

"تكيف وسائل الإعلام التقليدية مع البيئة الرقمية وانعكاساتها على الجمهور"

دراسة مسحية ميدانية

عدنان جلاب منيجل

كلية الامام الكاظم للعلوم الاسلامية الجامعة/أقسام النجف الاشرف

adnan_nare2000@yahoo.com

معلومات البحث
تاريخ الاستلام : 2019 /10/31
تاريخ قبول النشر: 2019 /12 /26
تاريخ النشر: 2020 /2/ 10

الخلاصة:

في ظل التطورات الاتصالية الاخيرة وبروز الانترنت بوصفه بديلاً إعلامياً تستشعر وسائل الاعلام التقليدية (صحافة- اذاعة-تلفزيون) خطورة انعكاس هذه التطورات على كيانها ووجودها فتكثف الجهود للتكيف مع هذه المتغيرات كي تحافظ على البقاء من جانب، وتؤسس لنظام تواصل جديد مع جماهيرها يعتمد الشاشة بديلاً لألواح الطباعة في حالة الصحافة، ومواقع التواصل بديلاً للاذاعة والتلفزيون.

وإذ يوصف هذا التحول بـ (التكيف) الذي يعني الانسجام والتوافق مع الظروف والبيئة المحيطة، فإن دراسة آثاره وانعكاساته على الجماهير ضرورة لا بد منها لتبيان ما اذا كان الاعلام التقليدي قد انتهى بالنسبة لهم؟ أم انه قد أعيدت صياغة خطوطه الاتصالية وأنساقه وفقاً للمتغيرات، علماً أن جمهور العاصمة العراقية بغداد سيكون ميداناً لهذا البحث الذي يتكون من مقدمة وإطار منهجي، متبوع بإطار نظري لأبرز المفاهيم التي تدور حولها الدراسة، لتنتهي بعرض لنتائج الدراسة الميدانية والاستنتاجات النهائية في خاتمة البحث.

الكلمات الدالة: التكيف، إعلام الانترنت، البيئة الرقمية

Adaptation of Traditional Media to The Digital Environment and its Implications for the Public Field Survey Study

Adnan Jilab Mnijl

Imam Al-Kadhum College (IKC)

adnan_nare2000@yahoo.com

Abstract

In light of the recent communication developments and the emergence of the Internet as an alternative to media, the traditional media (press-radio-TV) perceive the seriousness of the reflection of these developments on their existence and presence, intensifying efforts to adapt to these variables so that they remain on the one hand and establish a new communication system with their audiences. The screen is an alternative to printing boards in the case of press, and alternative communication sites for radio and television.

Described as adaptation, which means harmony and harmony with the environment and the environment, the study of its effects and implications on the masses is a necessary necessity to show whether the traditional media is over for them. Or has it been redesigned communication lines and consistency according to the variables, and will be the public of Baghdad province field for this study.

Keywords: Adaptation, Internet Media, Digital Environment

1- مقدمة البحث وإطاره المنهجي:

1-1: المقدمة:

بينما تتسارع خطى التطور في مجال الإعلام بحيث يصعب اللحاق بالمستجدات المتتابعة، فإن الخطر الداهم الذي يترتب بوسائله التقليدية لم يعد خافياً على أحد إذ لاحت نذر الاندثار مهددة بقاء الصحافة الورقية، فكتشفت الأرقام الواردة من المؤسسات الصحفية الكبرى عن تراجع كبير في أرقام التوزيع وعائدات الإعلان أدى الى توقف كثير منها عن الصدور، أو اكتفائها بالنسخ الالكترونية للإبقاء على تواصل مع جماهيرها.

وليست الوسيلتان الأخريان (الإذاعة والتلفزيون) بأحسن من الصحافة الورقية وإن كان الأخير في حال أفضل، فقد تراجعت أعداد المستمعين والمشاهدين وفقاً لأغلب الدراسات المستجدة في هذا الحقل، ولأسباب تتعلق بتوافر وسيط بديل يتحكم به الجمهور وليس العكس، متابعاً لما يرغب من أخبار ومواد ترفيهية وثقافية وعلمية وسواها، وممتنعاً في المقابل عما لا يرغب، وبناءً على ما تقدم فإن وسائل الاعلام آنفة الذكر ليست في منأى عما يحصل، لذا سارعت إلى اتخاذ سلسلة خطوات بهدف الحفاظ على ديمومتها والتواصل مع جماهيرها التي اعتادت عليها لعقود طويلة من الزمن.

لقد أطلق بعض الباحثين على ما يحصل من إجراءات بهذا الصعيد "الاندماج الاتصالي" والذي يمكن وصفه بـ (التكيف) إذ تسعى وسائل الاعلام على اختلافها الى تغيير وظائفها الاتصالية، وطرق الانتشار لكي تحدد من احتواء الانترنت لها، لكن من غير المعروف ماذا يشكل هذا الأمر بالنسبة للجمهور؟ وما النظرة التي تبلورت لديه حيال هذه الوسائل بعد سلسلة الخطوات هذه، وهو ما نسعى الى معرفته عبر هذا البحث الميداني المتعلق بانعكاس التكيف آنف الذكر على الجمهور العام.

1-2: أهمية البحث والحاجة اليه:

يبدو الواقع الرقمي مهيمناً على ملامح وسبل الاتصال في عالم اليوم، الى حد زحزح مكانة الوسائل التقليدية، وجعل من رهانات بقائها أقل حضوراً، ولأن وسائل الاتصال الجماهيري المعروفة (صحافة-إذاعة-تلفزيون) لا ترغب بالانزواء فقد آثرت عمل ما من شأنه التكيف مع هذا الواقع لضمان الديمومة والاستمرارية.

إن ما تفعله الوسائل آنفة الذكر يمكن عدّه (تكيّفاً) بالمعنى العلمي للمصطلح، وذلك في مسعى للتأقلم مع البيئة الجديدة، وتقليل انعكاساتها السلبية عليها، لكن هذا التكيف لم يزل مرهوناً بمدى تقبل الجمهور له من عدم، ومن ثم فإن الاحاطة بأراء الجماهير وانطباعاتها حيال هذا التكيف سيكون له ناتج مهم تتركس هذه الدراسة المكثفة تفاصيلها لتبنيانه.

1-3: مشكلة البحث:

حيث إن البحث يخوض في تساؤل رئيس مفاده: (ما انعكاسات تكيف وسائل الإعلام التقليدية مع البيئة الرقمية على جمهورها)؟ فإن السؤال اعلاه تنبثق منه تساؤلات فرعية هي:

- أ. كيف تكيف وسائل الاعلام التقليدية (صحافة-إذاعة-تلفزيون) نفسها مع البيئة الرقمية الجديدة؟
- ب. ما اثار التكيف وانعكاساته على وظائف الوسائل المذكورة وطريقة عملها؟
- ت. هل تتشكل على ضوء عملية التكيف آنفة الذكر معطيات جديدة ووسائل اخرى تؤدي الى اندثار الاعلام التقليدي نهائياً؟

1-4: أهداف البحث:

يهدف البحث الى تبیین (انعكاسات تكيف وسائل الاعلام التقليدية مع البيئة الرقمية على الجمهور) وهو يضع الاهداف الفرعية الآتية ساعيا لتحقيقها وهي:

أ- معرفة كيفية تكيف الاعلام التقليدي لنفسه مع البيئة الرقمية الجديدة.

ب- معرفة آثار التكيف وانعكاساته على وظائف الإعلام التقليدي وطريقة عمله.

ج- بيان المعطيات الجديدة وما اذا كانت وسائل أخرى مغايرة قد انبثقت عن عملية التكيف وأدت الى انتهاء الاعلام التقليدي بشكله المألوف.

1-5: منهج البحث:

يختص البحث بوصف الظواهر الاتصالية والاعلامية لذا يعد المنهج الوصفي الانسب لهذا البحث، ويعرّف بأنه (المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها¹ ولأهمية اجراء استبيان جماهيري لمعرفة آثار التكيف الذي تتبّعه وسائل الاعلام التقليدية على الجمهور كان لا بد من توظيف المسح بوصفه منهجاً ثانياً بغية الخروج بخلاصات ونتائج تلبي الاهداف المذكورة في الفقرة السابقة.

1-6: مجالات البحث:

أ. **المجال الزمني:** استغرقت عملية إعداد استمارة استبانة لمعرفة اثر تكيف وسائل الاعلام التقليدية مع البيئة الرقمية على الجمهور مدة شهر واحد بدءاً من 1/اذار/2019 ولغاية 31/اذار/2019م وبمراحلها كافة بدءاً من صياغة المحاور واعداد الاسئلة وتحكيمها من قبل الخبراء²، وتوزيعها على المستجوبين وانتهاء بجمع الاستمارات وتحليل بياناتها ونتائجها.

ب. **المجال المكاني:** لأن العاصمة بغداد هي التجمع السكاني الاكبر في العراق فقد جرى اختيارها لتكون مكانا للدراسة، وذلك لتوافر كافة المؤهلات لإنجاح الدراسة، وضمان قلة التحيز ولتكون الجماهير ممثلة بشكل جيد في البحث.

ت. **المجال البشري:** وقع الاختيار على فئات مجتمعية متباينة، إذ جرى توزيع الاستمارات على جمهور مختلف، ثم جمعها لفرز النتائج.

1-7: عينة البحث:

بما ان العينات تقسم الى (احتمالية وغير احتمالية) فقد أثرنا في هذه الدراسة ذات الطابع الاستكشافي اختيار (العينات غير الاحتمالية) والتي تعرّف بأنها (جمع البيانات من الافراد المتوافرين او الراغبين بتقديم المعلومات للباحث)³ وقد جرى اختيار عينة (الشبكة) او السلسلة إذ تم استبيان الاشخاص من قبل الباحث عبر موقع (facebook) ثم سؤال كل منهم عن الاصدقاء الذين يمتلكون المعايير نفسها والراغبين بالمشاركة في البحث، وارسال رابط الاستمارة لكل منهم، وتدعى العينة ايضا بـ(كرة الثلج) التي تشير الى تراكم المشاركين عبر عملية جمع المعلومات.

وفي المدة الزمنية التي استغرقتها عملية فتح الاستمارة لـ(15) يوماً فقد -وصلت الى الباحث (210) اجابة جرى تحليلها واستخراج النتائج.

جدول (1): يبين تقسيم العينة المشمولة بالبحث وفقاً للنوع

النوع	التكرار	%	المرتبة
ذكر	173	82.4	الاولى
انثى	37	17.6	الثانية
المجموع	210	%100	

جدول (2): يبين تقسيم العينة وفقاً للتصنيف الدراسي

التصنيف الدراسي	التكرار	%	المرتبة
ابتدائية	2	1	الرابعة
متوسطة	—	—	—
اعدادية	7	3.3	الثالثة
جامعية	141	67.1	الاولى
فوق الجامعية	55	26.2	الثانية
المجموع	210	%100	

2- التكيف ووسائل الاعلام.. رؤية مقارنة:

2-1: التكيف مصطلحاً إعلامياً: تفيد المعاجم اللغوية بأن الفعل (تَكَيَّفَ) يعني صيرورة الشيء على حالة وصفة معينة، أما تكيّف الشخص فمعناه: انسجم وتوافق مع الظروف، أو جعل ميله أو سلوكه أو طبعه على غرار شيء، وفي علم الاحياء فان مصطلح (التكيف) هو (تغيّر في بناء الكائن الحي أو في وظيفته، يجعله أكثر قدرة على المحافظة على حياته أو بقاء جنسه)⁴.

ولكون المصطلح غير شائع في الدراسات الاعلامية فان نظرة واحدة الى تعريفه في علم الاحياء ومطابقته مع واقع وسائل الاعلام الراهن يفيد بأن ما تمارسه من أدوار انما يدخل في اطار التكيف، بالنظر لاستشعارها أنها أصبحت خارج الزمن لأسباب كثيرة، أبرزها المزايا الهائلة للإنترنت بوصفه بديلاً اتصالياً رائجاً سهل الاستخدام، وواسع الانتشار وعالمي النطاق.

ان نظرة واحدة للإعلام التقليدي تشير الى تغيرات وظيفية واخرى بنيوية في اطار وسائله المتعددة، الى حد اختلطت هذه الوسائل في طبيعة بنائها وبث رسائلها، فاذا كان الورق وسيطاً ناقلاً للصحافة المطبوعة، وموجات الاثير بالنسبة للإذاعة المسموعة، وترددات الاقمار الصناعية في حالة التلفزيون المرئي، فان وسيطاً واحداً بات يطغى على الوسائط انفة الذكر يتمثل بالإنترنت، وهو يحويها في إطاره ولا يتفاعل الجمهور مع أي وسيط ناقل آخر الا نادراً بحسب ما اثبتت الدراسات العلمية المنجزة في الاعوام الاخيرة⁵.

وفيما يتعلق بالتغيرات الوظيفية والبنيوية التي شهدتها الاعلام في الاعوام العشرة الاخيرة بالتحديد جراء تنامي الانترنت واتساع نطاقه، يمكن تأشيرها بمجموعة نقاط وكما موضح في الجدول (4) وهذه النقاط هي⁶:

جدول (3): يوضح التغيرات البنيوية والوظيفية في وسائل الاعلام التقليدية

وسيلة الاعلام	التغير البنيوي	التغير الوظيفي
الصحافة المطبوعة	ورقي - الكتروني	(الإخبار، التثقيف، التعليم) - (تزويد الجمهور بالأخبار العاجلة، منبر تفاعلي وحواري)
الإذاعة	غير مرئي - مرئي محسوس	(مواكبة الاحداث، التثقيف، التوجيه) - (خدمات عامة، منبر تفاعلي)
التلفزيون	وسيلة مُشاهدة عبر جهاز محدد غير آنية التفاعل - وسيلة مشاهدة عبر اجهزة متعددة بتفاعلات آنية	(مواكبة حية للأحداث، التعليم، الترفيه) - (مواكبة مباشرة تفاعلية، البحث والاستقصاء، منبر جماهيري مفتوح)

أ- تغيرت الصحافة المطبوعة بنويًا من الورق بوصفه مكوناً وناقلاً للرسائل الى الفضاء الالكتروني، كما لم تعد وظيفة الصحافة منحصرة بـ (الإخبار، التثقيف، التعليم) بل تعدتها الى تزويد الجمهور بالأخبار العاجلة مستفيدة من تقنية الانترنت وصيرورتها منبراً تفاعلياً حوارياً مع القراء.

ب- تغيرت الإذاعة المسموعة بنويًا من وسيلة غير مرئية الى وسيلة مرئية-محسوسة فيما تحولت الوظائف من (مواكبة الاحداث، التثقيف، التوجيه) لتصبح الإذاعة وسيلة تقدم خدمات عامة ومنبراً تفاعلياً مع الجمهور عبر الاتصال والتعليق والمشاركة... الخ.

ج- تحول التلفزيون من وسيلة مُشاهدة عبر جهاز محدد غير آنية التفاعل الى وسيلة مشاهدة عبر اجهزة متعددة بتفاعلات آنية، كما تغيرت وظيفته التي كانت مقتصرة في الغالب على المواكبة الحية للأحداث و التعليم و الترفيه الى مواكبة مباشرة تفاعلية الى جانب البحث والاستقصاء كما أصبح التلفزيون منبراً جماهيرياً مفتوحاً.

2-2: العلاقة بين الاعلام والبيئة الرقمية: ساهم الانترنت في خلق أنماط غير تقليدية من الجماعات والعلاقات الاجتماعية والتفاعلات التي لا ترتبط بهوية أو قومية أو حدود جغرافية، تتشكل هذه العلاقات ضمن الفضاء السائبري بشكل غير مشروط، غير محدد المعالم والابعاد، بشكل حر، صريح وطلب يحددها اصحاب الاهتمامات المشتركة ضمن الفضاء المعلوماتي الواحد⁷.

ومنذ أن بدأت البيئة الرقمية بالبروز في العقد الاخير من القرن العشرين، سارعت وسائل الاعلام التقليدية نحوها، فحجزت الصحف المطبوعة أولاً مواقع لها عبر الانترنت، وفعلت الإذاعة الشيء نفسه، لكنها والتلفزيون ظلاً بعيدين عن التأثير بالانترنت بوصفه وسيطاً منافساً في تلك المدة، بفعل احتفاظ كل منهما بخصائصه ومميزاته التي لم تستحوذ عليها الشبكة العنكبوتية بعد، واقتصر الامر اولاً على الصحف⁸.

ومع العقد الاول من القرن الحادي والعشرين اصبح حضور الانترنت اقوى، ما فتح سجلاً بشأن اعلام الانترنت، والعلاقة القائمة بين الاعلام بشكله التقليدي والبيئة الرقمية، وهنا يقول "مانويل كاستلز" ان (الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية والاتصالات اللاسلكية ليست وسائل إعلام بالمعنى التقليدي، بل هي بالاحرى وسائل اتصال تفاعلية، لكني اجادل مثل معظم المحللين في هذا المجال ان الحدود بين وسائل الاعلام الجماهيرية والانماط الاخرى من الاتصال تتلاشى)⁹.

وإذ حاول البعض تصوير العلاقة بين الاعلام والبيئة الرقمية على أنها تكاملية لا اقصائية، فإن وسائل الاعلام التقليدية ومع انتهاء هذا العقد اعترفت بأنها تواجه منافسا جديدا يكتسب شعبية بسرعة مذهلة، وثبتت يوما بعد يوم أنه لاعب رئيس في مجال نشر الاخبار، رغم أن البعض يحاول اجراء مطابقات تتعلق بفوضى الانترنت مقابل تنظيم الاعلام، و مجهولية المصادر مقابل وسائل إعلام مُعرّقة لدى الجماهير¹⁰، وتزيد الجوانب الأخرى للإنترنت من تعقيد بيئة المعلومات وصعوبة السيطرة عليها؛ إذ توفر مجموعات الدردشة والمناقشات على الإنترنت أماكن جديدة تتيح للجماهير مناقشة البرامج التلفزيونية والموسيقى والأفلام، وللمرضى مناقشة مرضهم ومهنة الطب، وللمواطنين مناقشة القضايا العامة مباشرة، وما إلى ذلك¹¹. ان مثل هذه المتغيرات والمزايا التي لم يوفرها الاعلام من ذي قبل جعلت الجماهير في حالة تراجع شديد عن تلقي رسائله والتعرض لوسائله المتعددة، ومن هنا فان البعض استبدل عصر الاعلام بـ (عصر وسائل التواصل الاجتماعي) فالفيسبوك وتويتر وغوغل ولينكدان جميعها أمثلة على التحول السريع في حياة الناس، في التفاعلات والهويات والنقاشات والآراء، الى ساحة جديدة يختلط فيها العام بالخاص، والى مشاع اجتماعي رقمي واسع، ويجري هذا التحول على نطاق واسع وغير مسبوق¹².

2-3: الإعلام والتكيف مع الانترنت: في كتاب (الاعلام يموت.. ماذا يعني ذلك للديمقراطية؟) يقدم الباحث "داني شيتشر" نظرة نقدية للمؤسسات الاعلامية في الولايات المتحدة ووسائل الاعلام الجديدة التي تحاول ان تحل مكانها، ويقدم الكتاب الأعراض المرضية التي بدأت تصيب وسائل الاعلام التقليدية والتي يمكن حصرها في تدهور نسب توزيع الصحف الكبرى، انخفاض نسبة مشاهدي القنوات التلفزيونية العريضة، ويذهب المؤلف الى ان وسائل الاعلام الجديدة (الانترنت، بث الاي باد.. الخ) اصبحت توفر شيئا فشيئا أشكالاً أكثر تحررية وديمقراطية في توازن سوق الاعلام¹³.

لقد استوعب الانترنت ارقاما هائلة من الجماهير كانت في اطار الاعلام، ولم يعد بمقدور الوسائل على تعددها وتكاثرها ان تستقطب الجماهير او تجعلهم يعيدون التفكير في موضوعه التخلي عنها، بعدما كانت تروج لمفاهيم من قبيل "التراث الاعلامي" و "عادات التعرض" لذا لم يكن هنالك من بد غير البحث عن وسيلة للبقاء على قيد الحياة، فكان التوجه الى فضاء الانترنت وتوظيفه واحداً من الحلول التي عمل الاعلام باختلاف وسائله على تطبيقها¹⁴.

تتمثل الحلول بجملة من الاجراءات، بدأتها الصحافة أولاً بإنشاء مواقع الكترونية تابعة لنسخها المطبوعة، ثم سرعان ما انقلبت الصورة لتصبح الاعداد الورقية جزءاً من المكون الالكتروني، و يجد القارئ في صفحات الويب موضوعات أكثر غزارة وبوابات أكثر تفاعلاً، وروابط تشعبية وخدمات وسائط متعددة¹⁵، فشكّلت هذه المتغيرات نقطة تحول تسببت بها الصحافة لنفسها، ولما أثرت الاذاعة السير على ذات الخطى منشئة لمواقع (websites) متطورة تحتوي على منتديات للحوار وبث صوتي مباشر، وخدمات اخرى فان ذلك مهدّ لتراجع حضورها الواقعي، ولم يكن التلفزيون بمنأى عن هذه التحولات الكبيرة.

وإذ جاء عصر (وسائل التواصل الاجتماعي) كما يصوّره "ديفيد اوماند" وآخرون، فان الانعكاسات كانت اوسع نطاقاً على صعيد الاعلام التقليدي، فلم يستغ كثر من الجماهير الصحافة الورقية وسيطاً إعلامياً في ظل تقادم اخبارها، وعجزها الواضح حيال احداث متسارعة وعالم مضطرب، وأبصرت الاذاعة المسموعة النور عبر تقنيات البث المباشر (Live) للبرامج المختلفة، كما تحول التلفزيون تلقائياً الى (Youtube) وبات قليل الاستخدام والتفاعل في ظل استحواذ الانترنت على اهتمامات مشاهديه.

3: الدراسة الميدانية// انعكاسات تكيف وسائل الاعلام التقليدية مع البيئة الرقمية على الجمهور:

3-1: مدى متابعة وسائل الاعلام التقليدية عبر الانترنت: أجاب (189) من المبحوثين بأنهم يتابعون وسائل الاعلام التقليدية عبر الانترنت، فيما بلغ مجموع الذين اجابوا بـ (كلا) نحو (21) ونسبة (10%) ما يعني أن الأعم الاغلب ممن شملتهم الدراسة يتعرضون للإعلام التقليدي عبر الانترنت، وهي نسبة متوقعة في ظل حجم مستخدمي الشبكة الذي ازداد في السنوات الاخيرة، وهذه النسب لم تكن مقتصرة على فئة عمرية بعينها، فأصحاب الفئات العمرية الأكبر والأصغر يتابعون الاعلام التقليدي عبر الانترنت، وكما موضح في الجدولين (4) و(5).

جدول (4): إجابات المستطلعة آراؤهم عن سؤال: هل تتابع وسائل الاعلام التقليدية عبر الانترنت؟

الاجابة	تكرار	%	المرتبة
نعم	189	90	الاولى
كلا	21	10	الثانية
المجموع	210	100%	

جدول (5): يبين اجابات المبحوثين عن متابعة الاعلام التقليدي عبر الانترنت وفقا للفئة العمرية

المرتبة	%	الاجابات					الفئة العمرية
		المجموع	%	كلا	%	نعم	
الثانية	31.4	66	3.4	2	96.96	64	29-20 عاما
الاولى	43.3	91	15.39	12	84.61	77	39-30 عاما
الثالثة	16.2	34	8.83	3	91.17	31	49-40 عاما
الرابعة	9	19	21.6	4	78.94	15	50 عاما فما فوق
	100%	210	10	21	90	189	المجموع

3-2: الطرق المتجددة في متابعة وسائل الاعلام التقليدية: بما ان هذا الحقل تركت فيه الاجابة حرة للمبحوثين في الاختيار فسيكون التسلسل محصورا بالخيارات لا المبحوثين، وهنا فإن (43.6%) من الاجابات اختارت (تصفح المواقع الالكترونية للصحف والاذاعات) فجاءت أولا، تلاها خيار (التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لهذه الوسائل) بنسبة (39%) ثم حلّ خيار معاينة تطبيقات الوسائل عبر الهواتف المحمولة واللوحية ثالثا بـ (30.3%) وجاءت تقنية البث المباشر عبر مواقع التواصل رابعة بـ (19%)، ونؤشر هنا تقاربا بين المراتب الاولى والثانية والثالثة، وهي خيارات مشتركة لدى بعض المبحوثين ما يدل على طابع التنوع في التعرض لوسائل الاعلام التقليدية إلكترونياً، وعلى النحو الموضح في جدول (6).

جدول (6): الطرق المتجددة التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة وسائل الاعلام التقليدية

المرتبة	%	التكرار	الطرق المتجددة
الاولى	43.6	85	تصفح المواقع الالكترونية للصحف والاذاعات والفضائيات
الثالثة	30.3	59	معاينة تطبيقات الوسائل عبر الهواتف المحمولة واللوحية
الرابعة	19	37	تقنية البث المباشر عبر مواقع التواصل (فيس بوك، يوتيوب)
الثانية	39	76	التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لهذه الوسائل
الخامسة	0.5%	1	جميع ما ذكر
	100%	258	المجموع

3-3: أسباب اعتماد الطرق المتجددة في متابعة وسائل الاعلام عبر الانترنت: بما ان هذا الحقل ايضا ترك للمبحوثين فيه حرية الاختيارات المتعددة فقد بلغ مجموع الاجابات نحو (219) اجابة، وحلت فئة (محاكاة الواقع بعيدا عن التقليدية والنمطية) أولا بواقع (117) ونسبة (60%) تلتها فئة (تشجيع الوسائل نفسها ببث تعليقات المشاهدين وشكاواهم ثانيا بنسبة (25.6%) وجاءت فئة (صعوبة الطرق المعتادة وقلة فاعليتها) ثالثاً بنسبة (21%) فيما احتلت فئة (جميع ما ذكر) المرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة (5.6%) فقط، ويعطي هذا الناتج دلالات على ان الجماهير باتت تشعر بقدوم الوسائل التقليدية وان التعرض لها عبر الانترنت يبعدها عن التقليدية والنمطية، وهو ما موضح في الجدول (7).

جدول (7): ما الأسباب التي تجعلك تعتمد الطرق المتجددة في التعرض لوسائل الاعلام؟

المرتبة	%	التكرار	الأسباب
الثالثة	21	41	صعوبة طرق التعرض المعتادة وقلة فاعليتها
الثانية	25.6	50	تشجيع الوسائل نفسها ببث تعليقات المشاهدين وشكاواهم
الاولى	60	117	محاكاة الواقع بعيدا عن التقليدية والنمطية
الرابعة	5.6	11	جميع ما ذكر
	100%	219	المجموع

3-4: استبيان آراء المبحوثين في توظيف وسائل الاعلام للانترنت: اختار (135) من المبحوثين خيار (طريقة مثلى للوصول الى الجماهير بشكل أسرع) وبنسبة (69.9%) فيما اختار (19.2%) أن الانترنت يؤدي ادوارا تكميلية لا تغني عن الوسيط الرئيسي المتمثل بوسيلة الاعلام التقليدية، وردّ (10.9%) من المستجيبين بأن عملية توظيف الانترنت تؤدي الى (الغاء الاعلام التقليدي واستبداله بتقنية الانترنت) ما يدل على أن الجماهير تستشعر بطء النمط التقليدي، وتؤكد اهمية الاستعانة بالانترنت لتحقيق عامل السرعة وميزات اخرى، وعلى النحو الموضح في الجدول (8).

جدول (8): آراء المبحوثين في توظيف وسائل الاعلام للانترنت

المرتبة	%	التكرار	ارى في توظيف وسائل الاعلام للانترنت
الاولى	69.9	135	طريقة مثلى للوصول الى الجماهير بشكل أسرع
الثانية	19.2	37	اداء ادوار تكميلية لا تغني عن الوسيط الرئيسي
الثالثة	10.9	21	الغاء للاعلام التقليدي واستبداله بتقنية الانترنت
	%100	193	المجموع

3-5: استبيان آراء المبحوثين في التعرض للاعلام التقليدي مع وجود الانترنت: أجاب (82) بأن التعرض ممكن بالنظر لاحتفاظ هذه الوسائل بخصوصيتها مشكلين (42.7%) من مجموع الاجابات، في حين اجاب (75) بان التعرض ممكن الى حد ما بشرط تغيير الوسائل من نمط الاداء، ورأى (18.2%) من المستجيبين بأن التعرض مع وجود الانترنت غير مجد بالنظر لجمود الوسائل وقلة فاعليتها، ما يدل على ان ثمة شعور بجدوى التعرض لكن مع تحفظات تتعلق بضعف الوسائل بالمقارنة مع وسيط الانترنت، وكما موضح في الجدول (9).

جدول (9): آراء المبحوثين في التعرض لوسائل الاعلام التقليدية مع وجود الانترنت

المرتبة	%	التكرار	التعرض للاعلام التقليدي بوجود الانترنت
الاولى	42.7	82	ممكن بالنظر لاحتفاظ هذه الوسائل بخصوصيتها
الثانية	39.1	75	ممكن الى حد ما اذا غيرت هذه الوسائل من نمط ادائها
الثالثة	18.2	35	غير مجد بالنظر لجمود الوسائل وقلة فاعليتها
	%100	192	المجموع

3-6: آراء المبحوثين في هوية الاعلام التقليدي في ظل الانترنت: أجاب نحو (58.8%) بأن توظيف الاعلام التقليدي للانترنت أدى الى (انبثاق هوية جديدة لإعلام الانترنت الحر) في حين رأت (45.4%) من الاجابات ان الانترنت يسهم في (تعزيز قابليات هذه الوسائل وزيادة رصيدها) ووجد (7.7%) فقط ان الاستخدام يؤدي الى فقدان الوسائل الاعلامية هويتها لتصبح في فضاء الانترنت كلياً، وهي نتائج تدل على ان ثمة اعتقاداً راسخاً بانبثاق إعلام جديد يتخذ من الانترنت فضاءً له، ووسيطاً لنقل الرسائل الى الجماهير، وكما موضح في الجدول (10).

جدول (10): استطلاع آراء المبحوثين في انعكاس توظيف الانترنت على هوية الاعلام التقليدي

المرتبة	%	التكرار	انعكاسات توظيف الانترنت على هوية الاعلام
الثانية	45.4	88	تعزيز قابليات هذه الوسائل وزيادة رصيدها
الاولى	58.8	114	انبثاق هوية جديدة لاعلام الانترنت الحر
الثالثة	7.7	15	فقدان هويتها لتصبح في فضاء الانترنت كلياً
	%100	194	المجموع

3-7: آراء المبحوثين في أثر المحتوى الرقمي الكامل على وجود الصحافة الورقية: أجاب نحو (45.1%) بأن المحتوى الرقمي يجعل الصحف أكثر شهرة وقراءة حتى خارج نطاق بلدانها، ورأى (29%) من المبحوثين أن المحتوى الرقمي يجعل الصحف الورقية بلا جدوى، واجاب (25.9%) بأن الصحف صارت أقل جماهيرية بحكم استسهال القراء لوسيط الانترنت، وهذه النتائج تقيد بأن الانترنت في نظر الجماهير أصبح ضرورة للصحافة التقليدية لا تستطيع من دونه التواصل مع قرائها ومتابعيها، ينظر الجدول (11).

جدول (11): آراء المبحوثين في اثر المحتوى الرقمي الكامل على الصحافة الورقية

المرتبة	%	التكرار	يجعل المحتوى الرقمي الصحف الورقية
الاولى	45.1	87	أكثر قوة وشهرة ومقروئية حتى خارج نطاق بلدانها
الثالثة	25.9	50	أقل جماهيرية بحكم استسهال القراء للوسيط الناقل ومزاياه
الثانية	29	56	بلا جدوى.. لعدم مجاراتها الانترنت بوصفه وسيطاً قوياً وفعالاً
	100%	193	المجموع

3-8: انعكاس المحتوى الالكتروني للإذاعة على طبيعتها: اجاب (51.6%) من المبحوثين بأن البث المباشر للإذاعة عبر الانترنت ومحتواها الالكتروني يسهم في زيادة نوافذ البث واعطاء مساحة اكبر للتعرض والتفاعل، فيما رأى (31.9%) أن هذا المحتوى يسهم في تعزيز قوة الإذاعة شرط توظيفها بالشكل الأمثل، ورأى (15.4%) أن هذا المحتوى يؤدي إلى (فقدان هوية الإذاعة عبر تحويلها إلى النطاق المرئي) ما يدل على أن الجمهور في الغالب يرى في الانترنت وسيطاً أفضل لنقل المحتوى الإذاعي، انظر جدول (12).

جدول (12): آراء المبحوثين في انعكاس المحتوى والبث المباشر الالكتروني على الإذاعة المسموعة

المرتبة	%	التكرار	تسهم تقنية البث المباشر للإذاعة عبر الانترنت في:
الاولى	51.6	97	زيادة نوافذ البث واعطاء مساحة اكبر للتعرض والتفاعل
الثانية	31.9	60	تعزيز قوة الإذاعة لو جرى توظيفها بالشكل الأمثل
الثالثة	15.4	29	فقدان هوية الإذاعة عبر تحويلها إلى النطاق المرئي
الرابعة	1	2	أخرى
	100%	188	المجموع

3-9: آراء المبحوثين في توظيف القنوات التلفزيونية للانترنت: ذكرت (76.7%) من الاجابات ان الانترنت يجعل القنوات أكثر سعة وانتشاراً بفعل البث المباشر وطرح المحتوى في يوتيوب والمواقع الاخرى، في حين رأت (15%) من الاجابات ان القنوات التلفزيونية أصبحت أكثر سطحية بفعل مشاركة الجميع في محتواها عبر الانترنت، واجاب (8.3%) بأن القنوات أصبحت مجرد مواقع الكترونية فاقدة الهوية بوصفها وسيلة اعلام عريقة، وهذه الاجابات تقيد بأن الانترنت أصبح الأكثر تفضيلاً بوصفه وسيطاً ناقلاً للتلفزيون بالمقارنة مع الطرق التقليدية، انظر جدول (13).

جدول (13): آراء المبحوثين في توظيف القنوات التلفزيونية للإنترنت

المرتبة	%	التكرار	يجعل الانترنت القنوات التلفزيونية؟
الاولى	76.7	148	اكثر سعة وانتشارا بفعل البث المباشر وطرح المحتوى في يوتيوب والمواقع الاخرى
الثالثة	8.3	16	مجرد مواقع الكترونية فاقدة الهوية كوسيلة اعلام عريقة
الثانية	15	29	وسيلة اكثر سطحية بفعل مشاركة الجميع بمحتواها
المجموع	%100	193	

3-10: دوافع المبحوثين للتعرض للاعلام التقليدي بالطرق المألوفة: كان من المفترض الا يجيب المبحوثون الذين اجابوا بـ (نعم) عن هذا السؤال، لكن وجد الباحث ان (183) اجابوا عنه، وتوزعت اجاباتهم بين (77) ما زالوا يرون ان وسائل الإعلام رصينة وذات مصداقية، وبنسبة (42.1%) و (60) يجدوها (أيسر استخداما واكثر طمأننة من الانترنت) مشككين ما نسبته (32.8%) فيما اجاب (34) بأنها (افضل من الانترنت رغم سلبياتها وخطابها غير المتناسق) وبنسبة بلغت (18.6%) واجاب (12) بـ (جميع ما ذكر) محققين نسبة (6.5%) ورغم هذه المؤشرات غير ان النقاط السابقة تؤكد ان خيار الانترنت لا غنى عنه بالنسبة للمبحوثين بحكم سهولته واتاحته وتعدد خصائصه بالمقارنة مع الإعلام، مع التأكيد على ضرورة التزاوج بين الاثنين لتقديم خدمة متكاملة للجمهور، ينظر جدول (14).

جدول (14): اجابات المبحوثين عن الدوافع وراء متابعة الإعلام التقليدي بالطرق المعتادة

المرتبة	%	التكرار	أتابع وسائل الإعلام التقليدي لكونها
الاولى	42.1	77	وسائل رصينة ذات مصداقية
الثالثة	18.6	34	افضل من الانترنت رغم سلبياتها وخطابها غير المتناسق
الثانية	32.8	60	ايسر استخداما واكثر دفئا من الوسائل الاخرى
الرابعة	6.5	12	جميع ما ذكر
المجموع	%100	183	

الاستنتاجات:

بعد استعراض النتائج فقد استخلص الباحث مجموعة من الاستنتاجات يمكن عرضها على النحو

الآتي:

- ان متابعة وسائل الإعلام التقليدية عبر الانترنت بشتى طرقها (تصفح- بث مباشر- تطبيقات الهواتف المحمولة واللوحية- مواقع التواصل.. الخ) خيار الجمهور الاول بالنظر لطبيعة الاستخدام المكثف لهذا الوسيط، ومن ثم لا يمكن لوسائل الإعلام نفسها الاستغناء عنه لكونه نقطة الاتصال المباشرة مع متابعيها أولاً، ولعجزها عن الحفاظ على شعبيتها في ظل المستحدثات التكنولوجية ثانياً.
- يؤسس استخدام الإعلام التقليدي المكثف للإنترنت لإعلام من نوع جديد تتلاشى فيه التقليدية والنمطية كما يوضحها الجمهور في اجاباته، وهو إعلام يحجم بشكل كبير الإعلام السابق بطرق انتشاره المألوفة (توزيع الصحف ورقياً، البث عبر موجات الاثير اذاعياً، والبث الفضائي تلفزيونياً).

- ج- ان الاجابات المنخفضة فيما يتعلق بمن يرون في الانترنت والاعلام مكمّان لأدوار بعضهما بعضاً يدلل على أن الإعلام لم يعد مستقلاً بذاته حتى يكون نداً للشبكة العالمية، بل اصبح جزءاً من تطبيقاتها، فاحتمالية بقاء الإعلام وان رآها البعض ممكنة الا انه وضع اشتراطات من قبيل تحسين نوعية رسائلها، وبقائها ملازمة للإنترنت حتى تصل بشكل أسرع وأوسع نطاقاً الى المستخدمين من خدماتها المتعددة.
- د- ان الأغلبية لم تجد في الانترنت مسيئاً للصحافة الورقية او الاذاعة المسموعة او التلفزيون وملغياً لهويتها، بل تراه مُحسن لنوعية خدماتها وضرورة لإيصال صوتها الى ابعد نطاق، وهذا مؤشر آخر على ان الانترنت خيار حاسم للوصول للصحافة الى أبعد نقطة، وتحويل الاذاعة الى وسيط مرئي اكثر تفاعلية، والتلفزيون الى وسيلة أكثر مشاهدة بالنظر للمحتوى المُشاهد في (youtube) والمواقع الأخرى.
- هـ- ان الإعلام التقليدي وإن فقد بريقه وقلّ عدد متابعيه الا ان مصداقيته ما زالت راسخة في اذهان الجماهير، وهو وسيط اكثر طمأنة رغم ان الجماهير لا تستطيع جعله خياراً أولاً بالمقارنة مع الانترنت للأسباب آنفة الذكر، ما يدلل على أن التخلي عن الاعلام ليس بسبب مساوئ الخطاب، قدر كونه وسيلة تقليدية قديمة لا تجاري العصر الحديث.
- و- ان تكيف وسائل الاعلام التقليدية مع الانترنت أفقدها هويتها وأسهم في تحولات على صعيد شعبيتها، فلم تعد وسائلخبارية بل وسائل "شعبوية"، وقد رأى فيها الجمهور مصدراً لتسطيح العقل بدل تنوير الافكار والقيام بالأدوار التعليمية والتثقيفية والتوعوية التي اعتادت عليها لعقود سابقة من الزمن.

الهوامش:

- 1.سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2017، ص162.
- 2.تم عرض الاستمارة على كل من:
أ. أ.م.د محمد حسين علوان-كلية الاعلام-جامعة واسط.
ب. أ.م.د حيدر شلال متعب/ كلية العلوم الاسلامية-جامعة كربلاء.
ج. أ.م.د عظيم كامل زريزب/ كلية الاداب-جامعة بابل.
- 3 منذر الضامن، اساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، عمان، 2007، ص171.
- 4 ينظر: محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت، 1986، ص244.
- 5 ينظر: نديم منصوري، موضوعات في علم اجتماع الانترنت والتواصل الرقمي، منتدى المعارف، بيروت، 2019، ص147 وما بعدها.
- 6 التصنيف خاص بالباحث.
- 7 نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص13.
- 8 ينظر: رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص70 وما بعدها.
- 9 مانويل كاستلر، سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014، ص112-113.

- 10 شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص56.
- 11 اندريا ال برس وبروس ايه ويليامز، مقدمة الى بيئة الاعلام الجديدة، ترجمة: احمد شكل، مؤسسة هنداوي، لندن، 2017، ص33.
- 12 السير ديفيد اوماند وآخرون، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، مركز الامارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ابو ظبي، 2014، ص9.
- 13 جمال الرزن، البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 17، تموز 2012، ص25.
- 14 ينظر: رضا عبد الواحد امين، مصدر سابق، ص125.
- 15 ينظر: عبد الامير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، 2005.

CONFLICT OF INTERESTS

There are no conflicts of interest

المصادر:

الكتب العربية والمترجمة:

1. السير ديفيد اوماند وآخرون، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، مركز الامارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ابو ظبي، 2014.
2. اندريا ال برس وبروس ايه ويليامز، مقدمة الى بيئة الاعلام الجديدة، ترجمة: احمد شكل، مؤسسة هنداوي، لندن، 2017.
3. رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
4. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2017.
5. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
6. عبد الامير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، 2005.
7. مانويل كاستلز، سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014.
8. منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، عمان، 2007.
9. نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014.
10. نديم منصوري، موضوعات في علم اجتماع الانترنت والتواصل الرقمي، منتدى المعارف، بيروت، 2019.

المجلات:

مجلة الباحث الاعلامي، جامعة بغداد: كلية الاعلام، العدد 17، تموز/2012.