن التحكم به. وخلصت الدراسة إلى أن معظم مواقع التواصل الاجتماعي لا تزال تعتمد على الصحف المطبوعة كمصدر للأخبار.

- أما دراسة تشن (Chen, 2013) بعنوان: التقارب بين وسائل الإعلام الجديدة والقديمة: تمثيل وسائل الإعلام الجديدة في وسائل الإعلام التقليدية، فقد هدفت إلى التعرف على دور التقنيات الرقمية الجديدة في إعادة تعريف الصحافة التقليدية، ومدى التقارب بين وسائل الإعلام الجديد المعتمدة على التقنيات الحديثة والوسائل التقليدية، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تمثل مصدراً للمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية بدلاً من المنشئ لأجندة الأخبار أو منبراً للتعبير عن الرأي العام. ويظهر التحليل أن استخدام وسائل الإعلام الجديدة تحركها اعتبارات تجارية، بدلاً من محاولة لتحسين نوعية محتويات الأخبار.

- وجاءت دراسة ستيفانوني (Stefanone, 2010) بعنوان: العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الاجتماعية: تلفزيون الواقع نموذجاً"، بهدف التعرف على نوع العلاقة التي تتكون بين وسائل الإعلام الاجتماعية والوسائل التقليدية. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على دراسة نموذج تلفزيون الواقع، حيث تشير النظرية المعرفية الاجتماعية إلى وجود علاقة محتملة بين السلوك على غرار تلفزيون الواقع والذي يحظى بشعبية متزايدة وسلوك المستخدم على مواقع الشبكات الاجتماعية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ثابتة بين متابعة الشباب لتلفزيون الواقع وطول الوقت الذي يقضيه في مواقع الشبكات الاجتماعية، وحجم شبكات المستخدمين، ونسبة من الأصدقاء لم تتحقق في الواقع وجهاً لوجه، وتبادل الصور، وأن العلاقة ما بين وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل التقليدية تكون أقرب إلى العلاقة التكاملية، إذ يعتمد كل منهما على الآخر ونسبة مختلفة، إذ أن اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي على الوسائل التقليدية أقل نسبة.

3.2 تعقيب على الدراسات السابقة:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين العاملين في فلسطين، ومدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، والفترات التي يقضونها في متابعة هذه المواقع، بينما جاءت معظم الدراسات السابقة إما للتعرف على العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي أو للتعرف على أثر كل منهما على الآخر، أو بعض الدراسات جاءت للتعرف على مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات، وبهذا الاختلاف تتميز عن غيرها من الدراسات السابقة. كذلك، تم تطبيق الدراسة الحالية في بيئة عربية (فلسطين)، في حين جرت الدراسات السابقة في بيئات عربية وآسيوية وأفريقية وأوروبية وأمريكية، ولكل منها خصوصيتها واهتماماتها.

4.2 ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

ما يميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة أنها تستهدف الكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، والتعرف كذلك على طبيعة هذه العلاقة، وعلى مدى اعتماد الصحفيين في فلسطين على مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات والأخبار، وأيضاً تعتبر هذه الدراسة الأولى في فلسطين التي تدرس وتبحث في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي.

3. التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

هناك مجموعة من نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الاجتماعي، وقد اختلفت آراء الخبراء والمحللون حول العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الاجتماعي من حيث التوافق والتنافر وتأثير كل منهما على الآخر، إذ يرى (زهران، 2014) أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة، وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد التي أبرزها: التفاعل بين المصدر والمتلقي؛ فهو يتيح فرصة التعليق والنقد، وأما الخاصية الثانية فهي تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد، بينما 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، في حين الخاصية الأخيرة فهي سهولة الاستخدام، إذ أنه متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.

وذكرت (زومان، 2012) أن "الفرق الجوهرى بين الشكلىن من الإعلام (الإعلام التقليدي والإعلام الجديد) هو قضية (الحرية الفردية) فكل شخص عبر وسائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قنا يضع ما يريد، مؤكداً على أن المحتوى الجيد للإعلام الجديد أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي، ولكن المحتوى السيئ للإعلام الجديد، أيضاً، أسوأ من المحتوى السيئ للإعلام التقليدي".

كما يرى زهران (2014) أن هناك مواجهة تثار بين كل من أنصار الإعلام التقليدي وأنصار الإعلام الجديد، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي يرفضون بشدة الإعلام الجديد وبعض المتحمسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً. وخلص إلى أن العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء، وذكّر بأن "كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبه ومحبوه".

أما (نادر، 2015: 25) فيرى "أن هناك مجموعة من السلبيات في الإعلام الجديد، تتمثل أهمها في عدم دقة المواد والأخبار المنشورة، وعدم الثقة بها، كما أن أهم تحديين أمام الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى". وتشير زومان (2012) "أنه وللعلم على انتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب"، لجأ القارئون 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".

لقد أسهم الإعلام الجديد في المجلد بصنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجاً وإفرازاً للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية كتفتت الجماهير بين الوسائل؛ فتنامى المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي، الأمر الذي دعا كثيراً من المؤسسات الإعلامية للانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور (الغامدي، 2012: 5).

أما عاشور (2013) فيرى أنه لا يمكن التفريق التام بين الإعلام التقليدي كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل التفاعلية من جهة أخرى، فمن جانب هناك مجموعة من النقاط يتداخل فيها الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

2.3 تحديات انتشار الإعلام الجديد

هناك مجموعة من الإشكاليات والمعوقات التي تحد من انتشار الإعلام الجديد، ومن أهمها ما يلي (الغامدي، 2012: 19.12):

- 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 فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.
- 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 الجديد.

3.3 نقاط التوافق بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

هنالك مجموعة من نقاط التوافق بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد تنحصر في بعض النقاط المهمة الآتية (السويدي، 2013: 13.9).

- العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد 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.
- تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الإنترنت والأسرع انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.
- أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتلفزيون، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.
- 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 تنظيماً وضبطاً بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.

3.4 مستقبل الإعلام التقليدي في ظل الإعلام الجديد

يرى العديد من متخصصي الإعلام أن مستقبل الإعلام التقليدي في ظل تطورات الإعلام الجديد يأخذ اتجاهين رئيسيين، الأول يرى بأن الأمر أصبح محسوماً لتفوق الإعلام الجديد، وأنه غدا البديل لدى كثير من الجمهور. أما الرأي الثاني فيؤكد أنه لا يمكن أن تُلغى وسائل الإعلام الجديد الوسائل التقليدية، بل ستستمر الأخيرة في الاستفادة منها بما يكفل لها المواكبة من جهة، والمحافظة على خصوصياتها وتقاليدها من جهة ثانية (عيساني، 2013: 136).

وتذكر عيساني أن أصحاب التوجه الثاني يسوقون حججاً على رأيهم من قبيل أن غالبية وسائل الإعلام التقليدي قد أصبح لها مواقع على الإنترنت وتنتشر محتواها الإعلامي بالشكلين (الورقي والإلكتروني)، وبذلك أصبحت الإنترنت إضافة جديدة إلى قدرتها وخصائصها، وعامل جذب لجمهور القراء، وللشركات والمؤسسات لإدراج إعلاناتها على تلك المواقع. ورغم محاولة وسائل الإعلام التقليدية مواكبة وسائط الإعلام الجديد إلا أن المطلوب من التقليدية مراجعة الذات، وإلا ستفقد المكانة التي كانت تحتلها لصالح الوسائط الجديدة. هذه المراجعة تتطلب، وفق عيساني، تعديل الوسائل التقليدية لأساليبها الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم والتغيرات التكنولوجية ومن ثم رغبات الجمهور وفق ذلك.

أما السويدي (2013) فيذهب للتأكيد على أنه رغم مما يثيره الباحثون من جدل حول انتهاء حقبة الإعلام التقليدي على خلفية تنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن المرحلة الراهنة على الأقل تشهد تعاوناً وتشابكاً ودعمًا متبادلاً بين الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي. وبين أن هناك مؤشرات واضحة بشأن حجم القلق المسيطر على وسائل الإعلام التقليدية من انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، إلى درجة دفعت الوسائل التقليدية الارتباط بهذه الوسائط إلكترونياً. ويعتقد السويدي أنه من المرجح أن يشهد المستقبل المنظور صيغة تعايش بين هذين النوعين من الإعلام قد تستمر لفترة زمنية ما بسبب وجود نسبة كبيرة من سكان العالم العربي بعيدة عن تأثير الشبكة الافتراضية بتجلياتها كافة، ومنها وسائط التواصل الاجتماعي.

ويؤكد إن الوسائط الاجتماعية الجديدة قد تصبح بديلاً للوسائل التقليدية كونها أتاحت الكثير من حرية الرأي والتعبير للشباب في ظل عجز وسائل الإعلام التقليدية بذلك. ويرى أن لوسائل التواصل الاجتماعي اليوم دور أساسي في نهوض الأمم وتقديم الشعوب نحو تحقيق أهدافها، ووصل الأمر بالإعلام الجديد إلى مستوى أصبح هو الفاعل والمؤثر والأقوى في العلاقات الاجتماعية والثقافية والإنسانية، وأوجد معياراً أخلاقياً، يدخل بشكل مباشر في المبادئ الإنسانية ويشكل سلطة معرفية، الأمر الذي دفع أبرز وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية إلى تخصيص مساحات ثابتة لمتابعة ما يجري على فضاء الإنترنت الذي نجح في تحقيق ما عجزت عن تحقيقه كل وسائل الإعلام التقليدية منذ نشأتها وحتى اليوم (محمود، 2011).

4- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي في عرض وتوصيف وتحليل بيانات الدراسة التي هدفت إلى معرفة العلاقة ما بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الاجتماعي، ومدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار.

4-2 مجتمع الدراسة:

يتألف مجتمع الدراسة من جميع الصحفيين الفلسطينيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة، والذين بلغ عددهم (1200) صحفياً حسب ما ورد في كشف نقابة الصحفيين الفلسطينيين لعام (2019).

4-3 عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع 220 استبانة على الصحفيين الفلسطينيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة، تم استرداد (200) استبانة صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، وبذلك تكون عينة الدراسة (200) صحفي فلسطيني.

جدول (1) توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

النسبة %	العدد	الإجابة
25.0	50	دائماً
40.5	81	غالباً
27.0	54	أحياناً
5.5	11	نادراً
2.0	4	لا أعتمد عليها نهائياً
100	200	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك ما نسبته (2.0%) فقط من الصحفيين المبحوثين لا يعتمدون نهائياً على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، بينما الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بلغت (25.0%)، والذين غالباً ما يعتمدون عليها بلغت نسبتهم (40.5%)، بينما نسبة الذين يعتمدون عليها أحياناً بلغت (27.0%)، في حين أن ما نسبته (5.5%) يعتمدون، نادراً، على تلك المواقع كمصدر للأخبار.

إن البيانات التي يوضحها الجدول السابق تشير إلى أن ما نسبته (98.0%) من الصحفيين الفلسطينيين في عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، بشكل أو بآخر، سواءً بشكل دائم أو غالباً أو أحياناً أو نادراً، ويعزى ذلك إلى توفر المعلومات الأساسية للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي وسهولة الحصول عليها وسرعة انتشارها بين عدد كبير من الأفراد، بالإضافة إلى انخفاض تكلفة استخدامها.

4-4 أداة الدراسة

لغرض تنفيذ الدراسة تم إعداد أداة للدراسة بالاعتماد على استبانة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد العينة المتضمنة الخصائص الشخصية والبيانات العامة، للتعرف من خلالها على العلاقة ما بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإجابة عن أسئلتها وفقراتها.

5- نتائج الدراسة ومناقشتها.

جدول (2) أسباب اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

الترتيب	النسبة المئوية	الإجابة
1	34.3	لتميز تلك المواقع بالفورية والسرعة في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة.
2	25.0	تغطية الأخبار من أكثر من جانب.
3	18.9	لأنها تعطي فكرة أوسع عن كل ما يجري من أحداث حول العالم.
4	11.9	عدم تعاون المتحدثين الرسميين في الإجابة على كل الاستفسارات التي يطلبها الصحفي.
5	6.1	المصداقية التي تتمتع بها أخبار هذه المواقع.

الترتيب	النسبة المئوية	الإجابة
6	2.5	يمكن الصحفي من الحصول على معلومات إضافية إن رغب في ذلك بطريقة ميسرة.
7	1.3	الثقة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير بيانات الجدول إلى أن ما نسبته (34.3%) من الصحفيين المبحوثين يرون أن من أهم الأسباب التي تجعلهم يتجهون إلى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار هو تميز تلك المواقع بالسرعة والفورية في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة، وما نسبته (25.0%) يعززون ذلك إلى أنها تغطي الأخبار من أكثر من جانب، وما نسبته (18.9%) يرون ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعطي فكرة أوسع عن كل ما يجري من أحداث حول العالم، وما نسبته (11.9%) يعززون اتجاههم نحو مواقع التواصل الاجتماعي لعدم تعاون المتحدثين الرسميين في الإجابة على كل الاستفسارات التي يطلبها الصحفي، وما نسبته (6.1%) بسبب المصادقية التي تتمتع بها أخبار هذه المواقع، بينما ما نسبته (1.3%) يعززون ذلك إلى الثقة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (3) أسباب عدم اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

الترتيب	النسبة المئوية	الإجابة
1	50.0	لا أثق بما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي من أخبار.
2	16.7	لا أعتقد بأنني سأجد في هذه المواقع أي فائدة أو منفعة.
3	11.1	أعتقد أن هذه المواقع مضبغة للوقت.
4	11.1	ليس لدي الوقت الكافي.
5	5.6	لأنها تروج للإشاعات وتشوه صور الآخرين.
6	5.6	توافر وسائل اتصال أخرى بديلة.

تشير بيانات الجدول إلى أن ما نسبته (50.0%) من الصحفيين المبحوثين الذين لم يعتمدوا على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، برروا ذلك بعدم ثقتهم بما تقدمه تلك المواقع من أخبار، وهناك ما نسبته (16.7%) يعتقدون أنهم لن يجدوا في هذه المواقع أي فائدة أو منفعة، وما نسبته (11.1%) برروا ذلك بعدم توفر الوقت الكافي لديهم، أو يعتقدون بأن هذه المواقع مضبغة للوقت، وما نسبته (5.6%) يعززون ذلك إلى أن هذه المواقع تعمل على الترويج للإشاعات وتشوه صور الآخرين، بالإضافة إلى توفر وسائل أخرى بديلة.

جدول (4) توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	العدد	الإجابة
13.0	26	أقل من ساعة
28.0	56	من 1- أقل من 2 ساعة
27.5	55	من 2- أقل من 4 ساعات
31.5	63	أكثر من 4 ساعات
100	200	المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أن ما نسبته (31.5%) من الصحفيين المبحوثين يقضون أكثر من أربع ساعات يومياً في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وما نسبته (28%) يقضون في المتوسط (من 1- أقل من 2 ساعة) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وما نسبته (27.5%) يقضون في المتوسط (من 2- أقل من 4 ساعات)، أما الذين يقضون أقل من ساعة فقد شكلوا ما نسبته (13.0%).

جدول (5) توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للأجهزة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	العدد	الإجابة
78.5	157	الهاتف النقال
14.0	28	الحاسوب الشخصي/المكتبي
5.0	10	الحاسوب المحمول
2.5	5	آيباد
100	200	المجموع

تشير هذه البيانات إلى أن ما نسبته (78.5%) من الصحفيين الذين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي، يستخدمون في ذلك الهاتف النقال، وما نسبته (14.0%) منهم يستخدمون الكمبيوتر المكتبي، وما نسبته (5.0%) يستخدمون الحاسوب المحمول، وما نسبته (2.5%) يستخدمون الكمبيوتر اللوحي (آيباد).

جدول (6) النسبة المئوية لمجالات الاهتمام الجغرافية لأفراد العينة وترتيبها

الترتيب	النسبة المئوية	الإجابة
1	56.5	الأخبار المحلية
2	27.6	الأخبار العربية
3	15.9	الأخبار الدولية

تشير بيانات الجدول إلى أن الأخبار المحلية جاءت في المرتبة الأولى لاهتمام الصحفيين المبحوثين والتي يكون مصدرهم بها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت الأهمية النسبية لها (56.5%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الأخبار العربية، بأهمية نسبية بلغت (27.6%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الأخبار الدولية، بأهمية نسبية بلغت (15.9%).

جدول (7) النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة على نوعية الأخبار وترتيبها

الترتيب	النسبة المئوية	الإجابة
1	34.9	سياسية
2	25.4	اجتماعية
3	15.8	ثقافية
4	12.5	اقتصادية
5	11.5	رياضية

تشير بيانات الجدول إلى أن ما نسبته (34.9%) من الصحفيين المبحوثين الذين يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي، يستخدمون تلك المواقع لتكون مصدراً لهم في الأخبار السياسية، وما نسبته (25.4%) منهم يستخدمون تلك المواقع في الأخبار الاجتماعية، وما نسبته (15.8%) في الأخبار الثقافية، وما نسبته (12.5%) في الأخبار الاقتصادية، وما نسبته (11.5%) في الأخبار الرياضية.

جدول (8) عوامل اعتماد الصحفيين مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية	4.20	0.77	مرتفع

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
2	الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد ومختلف عما سواه	3.78	0.89	مرتفع
3	الوصول للمواد غير المتاحة في الوسائل الأخرى ومشاهدتها أو تصفحها	3.99	0.78	مرتفع
4	البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي	3.75	0.75	مرتفع
5	الحصول على الشعور بالأمان	3.00	0.85	متوسط
6	الإعلان عن فعاليات اجتماعية	3.72	0.88	مرتفع
7	لغايات تعليمية وأكاديمية	3.01	0.86	متوسط
8	للتميز عن الآخرين	2.99	0.78	متوسط

جدول (9) متوسطات إجابات أفراد العينة على محور الإعلام الجديد في مواجهة الإعلام التقليدي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالحدثة والفورية.	4.26	0.77
2	الحصول على آخر المستجدات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي أفضل من وسائل الإعلام التقليدي.	3.83	0.99
3	الحرية التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى انتهاك خصوصية المستخدمين في أغلب الأحيان.	4.12	0.90
4	التواصل الاجتماعي.	4.13	0.90
5	مصادر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي موثوقة نظراً لتعددتها.	2.77	1.05
6	يساهم عرض الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق مبدأ التكافؤ في عرض وإبداء وجهات النظر حول القضايا أو الأحداث.	3.61	0.87
7	تتميز الأخبار المنشورة على مواقع التواصل في استخدامها أشكال متعددة من الوسائط لعرض المادة (نص، وصور، وفيديو).	4.46	0.66
8	تقدم الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي مضامين وخيارات متعددة للمستخدم.	4.03	0.70
9	يتسم أسلوب عرض الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي بالوضوح في أفكاره وأساليبه	3.35	0.98
10	تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على الفبركة في الصور والفيديو.	3.59	0.96
11	التحديث المستمر للأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي يجعلها عرضة للوقوع في الكثير من الأخطاء.	3.96	0.92
12	يمكن الإلمام بكل عناصر القضايا المجتمعية من خلال ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي.	3.47	0.93
13	الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لا تنقل الحقائق بكل جوانبها الإيجابية والسلبية	3.81	0.94
14	يقدم المحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي الحقيقة دون أي تشويه أو حذف.	2.50	1.06
15	ما ينشر من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي يتسم بالتهويل والمبالغة في تناول الأحداث.	3.76	0.91

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
16	تكون الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي مجردة من الأهواء الشخصية.	2.72	1.06
17	تهدف الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي لتضليل المتلقين.	3.09	0.99
18	تتسم الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بتحيزها لطرف ضد الأخر وتغليب وجهة نظر على أخرى.	3.64	0.82
19	أغلب الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر.	3.38	0.97
20	من سلبيات الإعلام التقليدي قلة خيارات التصفح.	3.77	0.91
21	الإعلام الجديد (الاجتماعي) يتميز بالسرعة في نقل المعلومة أكثر من الإعلام التقليدي.	4.30	0.80
22	تطور الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى عزوف الناس عن استقاء الأخبار من وسائل الإعلام التقليدي.	3.95	0.88
23	أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم.	3.83	0.87
24	يمكن للرسائل الفردية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.	4.15	0.81

من خلال الجدول السابق يتضح أن إجابات أفراد العينة تباينت واختلفت، إذ تراوحت إجاباتهم بين الموافقة وعدم الموافقة والمحايدة، وهذا ما تشير إليه متوسطات إجاباتهم الحسابية، حيث بلغ أكبر متوسط حسابي (4.46)، وقد حصلت عليه الفقرة رقم (7) وهو يشير إلى الموافقة بشدة، كما بلغ أقل متوسط حسابي (2.5) وحصلت عليه الفقرة رقم (14)، ويشير إلى عدم الموافقة.

ويتبين كذلك أن معظم أفراد العينة لم يوافقوا على ما جاء في الفقرة رقم (14)، والتي تنص على أن المحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي يقدم الحقيقة دون أي تشويه أو حذف، حيث بلغ متوسط إجاباتهم على هذه الفقرة (2.5) وهو يشير إلى عدم الموافقة.

وعند استطلاع إجابات أفراد العينة على حقيقة مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الإعلام التقليدي، نجد أنهم يرون أن هذه المواقع تتميز باستخدامها أشكال متعددة من الوسائط لعرض المادة (نص: ور، وفيديو)، بالإضافة إلى سرعتها في نقل المعلومة أكثر من الإعلام التقليدي، كما أنه يمكن للرسائل الفردية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، وأن الأخبار على تلك المواقع تقدم مضامين وخيارات متعددة للمستخدم، وغيرها مما تتميز بها هذه المواقع في المجال الإعلامي عن الإعلام التقليدي.

وبشكل عام، فإن معظم أفراد العينة يرون أن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وتنوع وتطور تقنياتها أدى إلى عزوف الناس عن استقاء الأخبار من وسائل الإعلام التقليدي، ويفضلون الحصول على آخر المستجدات المنشورة من هذه المواقع على تلك المنشورة في وسائل الإعلام التقليدي.

جدول (10) متوسطات إجابات أفراد العينة على محور العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	بدأت مواقع التواصل الاجتماعي الانتشار والتوسع على حساب وسائل الإعلام التقليدي.	4.36	0.68

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
2	ستستمر وسائل الإعلام التقليدي في الانحسار وقلّة الإقبال عليها، ما دامت مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الأخبار والمعلومات.	3.95	0.93
3	انتشار الإنترنت وسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.	4.02	0.79
4	تحاول وسائل الإعلام التقليدية السيطرة على فضاء المعلومات والأخبار والحد من انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي.	3.26	0.99
5	ستكون مواقع التواصل الاجتماعي من أولويات الصحفيين في اعتمادهم عليها كمصدر رئيسي للأخبار عن غيرها من الوسائل الإعلامية التقليدية.	3.89	0.87
6	ستتبع مواقع التواصل الاجتماعي مكانة مميزة بين وسائل الإعلام التقليدية كأحد أهم الوسائل الإخبارية.	3.81	0.88
7	سيشتغل التنافس بين مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية الأخرى من حيث مصداقية الخبر والأنية في نقل الأخبار.	3.84	0.69
8	انخفاض تكاليف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات أدى إلى عزوف الناس عن استقاء الأخبار من وسائل الإعلام التقليدي.	3.88	0.92
9	لكل من وسائل الإعلام التقليدي ووسائل الإعلام الاجتماعي ميزاته وإيجابياته ولا يستغني أحدهما عن الآخر.	3.33	0.85
10	تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدي على بعضهما البعض في تبادل المعلومات والأخبار.	3.23	0.81

من خلال الجدول يتضح أن إجابات معظم أفراد العينة تجمع على أن مواقع التواصل الاجتماعي بدأت الانتشار والتوسع على حساب وسائل الإعلام التقليدي، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، ويشير إلى الموافقة بشدة، كما اتفقوا كذلك، على أن انتشار الإنترنت وسهولة استخدام هذه المواقع أدى إلى الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، وبمتوسط حسابي بلغ (4.02) ويشير إلى الموافقة، وأن وسائل الإعلام التقليدي ستستمر في الانحسار وقلّة الإقبال عليها، ما دامت مواقع التواصل الاجتماعي تقدم الأخبار والمعلومات، وبمتوسط حسابي بلغ (3.95) ويشير إلى الموافقة.

وأكد معظم أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ستكون من أولويات الصحفيين في اعتمادهم عليها كمصدر رئيسي للأخبار عن غيرها من الوسائل الإعلامية التقليدية، وبمتوسط حسابي بلغ (3.89)، ويشير إلى الموافقة، وأن انخفاض تكاليف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات يؤدي إلى العزوف عن استقاء الأخبار من وسائل الإعلام التقليدي، وبمتوسط حسابي (3.88)، يشير إلى الموافقة، كما اتفقوا أيضاً على أن التنافس سيشتغل بين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي والوسائل الإعلامية الأخرى من حيث مصداقية الخبر والأنية في نقل الأخبار، وبمتوسط حسابي بلغ (3.84)، وأن مواقع التواصل الاجتماعي ستتبع مكانة مميزة بين وسائل الإعلام التقليدية كأحد أهم الوسائل الإخبارية، وبمتوسط حسابي بلغ (3.81).

ومن خلال قراءة آراء واتجاهات أفراد العينة من الصحفيين الفلسطينيين، يمكن الاستنتاج بأنهم اتفقوا على أن العلاقة ما بين وسائل الإعلام الجديد والإعلام التقليدي هي علاقة إحصائية.

خلاصة النتائج:

- بناءً على ما تم الوصول إليه من معطيات، وتحليل لإجابات أفراد عينة الدراسة (الاستبانة) تم التوصل إلى النتائج التالية:
1. إن معظم الصحفيين الفلسطينيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات والأخبار، وذلك لأنها توفر المعلومات الأساسية للأخبار في هذه المواقع وسهولة الحصول عليها وسرعة انتشارها بين عدد كبير من الأفراد، بالإضافة إلى انخفاض تكلفة استخدامها.
 2. برر الصحفيون الفلسطينيون اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لتمييزها بالفورية والسرعة في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة، كما أنها تغطي الأخبار في أكثر من جانب، بالإضافة إلى أنها تعطي فكرة أوسع عن كل ما يجري من أحداث حول العالم.
 3. برر أفراد العينة من الصحفيين عدم اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، كمصدر للأخبار، في عدم ثقتهم بما تقدمه هذه المواقع من أخبار، بالإضافة إلى توافر وسائل اتصال أخرى بديلة، فضلاً عن أن تلك المواقع تروج للإشاعات وتشوه صور الآخرين.
 4. أكثر الأقسام الصحفية التي تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار هي قسم الأخبار المحلية، يليه الأخبار العربية، ويليه الأخبار الدولية.
 5. يقضي معظم الصحفيين الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار من ساعة إلى أكثر من أربع ساعات يومياً في متابعتهم لتلك المواقع.
 6. يعد الهاتف النقال أكثر الوسائل استخداماً في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي لما يمتاز به بسهولة التقاط شبكة الإنترنت في حالة توافرها، وسهولة حمله من مكان إلى آخر وسهولة اقتناؤه، وانخفاض تكلفته النسبية، وارتفاع عمره التشغيلي النسبي.
 7. الأخبار السياسية والاجتماعية والثقافية من أكثر أنواع الأخبار استخداماً في الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.
 8. يعد موقع فيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الصحفيين كمصادر للأخبار.
 9. أهم العوامل التي تكمن وراء اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار هي: زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، والوصول للمواد غير المتاحة في الوسائل الأخرى ومشاهدتها أو تصفحها، بالإضافة إلى الاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ.
 10. تطور الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى عزوف الناس عن استقاء الأخبار من وسائل الإعلام التقليدي، ويفضلون الحصول على آخر المستجدات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي على تلك المنشورة في وسائل الإعلام التقليدي.
 11. أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي تنتشر وتتوسع على حساب وسائل الإعلام التقليدي، لذا، يتبين أن العلاقة بين هذين النوعين من الإعلام هي علاقة إحصائية.

التوصيات والمقترحات.

بناءً على نتائج الدراسة، يوصي الباحث ويقترح الآتي:

1. التحقق من مصداقية الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر أخرى قبل القيام بنشر تلك الأخبار.

2. وضع التشريعات والقوانين ذات العلاقة بحرية التعبير لكي يتم ضبط معايير نشر الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منظم ودقيق.
3. عقد الدورات التدريبية والندوات التأهيلية التي تعمل على توعية الصحفيين بمعايير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، ومخاطر نقل الأخبار المنشورة على هذه المواقع ذات الأهداف المتعلقة بنشر الإشاعات وتشويه الأخبار.
4. زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام التقليدية والعمل على تطويرها وتحديثها؛ لتكون مواكبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
5. إنشاء مواقع تواصل اجتماعية تعنى بالأخبار المختلفة، وتكون متخصصة في نقل الأخبار من مصادر موثوقة؛ لتسهيل على الصحفيين نشر الأخبار، وتحري الدقة فيها، مع الابتعاد عن الأخبار التي تهدف إلى زعزعة الأمن والاستقرار الوطني والمجتمعي.
6. إعداد دراسة مشابهة لهذه الدراسة على الإعلاميين في التلفزيون والقنوات الفضائية، وأخرى للتعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي موثوقية، وذلك بغرض الاعتماد عليها كمصادر للأخبار.

قائمة المراجع.

أولاً - المراجع بالعربية:

- أبوإصبع، خليل صالح (1999)، الاتصال الجماهيري، الأردن، دار الشرق للنشر والتوزيع.
- أبو وردة، أمين (2008)، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي: طلبية جامعة النجاح نموذجاً 2000-2007، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح، فلسطين.
- بوزيان، نصر الدين (2015)، الإعلام الجديد والإعلام التقليدي نحو تعايش في خدمة المجتمع، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجزائر.
- بوعلي، نصير صالح (2014)، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.
- الجمال، راسم محمد (2006)، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- دليو، فضيل (2010)، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر، عمان.
- راضي، زاهر (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية.
- رحومة، على (2008)، علم الاجتماع الآلي، سلسلة عالم المعرفة، 347، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أبوظبي.
- زهران، سامي (2014)، ثورة الإعلام الجديد، كرسي صحيفة الجزيرة للدراسات الإعلامية، كلية الصحافة، جامعة القصيم، الرياض.
- زومان، آلاء (2012)، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد (6750).

- زيادة، جلال الدين الشيخ (2015)، العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، الخصوصية والمهنية: دراسة مقارنة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، 10-11/3/2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- ساري، حلمي (2005)، ثقافة الإنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي، دار الحوار للنشر، اللاذقية.
- سلام، محمد شكري (2008)، ثورة الاتصال والإعلام من الأيديولوجيا إلى الميديولوجيا، مجلة عالم الفكر، عدد 32، مجلد 2.
- السويدي، جمال (2013)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي.
- شيخاني، سميرة (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق للدراسات الإنسانية، عدد 26، مجلد 2.
- صادق، عباس مصطفى (2011)، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، بيروت، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
- الطوالة، هديل فايز (2014)، اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والصحافة، جامعة اليرموك، الأردن.
- عاشور، أحمد (2013)، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، منشأة دار المعارف، الإسكندرية.
- العززي، منصور حسين (2016)، اعتماد الصحفيين السعوديين على وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- عيساني، رحمة الطيب (2013)، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، عدد 12، مجلد 20.
- الغامدي، قينان عبد الله (2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- الفطافطة، محمود (2011)، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير "الفيسبوك نموذجاً"، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله.
- محمود، خالد وليد (2011)، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، بيروت، دار مدارك للنشر.
- المصري، نعيم فيصل (2013)، استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت، المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، فلسطين.
- نادر، أحمد (2015)، الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة بلحاج خضيري، الجزائر.
- هاني، عواد (2010)، السياحة العشوائية عبر الإنترنت: دراسة في تفاعل الشباب الفلسطيني على الحيز العام الافتراضي، الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب "بيالارا"، رام الله.

ثانياً - المراجع بالإنجليزية:

- Agboola, Abdulhameed Kayode (2014), the Influence of New Media on Conventional Media in Nigeria, Academic Research International.
- Chen, Lin Chao (2013), Convergence of New and Old Media: New Media Representation in Traditional News, Chinese Journal of Communication.
- Johnson, T. and Kaye, B. (1998). Cruising is believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures. Journalism and Mass Communication.
- Kiouisis, S. (2001). Public trust or Mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. Journal of mass communication and society.
- pacey, A (1994). The Culture of Technology, Cambridge mass, the MIT press pew internet & American life project.
- Poster, mark (2007), "postmodern virtualities," in: berger, ed, the postmodern presence, American culture and society.
- Rajendran, Lavanya and Thesinghraj, Preethi (2014), the Impact of New Media on Traditional Media, Middle- East Journal of Scientific Research.
- Salman, Ali (2011), The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media, The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal.
- Stefanone, Michael A.(2010).The Relationship between Traditional Mass Media and "Social Media :." Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior, Educating for tomorrow's Media,