



الاعلام التقليدي في ظل وسائط الميديا الجديدة "مقاربة معرفية"

The Title : The old Media in light of new Media " the cognitive approach"

محمد مرواني (*)

جامعة مستغانم، الجزائر

afrah.nourmalek@gmail.com

تاريخ الإيداع: 2020/07/08 تاريخ القبول: 2020/11/17 تاريخ النشر: 2020/12/31

الملخص:

تتناول هذه الدراسة أهمية الاتصال و الإعلام كممارسة اجتماعية في حياة أفراد المجتمع ، و معرفة مدى تأثير الإعلام التقليدي على الجمهور في ظل وجود وسائط الميديا الجديدة ، كما تركز الدراسة عبر مقارنة معرفية على دراسة تأثير الإعلام التقليدي على غرار الصحافة الورقية والإذاعة والتلفزيون على فئة اجتماعية هامة وهي الشباب، وموقع الإعلام بوسائله المتعددة من حيث حجم الاستخدام والتعرض من قبل الجمهور خاصة، في ظل وجود متغير إعلامي جديد تحركه وسائل جديدة منها الصحافة الالكترونية التي تستقطب بشكل واضح فئات واسعة من الجمهور وهي فئة الشباب.

الكلمات الدالة:

الإعلام التقليدي ، الشباب ، وسائط الميديا الجديدة،

Abstract:

This study highlights the importance of communication and media as a social practice in the lives of members of society and knowledge of the extent of the influence of traditional media on the public in the presence of new media. The study also focuses on a knowledge approach to study the impact of traditional media, such as press , radio and television, on an important social group which is the youth and the media site with its various means in terms of the volume of use and exposure by the public, especially in light of the presence of a new media variable driven by new means, including the electronic press, which clearly attracts large groups of the audience, namely the youth category.

Keywords: Traditional media, youth, new media

(*) المؤلف المرسل: محمد مرواني afrah.nourmalek@gmail.com



لاشك أن الاتصال والإعلام ظهر كسلوك وممارسة اجتماعية في حياة الأفراد والمجتمعات منذ أن خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان فقد كانت الممارسات الاتصالية الأولى قائمة على أشكال محددة بدائية وكلاسيكية كالرسم والتعبير بالصوت والإيحاءات المختلفة , وقد أملت الحاجة الاجتماعية على الإنسان أن يندمج في بيئته الاجتماعية ويحسن ويطور من نمط معيشته، وقد اقتضت ضرورات الحياة أن تخرج الإنسان البدائي من مرحلة اتصالية قائمة على محاكاة الطبيعة والتواصل مع المحيط الاجتماعي بالرموز والإشارات إلى مرحلة اتصالية أكثر ديناميكية تتعدد فيها وسائل الاتصال بتطور المجتمعات . ولقد مارس ما يسمى بالإعلام التقليدي وعلى مدار حقب مختلفة تأثيراً على الجمهور، وكان هذا التأثير في مستوياته متبايناً ومختلفاً حسب خصوصية الوسيلة الإعلامية وقدراتها الاتصالية والإعلامية على استقطاب الجمهور أو التأثير على اتجاهاته بدرجة محدودة ' ونقصد هنا بنا بالإعلام التقليدي كل من الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون وهي وسائل إعلام تسعى إلى تقديم مواد ومضامين إعلامية للجمهور قد تتسم بطابع إخباري أو سياسي أو اجتماعي وثقافي واقتصادي . ومع التطور الذي شهدته هذه الوسائل الإعلامية من صحافة مكتوبة وإذاعة مسموعة وتلفزيون على المستوى التقني والتكنولوجي بدأت عملية صناعة المضمون الإعلامي وإخراجه إلى الجماهير تتطور هي الأخرى بما إضافته التكنولوجيات من تقنيات في العمل الإعلامي وقد فرضت شبكات الاتصال الحديثة عبر الانترنت أمام القائمين على المؤسسات الإعلامية المكتوبة أو المسموعة والمرئية توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموجودة عبر الشبكة العنكبوتية في العمل الإعلامي ' بل اخذ نطاق اعتماد مقدموا المضامين الإعلامية على " الفايسبوك " واليوتيوب "" والتويتر" مثلاً يتسع واتضح هذا في استعانة مقدمي مختلف البرامج الإذاعية أو التلفزيونية بالرباط الاتصالي " الفايسبوك" للتواصل وبتفاعلية أكثر مع الجمهور , ويبدو أن هذا التحول التكنولوجي الذي صاحب العمل الإعلام عموماً يحيلنا إلى مرحلة جديدة في أساليب الإعلام والاتصال تتغير فيها أنماط اتصال وسائل الإعلام بالجمهور واستخدام هذا الأخير لوسائط اتصال أخرى لإشباع احتياجات .

1.2. المفهوم وأبعاده واستخداماته

استطاعت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أن تؤثر على طرائق العمل الإعلامي و انعكس ذلك على أداء وسائل الإعلام المختلفة على المستوى الفني والمهني .



وشكل انتقال الصحافة الورقية من مرحلة العمل الإعلامي المكتوب و المنشور لكي يتلقاه جمهور قراء الجريدة إلى مرحلة الصحافة الإلكترونية التي طغت على الساحة الإعلامية و أضحت أكثر وسائل الإعلام التقليدية التي يغير القائمون عليها من طرائق العمل الإعلامي و من أساليب الاتصال بالجمهور وذلك بسبب تنامي ظاهرة الإعلام الجديد في أوساط المجتمع و ما فرضه التعرض المكثف لفئات اجتماعية لوسائل الميديا الجديدة من تغيرات على السلوكيات الاجتماعية و أشكال التلقي لمضامين الإعلام لدى أفراد المجتمع .

يبدو أن وجهات نظر الباحثين في حقل الإعلام و المنشغلين خاصة بنشاط وسائل الإعلام و أثرها على الجمهور في ظل بروز الميديا الجديدة لا يتفقون على قوة الصحافة المكتوبة في التأثير على المتلقي في ظل المعطيات الجديدة التي فرضها ظهور الإعلام الإلكتروني أحد مظاهر الإعلام الجديد . إذ يرى الباحثون أن إمكانية بقاء الصحافة الورقية على ساحة العمل الإعلامي في ظل عصر تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة مازال ممكنا و متاحا إذا ما واكبت الصحافة المكتوبة مقتضيات التكنولوجيات و تكيفت مع التقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال التي يبدو أن الصحافة المكتوبة في العالم العربي في موقع المتأثر بها و يتضح هذا في استخدامها لتقنية النشر الإلكتروني لأخبار الصحيفة المكتوبة و استحداث صفحات خاصة للجريدة المكتوبة على الفيسبوك الذي يتواجد به كفضاء اتصالي افتراضي أفراد يصعب تحديد حجمهم لدى القائم بالعملية الاتصالية في الوسيلة الإعلامية و قد تطورت الصحافة في النصف الثاني من القرن العشرين و شهدت تطورا هائلا فقد وصلت عدد الصحف في عام 1960 إلى 145 صحيفة توزع ما يزيد 200 مليون نسخة يوميا و كان النصيب الأكبر يصل إلى الثلث في الولايات المتحدة الأمريكية و الثلث الآخر لأوروبا بما فيها الاتحاد السوفياتي و الثلث الأخير لبقية دول العالم (محمد الحسن ، 2010، صفحة 01) .

يعتبر الباحثون أن الأفراد المهنيين المشتغلين في حقل الصحافة المكتوبة مطالبون في حال افتراض بقاء الصحافة الورقية على ساحة التداول و التعرض لمضامينها من قبل عدد من أفراد الجمهور بمواكبة التطورات المتسارعة الحاصلة في وسائل الإعلام على المستوى التقني و الفني ثم أن التعاطي من قبل الصحفيين و باقي المهنيين في وسائل الإعلام التقليدية مع تقنيات الإعلام الجديد و وسائل الاتصال الجديدة المتاحة للإعلام لمخاطبة قطاع واسع من الجماهير يشكل تحديا هاما و أساسيا لدى المشتغلين في حقل وسائل الإعلام ، و رغم أن عددا من الباحثين مطمئنون لبقاء الصحافة المكتوبة على ساحة العمل الإعلامي و هم يعتبرون أن



خصائص الصحافة المكتوبة الإعلامية وتغير أشكال التعرض لمضامينها من قبل المتلقي يسمح في الأخير لهذه الوسيلة الإعلامية بتغيير فقط جوانب العمل الإعلامي لديها على المستوى الفني من حيث إخراج الجريدة ووضعها على حامل إلكتروني لتصفحها بشكل سلس وسهل ، ويعتبر الدكتور الشامي أستاذ الصحافة المكتوبة بجامعة الإمارات أن الصحافة المطبوعة تتمتع بعدة مميزات عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى وذلك يعطها القدرة على الاستمرار في ظل مجابهة الوسائل الحديثة . يستطيع الإنسان أن يقرأ الصحيفة مرات بيسر وسهولة ويرى الباحث أن الإذاعة والتلفزيون يفتقدان لهذه الميزة المهمة كما تتيح الصحافة المكتوبة للإنسان المتلقي القدرة على امتلاك المعلومات ويعتبر الباحث أن الصحافة المكتوبة ستظل محافظة لموقعها في وسط الوسائل الإعلامية و أنها لن تؤثر عليها بالشكل الذي يروج له البعض وبخاصة الانترنت فلا شك أن الانترنت ليس باستطاعة كل الناس استخدامه أو اقتنائه كما أن الانترنت يزيد من انتشار الصحافة فالصحيفة التي تقرأ عبر الانترنت هي الصحيفة الورقية جانبا إلى جنب الصحف الالكترونية ولكن تظل القراءة عبر الورق أسهل وأيسر وأكثر عمقا من الانترنت. ويعترف الباحث أن الانترنت تمكنه من القضاء بشكل ضئيل على الصحافة المكتوبة ولكن يصعب على الانترنت القضاء على الصحافة المكتوبة ككيان معلوماتي كبير يتعايش مع الرأي العام ويؤثر فيه بشكل فعال (عبد الأمير ، 2006، الصفحات 139-140) .

2.2. وسائل الإعلام الجماهيري

شهدت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تطورا سريعا منذ القرن التاسع عشر وحلول القرن العشرين الذي عرف ظهور الإذاعة والتلفزيون وقد ساد مرحلة تاريخية معينة تطورت فيها هذه الوسائل الإعلامية التقليدية طرح نظري مفاده أن انبهار الجمهور وتأثره بطريقة سحرية بمضامين الإعلام الذي اصب حالان تقليديا في مفاهيم وبحوث الإعلام الجديدة . وتعتبر الصحافة المكتوبة أقدم وسائل الاتصال الجماهيري تتطلب في نظر الباحثين اكتساب مهارات كالقراءة والكتابة والقدرة على التحليل وذلك لأنها تعتمد على رموز اصطلاحية ليس كما هو الحال بالنسبة للإذاعة والتلفزيون اللذان تحتاجان إلى مهارات للتعامل معها (محمد الديلي ، 2003، صفحة 13)، واختيار وسيلة الاتصال لا يتم من فراغ ودون دراسة بل يتم الاختيار بناء على أسس إذ يجب أن يتم اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة التي تحقق الأهداف المنشودة ولا بد من معرفة مزايا وعيوب كل وسيلة انطلاقا من قياس قدرتها على التغطية الجغرافية والتوزيع ودراسة الجمهور مستخدم الوسيلة ومدى ملائمة الرسالة



للسيلة (محمد الدبلي ، الاعلام والاشكاليات التخطيط والممارسة، 2010، الصفحات 58-57)

3.2. الصحافة المكتوبة:

شكل ظهور ما يسمى بالصحافة المكتوبة الشعبية والجمهورية في أوروبا محطة تاريخية وهامة في تاريخ وسائل الإعلام وارتبط ظهور الصحافة في القرن التاسع عشر بالعديد من التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي عرفتها أوروبا بعد نهاية الحرب العالمية الأولى كما لا يغفل باحثون في تاريخ الصحافة العالمية المتغير الهام الذي ضمن انتقال الصحافة من مرحلة الانتشار الأولية إلى ارتباطها كمؤسسة مجتمعية بالحق الديمقراطي لأفراد المجتمع وحق اكتساب المعلومة والأخبار الذي دستره العديد من دول العالم ثم اعتبرت الصحافة تاريخيا احد المؤشرات المعبرة عن تطور المجتمعات ومؤسسات السلطة ونظم الحكم، فأصبحت الصحافة المكتوبة بعد الحرب العالمية الثانية احد السلطات الأساسية الفاعلة في صناعة القرار السياسي وصياغة ملامح النظم الاجتماعية وهذا المرحلة عرفت فيها الصحافة أود عطاها وتزامن هذا أيضا مع ظهور الإذاعة والتلفزيون .

4.2. الإذاعة المسموعة :

وهي من الوسائل الإعلامية الجماهيرية الأنسب والأكفأ للمجتمعات البعيدة عن المدن وذلك لان العديد من الباحثين في مجال الإعلام يعتبرون أن الإذاعة وسيلة إعلامية يمكنها الوصول إلى جميع المناطق السكنية، كونها تتخطى الحدود الجغرافية والمستويات التعليمية ويرى باحثون أن المضمون الإذاعي الإعلامي يمكن أن يكتسب جمالية معينة إذ تتميز الرسالة الإبداعية بداعمة موسيقية كما تمتاز الإذاعة كونها وسيلة إعلامية يعتاد عليها الناس بطريقة سهلة لا تحتاج لمهارات في الاستخدام مع إمكانية استعمالها في جميع الأوقات والأماكن بواسطة البطاريات وتتيح الإذاعة اختيارات متعددة ويرى باحثون أن الراديو يشعر الفرد بالاقتراب الشخصي متخطيا حاجز الأمية حيث يمكن للقائمين على الإذاعة تكييف المضمون بطريقة تجعله يتفق مع توقعات المستمع الخاصة وتمتاز فضلا عن ذلك الإذاعة بخصائص اتصالية عديدة أهمها أنها وسيلة قادرة على التأثير في أفكار واتجاهات وسلوك المستمعين كما أن البرنامج الإذاعي يحظى باهتمام وقبول الناس وذلك كون الإذاعة تسعى إلى نقل يوميات الجمهور عبر الأثير كصياغة المعلومات التي لها صلة بالتنمية والإرشاد والتعليم والسياسة كما يؤكد العديد من الباحثين أن الإذاعة لا يمكن أن تعمل بمعزل عن قنوات الاتصال فهي



بحاجة إلى مساندة وتكافل المواد المطبوعة والمرئية (محمد الديلمي ، الاعلام والاشكاليات التخطيط والممارسة، 2010، الصفحات 15-16).

5.2. التلفزيون :

هو عبارة عن وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة (لعرج ، 2006، صفحة 02)، وأخذ ظهور التلفزيون ثورة في عالم وسائل الاتصال والإعلام فقد رأى العديد من الباحثين المهتمين بدراسة وسائل الإعلام في سيرورة تاريخية أن التلفزيون بعد ظهوره احتل مكانة قوية في عقول الجمهور وأصبح أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على الجماهير كونه ينقل الصوت والصورة معا في حين على غرار باقي وسائل الإعلام، ويعتبر من أكثر الوسائل انتشارا وتأثيرا لما يتميز به من خصائص نادرة مقارنة بغيرها من وسائل الاتصال الأخرى ولما يؤديه من دور فعال في حياة الجماهير في جميع الميادين الإعلامية وتضاعفت أهميته وتأثيره في ظل التطور التقني والتكنولوجي الحديث خاصة بعد ظهور الأقمار الصناعية التي أصبحت وسيلة اتصال (الزبون ، 2013، صفحة 13).

وقد كان التلفزيون في خلفية الصورة في حين كان الراديو يواصل تقدمه كمجرد فكرة وبعد ذلك كجهاز في مختبر أو معمل ومع نهاية العشرينات أجريت عليه تجارب كثيرة وبدا البث التجريبي في أوائل عام 1936 في استوديوهات كان على الممثلين والممثلات فيها وضع احمر للشفاه وبدا الإرسال عام 1939 وسرعان ما توقف مع الحرب العالمية الثانية وتحولت المصانع للإنتاج الحربي للأجهزة الالكترونية وكانت شركة "ارسي" قد وضعت جهاز يقلل الإضاءة في الاستوديوهات التي يعمل بها ممثلون وكانت الحانات أول من روج للتلفزيون ليصبح الولد المدلل يتدافع عليه أصحاب الإعلانات للوصول إليه وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير الذين انهمروا به وارتفع بسرعة عدد الهوائيات الخاصة بأجهزة التلفزيون في العالم (محمد الديلمي ، الاعلام والاشكاليات التخطيط والممارسة، 2010، صفحة 43)، ليتضح أن الفترة الزمنية التاريخية التي ظهرت فيها وسائل الإعلام التقليدي كالمصاحفة الورقية المطبوعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون لم تكن متباعدة وقد صاحبها تحولات سياسية واجتماعية شهدتها أوروبا ما بين الحربين العالميتين الأولى والثانية ، واتضح أيضا أن التأثير على اتجاهات الجمهور مع بدايات ظهور الإعلام التقليدي كان قويا وتناولته العديد من البحوث الخاصة بنظريات الإعلام وقد اكتست الوسيلة الإعلامية حيزا من الاهتمامات في بحوث الإعلام .



كما أدى البث التلفزيوني الفضائي إلى إحياء نوع من الشعور بالمصير المشترك في العالم العربي كما يرى باحثون انه جلب وعيا بالوحدة العربية ويخدم البث التلفزيوني الفضائي جمهورا إقليميا يتجاوز الحدود القطرية وهو مرتبط بعوامل اللغة والثقافة والتاريخ والى حد اقل بعاملين الدين والجغرافيا (زباني ، 2005 ، صفحة 34).

هذا الاهتمام بخصائص معنية لوسائل إعلامية كانت حديثة في وقتها وفي سياق ظهورها تاريخيا يقودنا إلى استيعاب حالات النقاش والبحث العلمي المتواصل حول تحليل خصائص الإعلام والميديا الجديدة التي انبهر بها الجمهور أيضا كمالا انبهر بوسائل إعلام سابقة ولعل مقارنة الاستخدامات والإشباع التي تقود إلى استغلال وسيلة إعلامية عن أخرى يعتبر مدخلا هاما لدراسة التحول الإعلامي المتسارع الذي عرفته وسائل الإعلام التقليدية وأثره على المجتمع.

3- وسائل الإعلام التقليدية و أثرها على الشباب في الجزائر:

1.3. الدراسات التي عالجت الشباب و وسائل الاعلام

تشير عدد من الدراسات المهمة بعلاقة الشباب بوسائل الإعلام المختلفة إلى صعوبة ضبط مفهوم واضح ودقيق لما يسمى "الإعلام الشباني" ففئة الشباب التي تتعدد اهتماماتها في الحياة وهي أكثر الفئات تمكنا من وسائل الإعلام الجديد كالأترنت وشبكات الإعلام الاجتماعي لا يمكن حصر هذه الفئة الشبانية في مضمون إعلامي واحد.

*يرى الباحث الدكتور محمد لعقاب إلى أن صعوبة تقديم تعريف مقنع للإعلام الشباني راجع إلى صعوبة إيجاد تعريف دقيق لمفهوم "الشباب" وما المقصود بفئة الشباب ؟ وهل الشباب جمهور واحد أم هو عبارة عن جماهير مشتتة ؟ وما هي حاجيات هذه الفئة الشبانية الإعلامية ؟ وما هي خصائصها النفسية والاجتماعية (لعقاب ، صفحة 75) ؟

أن صعوبة تحديد مفهوم دقيق وشامل ومقنع للشباب يجعل من وسائل الإعلام المختلفة كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون أمام تحديات هامة في الاتصال بالشباب والتأثير عليه ومن ثمة استقطابه للتفاعل مع ما يقدم له من مضمون إعلامية .و بالجزائر يرى الباحث أن المتأمل في شبكة برامج التلفزيون الجزائري يصعب عليه التمييز بين ما هو موجه للشباب وبين الإعلام العام ويشير الباحث إلى أن مختصين في الإعلام يؤكدون أن هناك خلل واضح في تفاعل وسائل الإعلام مع مشكلات الشباب وذلك من خلال ضعف المحتوى والأسلوب مع تنميط المحتوى (لعقاب ، صفحة 85).



فعلى مستوى وسائل الإعلام الجزائرية التي تعيش في الوقت الراهن مرحلة التعددية الإعلامية في مجال السمعى البصري نلاحظ أن حصص الشباب التي تبث عبر مختلف القنوات الفضائية وهي قنوات تواجه إشكالات قانونية تعالج هذه القنوات التلفزيونية قضايا الشباب باعتماد أسلوب يكاد يكون موحدًا ينظر إلى الشباب كجمهور احتياجاته واحدة لا تختلف من شاب إلى شاب فنرى أن التركيز على الترفيه والتسلية يطغى على الحصص التي يعتبرها القائمون على الإنتاج التلفزيوني حصصًا للشباب عبر التلفزيون غير أنه لا يمكن الجزم بأن الشباب الجزائري يبحث من وراء استخدام لوسائل الإعلام عن تحقيق التسلية والترفيه بل أنه ثمة دواعي أخرى تحرك الشباب إزاء وسائل الإعلام وتجعله متابعًا ومتلقيًا لمضامينها الإعلامية كالبحث عن فرص للتعبير الحر عن آرائه وأفكاره إزاء قضايا في المجتمع أو موضوعات تهمة وتشكل احد اهتماماته في الحياة اليومية . كما يمكن اعتبار أن وسائل الإعلام أصبحت تتيح في الوقت الراهن للشباب فضاءً أوسع للوصول إلى المعلومات المبحوث عنها من قبل فئة اجتماعية تعاني من مشاكل البطالة وقلة الإمكانيات المادية وغياب فرص الاستقرار المهني والاجتماعي للشباب خريجي الجامعات .

ثم أن معالجة وسائل الإعلام لقضايا الشباب بشكل وأسلوب واحد نمطي يشجع على هجرة الشباب إلى منافذ إعلامية أخرى غير الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون . ويشير تقرير أعدته وزارة الشباب والرياضة بعام 2009 أن شريحة الشباب الجزائري الأقل من 30 سنة في الفترة الممتدة ما بين سنة 2007 إلى 2027 سيكون على النحو الآتي :

- في عام 2017 سيكون عدد الشباب 19.3 مليون ويشكلون ما معدله 59.6 بالمائة من إجمالي السكان وقبل سنة 2017 يشير ذات التقرير الرسمي إلى أن عدد الشباب في 2007 كان 19.8 مليون شاب ما يمثل 59.6 من إجمالي السكان .

- أما في سنة 2027 فيستشرف التقرير أن يكون عدد الشباب 19.4 مليون ما يشمل نسبة 44.6 بالمائة من إجمالي السكان (لعقاب ، صفحة 83).

أما بخصوص علاقة الشباب الجزائري بوسائل الإعلام فقد أشار التقرير الذي قدم لرئيس الجمهورية وهو عبارة عن تحقيق ميداني إلى نتائج ذات دلالات هامة :

- أن أكثر من 93 بالمائة من الشباب قالوا أن الإعلام الموجه لهم ليس كافياً

- أن 44 بالمائة من الشباب يتابعون التلفزيون

- أن 24.26 بالمائة من الشباب يستخدمون الانترنت



- أن 2. 23 بالمائة يقرؤون الصحافة المكتوبة

وتكشف هذه النتائج التي تعد نتاج تقرير أعدته هيئة رسمية حكومية إلى نقص واضح في الإعلام الموجه للشباب الجزائري على اختلاف أعمارهم والملاحظ أن المجتمع الجزائري ومنذ بداية التسعينات عرف شبابه تغيرات اجتماعية جذرية ففي تلك الفترة كان الشباب الجزائري في رحلة بحث عن فرص الاستقرار الأمني والاجتماعي بسبب ما عاشته البلاد من ظروف أمنية واقتصادية صعبة . وسيكون ذات الشباب الذي عاش هذه الفترة العصيبة التي مرت بها البلاد قد دخل مرحلة الكهولة وتواصل مع شباب أخر ولد في ظروف اجتماعية وتنموية أحسن بكثير من فترة التسعينات الأمر الذي يجعل اهتمامات الشباب الجزائري في الوقت الراهن مختلفة تماما . إذ يرى الدكتور محمد لعقاب أن هناك جيلين من الشباب في الجزائر عاشا في فترة صعبة للغاية فمن ولدوا بعد عام 2000 قد ولدوا في ظروف ممتازة من الناحية الأمنية والتنموية ويلاحظ أن الصحافة الجزائرية على تنوعها 79 يومية استطاعت أن تستقطب قراءات للإعلام العام ولكن يجب تفعيل ما يسمى بالإعلام الشباني من حيث الرسالة والوسيلة والمرسل (لعقاب ، صفحة 84) .

أما بالنسبة للقطاع السمعي البصري خاصة بالنسبة للتلفزيون فيلاحظ صعوبة تحديد حاجيات الجمهور الجزائري ونجم عن ذلك هجرة الجمهور إلى القنوات الفضائية الأجنبية. ويرى الباحث أن الإعلام الشباني يجب أن تتوفر فيه المزايا الآتية :

-أن يكون موجها بطريقة مدروسة لفئة الشباب
-أن يكون عنصر الشباب هو المهيمن على المرسل أي الصحفيين والمسرين للوسيلة الإعلامية والبرامج
-أن يلبي هذا الإعلام حاجات الشباب بحيث يكون قريبا من مشكلاته وهمومه ومعبرا عن أفكاره واتجاهاته (لعقاب ، صفحة 89).

أن تأثير الصحافة المكتوبة على الشباب لم يعد بالقدر الذي كان في السابق حسبما تشير العديد من الدراسات حيث يعتبر عدد من الباحثين المشتغلين على موضوع الإعلام الجديد وأثره على المجتمع أن وسائط الميديا الجديدة قد سيطرت إلى حد كبير وبشكل واضح على حيز من حياة الشباب الاتصالية ويرجع الباحثون هذا التحول الهام إلى المساحات الإعلامية التي تطيحها وسائط الميديا الجديدة للشباب مقارنة بالصحافة المكتوبة وباقي وسائل الإعلام التقليدي للشباب للتعبير عن اتجاهاته وإشباع رغباته المتعددة .



ويلاحظ في الجزائر أن العشرات من الصحف المكتوبة دخلت في مشاكل مالية معقدة بسبب تقلص حصة الإشهار العمومي ولم يعد بمقدورها توظيف عدد من الصحفيين للاهتمام بإعلام خاص يوجه لشريحة معينة من فئات المجتمع كالشباب .

كما أن ظهور ما يسمى بالمواقع الإخبارية الالكترونية قد قلص بدوره من عدد قراء الصحف المكتوبة الورقية وجعل قطاعا واسعا لا يستهان به من الجمهور في حالة تواصل مع هذه المواقع الإخبارية الالكترونية التي يمكن للمتلقي تصفح أخبارها عبر الموبايل بدل اقتناء الصحيفة المكتوبة، ثم أن اتجاه مختلف الصحف المكتوبة إلى اعتماد أسلوب اتصالي جديد في الاتصال بقراءها بواسطة صفحات خاصة لهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل واضح إلى دخول الإعلام التقليدي مرحلة جديدة يجب أن يتكيف معها المهنيون إذ تمتاز طرائق العمل الإعلامي في الوقت الراهن بالطابع الالكتروني للنشاط الإعلامي .

لذا فان القول بان الصحافة المكتوبة في الجزائر قد فقدت قرائها خاصة منهم الشباب في ظل بروز ظاهرة الإعلام الجديد أصبح واقعا بعد أن فقدت الصحف الورقية قرائها وسجلت انخفاضا في مبيعاتها ولم يقتصر الأمر على الصحف العامة بل طال هذا الواقع الصعب الذي يواجه الصحافة المكتوبة الصحف الرياضية التي أحالها الإعلام الالكتروني إلى مرحلة جديدة تحول فيها الجمهور خاصة منه الشباب إلى الميديا الجديدة بعد أن وجدا فيها إعلاما بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية ، ورغم أن الصحف الالكترونية في الجزائر لم يتم بعد صياغة التصور القانوني الكامل الذي يؤطر نشاطها وتضمن قانون الإعلام الجديد مواد تؤكد إطارها وكيانها الإعلامي باعتبارها احد وسائل الإعلام الالكتروني إلى أن عدد هذه الصحف الالكترونية في تزايد وما يتم استحداثه من مواقع إخبارية الكترونية البعض منها ينشط خارج الأطر القانونية والضوابط التنظيمية تعداده يرتفع ويعتبر هذا المعطى الإعلامي الالكتروني الجديد مؤشرا كما سبق لإعلام موازي للإعلام التقليدي المتمثل في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون وهو ما يطرح على الساحة الإعلامية معطيات جديدة على الإعلاميين والممارسين المهنيين الذين يواجهون عبر الصحافة التقليدية انتشارا واسعا للإعلام الالكتروني ونمو سريعا لظاهرة الصحفي الالكتروني الذي يملك قدرة سريعة على نشر "الخبر الصحفي" وتسويقه ونشره عبر فضاءات أوسع تصل إلى اكبر عدد من الجماهير .

ويبدو إن الإعلام الالكتروني في الجزائر وتبعاً للمنابر الإعلامية النشطة من خلال الصحف والمواقع الالكترونية الإخبارية يشير إلى اهتمام ممارسين في القطاع الإعلامي بهذا النوع من



الإعلام الإلكتروني التفاعلي فعلى سبيل المثال لا الحصر نجد مثلا جريدة "المصدر" الالكترونية " ومواقع إخبارية "كالجزائر 24 " و"سبق برس " منابر إعلامية الكترونية تحضى بمتابعة وتملك قدرات على استقطاب الجمهور ويتمظهر هذا التفاعل مع المنابر الإعلامية الالكترونية من خلال التعليقات التي يتركها المتصفحون للمواقع والصحف الالكترونية على الخبر الصحفي المنشور عبر الصحيفة الالكترونية والموقع الإلكتروني الإخباري وكلاهما يمتازان بقدرات فائقة على الانتشار السريع والتفاعلية.

2.3. الإذاعة والتلفزيون وبحوث التأثير في وسائل الإعلام :

ساد لحقبة من الزمن الاعتقاد لدى الباحثين أن وسائل الاتصال الجماهيري تؤثر بطريقة مباشرة وسحرية على الجمهور الذي تم تصويره على أنه مستقبل عادي للرسالة الإعلامية لا منتقي لمضامينها وقد أسهم ظهور الإذاعة أواخر القرن التاسع عشر في رسوخ هذا الاعتقاد والتصور الذي رافع عنه باحثون استندوا في طرحهم النظري إلى الدور الهام والأساسي الذي لعبته الإذاعة إبان الحرب العالمية الأولى والثانية إذ كانت وسيلة إعلامية ثقيلة تم توظيفها للدعاية والتأثير على اتجاهات الأفراد الإعلامية والسياسية أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية ، بعد الرواج والانتشار السريع الذي لفته الإذاعة في العالم وفي أوروبا خاصة أصبحت وسيلة إعلامية مؤثرة وقوية في المجتمع يتأثر بها المستمعون لبرامجها بالأفكار والرسائل التي تبث عبر الأثير وتكون حول مواضيع متعددة بعضها منقول من الواقع وقد احتسبت الإذاعة بعض المزايا الإعلامية جعلتها أكثر الوسائل تأثيرا على الجماهير خاصة قبل ظهور التلفزيون منتصف الخمسينات .

ويرى باحثون في الإعلام أن الإذاعة تمتاز بخصائص هامة وهي :

- أنها أصلح الوسائل الإعلامية بالقياس إلى المجتمعات البدائية أو التقليدية وذلك لانتشار الأمية في هذه المجتمعات
- أن الراديو كما يسمى يمنح للمواطنين في البيئات المتقدمة حرية إعلامية أوسع.
- أن الدعاية عن طريق الراديو والتلفزيون أعظم أثرا من الدعاية عن طريق الصحف وحدها وذلك لأن المستمع يظل اقدر على التأمل والنقد حين يكون في مكان يستمع فيه للراديو أو يشاهد فيه التلفزيون ، كما أن للراديو قدرة على أن يجعل الجمهور يعيش في عالم غني بالمشاعر الاجتماعية ، الإذاعة لها فضل على الجماهير من الناحية اللغوية فهي تزيد من المحصول اللغوي (محمد الدليبي ، 2012، صفحة 64) ، وتؤهل هذه الخصائص والمزايا أن



يكون للإذاعة اثر فعال على تكوين اتجاهات الأفراد في المجتمع بما فهم أكثر الفئات الاجتماعية حضورا في المجتمعات الانتقالية وهي فئة الشباب غير انه ومع ظهور التلفزيون وبداية عصر السينما مع مطلع القرن العشرين بدا التنافس بين الوسيلتين الإعلاميتين .

فقد طغى التلفاز على دور الإذاعة المسموعة والصحافة المكتوبة وفي هذا العصر عصر الأعمار الصناعية والفضائية يكاد التلفزيون يلغي دور الإذاعة المسموعة بالكامل وتكاد الانترنت تلغي بدورها دور الصحافة المكتوبة (محمد الديلمي ، مدخل في وسائل الاعلام الجديد، 2012، صفحة 66)،فالتلفزيون الذي تسبب ظهوره مطلع الخمسينات حالة من الانهيارية لدى الجماهير المتابعة لوسائل الاتصال الجماهيري استطاع بفضل امتلاكه لخاصية إعلامية هامة وهي نقل الصوت والصورة معا أن يأخذ من الملايين من جمهور الإذاعة والصحافة المكتوبة وتحول المتلقون لمختلف مضامين الإعلام المكتوب والمسموع إلى مشاهدة الكم الهائل من البرامج التلفزيونية وانعكس ذلك على مكانة الإذاعة والصحافة المكتوبة في أوساط الجمهور، ولعل المتابع للصيرورة التاريخية التي نمت وتطورت فيها وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون يستوقفه الآراء المتباينة لدى العديد من الباحثين حول فكرة إلغاء وسيلة إعلامية لأخرى فظهور الانترنت والتطور السريع لوسائل الاتصال أواخر الثمانينات وبداية التسعينات تسبب أيضا في تراجع التلفزيون وانخفاض مستويات التأثير على الجمهور منه الشباب على وجه الخصوص .

الشباب الذي يشكل احد الفئات الاجتماعية التي تأثرت بالتحويلات المتسارعة التي عرفتها وسائل الإعلام خاصة بعد بروز ظاهرة الميديا الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي التي غزت يوميات الشباب ولم يعد الحديث عن اثر الإذاعة والتلفزيون على الشباب بل انتقل سؤال الباحثين إلى معطى جديد ليتركز على تساؤل هام وهو مدى بقاء وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون على الساحة الإعلامية في ظل بروز وسائط الميديا الجديدة التي يستعملها الشباب بكثافة وبراعة؟ أن شبكات الإعلام الاجتماعي ووسائط الميديا الجديدة قلصت من الدور الهام الذي كانت تلعبه وسائل الإعلام اتجاه توجيه الشباب ودمجهم في الحياة الاجتماعية ولم تعد وظائف التثقيف والإخبار والترفيه التي تصاغ في برامج إذاعية وتلفزيونية تستهوي الشباب بل أن هذا الأخير يبحث عنها من وراء منابر التواصل الاجتماعي وتقنيات الاتصال الحديثة .



إن أثر الإذاعة والتلفزيون على الشباب في المجتمع لم يعد بالدرجة والكم الذي كان حيث تشير دراسات إلى انتقال الشباب الجزائري مثلا إلى مرحلة استخدام وسائط الميديا الجديدة كوسائل إعلام أساسية للوصول إلى المعلومات والأخبار التي تهتمه في الحياة اليومية ومن جهة أخرى تحقيق مختلف الإشباعات التي قد لا يجدها من وراء استخدام وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتلفزيون. ثم إن الإعلام الالكتروني يعطي للقارئ فرصة الاطلاع على أكبر للمادة الإعلامية من الناحية الكمية كما انه يعطي للقارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة والرؤى والخلفيات ثم انه يمكن من القراءة المتخصصة بدل استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثا عن موضوع معين أو انتظار برنامج مخصوص في احد القنوات التلفزيونية بل أصبح الانترنت يمكنك من الاطلاع على أي مادة وقت ما تشاء ويمكن الإعلام الالكتروني الرسالة الإعلامية من امتلاك بعد عالي يتجاوز القيود التقليدية والتي تقيد التلفزيون الإذاعة والصحافة المطبوعة (حامد خضر ، 2012 ، صفحة 80.81).

4.3.4. الإعلام التقليدي والثورة الرقمية :

لم تأتي الثورة الرقمية التي شهدها حقل الإعلام والاتصال من فراغ وإنما فرضتها التغيرات المتسارعة التي عرفتها وسائل الإعلام خاصة على المستوى التكنولوجي والتقني فالتغير الذي طال طرائق وأساليب العمل الإعلامي جعل الموارد البشرية العامة في قطاعات الصحافة المكتوبة والسمعي البصري أمام وسائل إعلام واتصال جديدة ، وقد اطل الواقع الإعلامي الجديد بتبعاته على الممارسين للوظيفة الإعلامية والقائمين على تسيير المؤسسات الإعلامية المختلفة والتصق العمل الصحفي بإعلام الكتروني ويبدو أن الثورة الرقمية التي ترافق في الوقت الراهن نشاط وسائل الإعلام في علاقاتها مع الجمهور تؤثر بشكل واضح على جمهور الشباب الذي يميل إلى استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة كتقنيات الاتصال الحديثة في شبكة الانترنت .

ويرى باحثون ومشتغلون في حقل الإعلام الجديد أن مسالة تحكم المستخدمين لوسائل الإعلام في التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام يحدد بشكل كبير قدرة الإعلامي في أي وسيلة إعلامية على مواكبة التطورات الحديثة في الوسائل الإعلامية والاتصالية وقد أضى الجمهور يتفاعل مع وسائط الإعلام الجديد وتوجه قطاع واسع من جمهور الإعلام التقليدي إلى وسائط الميديا الجديدة التي أنتجت ثورة رقمية وتكنولوجية في الساحة الإعلامية فنرى أن



الشباب في الوقت الراهن يميل إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويتابع بكثافة كل أخبار التكنولوجيا في مجال الاتصالات والإعلام ويميل إلى اقتناء آخر وسائل الاتصال الحديثة ويحدث هذا في ظل تراجع اهتمام الشباب بوسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون وهي وسائل إعلامية بإمكان المتلقي متابعتها على وسائل اتصال جديدة كالهواتف الذكية وشبكة الانترنت السريعة التدفق ، وأمام الثورة الرقمية المتسارعة التي تعرف على أنها تقنية توظيف الرقمنة في نشاط وسائل الإعلام على مستوى تقنية البث والنشر الإعلامي وعصرنة نشاط المؤسسات الإعلامية وإحاليته بشكل أساسي إلى التكنولوجيا الحديثة للاتصال والإعلام أصبحت الصحف المكتوبة تفرج عن قرائها عبر الانترنت خدمات خاصة تسمح لهم بالاطلاع على ما تنشره من أخبار على شبكة التواصل الاجتماعي كما تضع مختلف الصحف الورقية إعداد نسخها على موقعها الإلكتروني، وتضع الصحف طبعاتها المحلية على الانترنت لتمكين قرائها الموجودين خارج مدنهم من معرفة الأخبار مع إمكانية التحوار معهم من قبل أسرة التحرير (رابح ، صفحة 25).

ويشكل هذا التحول الإعلامي الهام في شقه التقني الذي يبدو أن شمل أكثر الوسيلة الإعلامية احد إفرازات الثورة الرقمية التي شهدتها وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية، ويبدو أن ما يصطلح عليه بالثورة الرقمية في عالم الإعلام التقليدي قد فرضت على القائمين على المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية الاستفادة قدر الإمكان من التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام التي توظيف في العمل الإعلامي وتستخدم في تحسين قدرات البث الإذاعي والتلفزيوني.

أن الخصائص الجديدة التي أتت بها الثورة الرقمية لدى وسائل الإعلام جعلت المؤسسات الإعلامية تعتمد على التقنية التي تحرك الوسيلة الإعلامية وأتاحت الثورة الرقمية تدفقا سريعا للأخبار وجعلت الجمهور يتداول الأخبار والمعلومات بطريقة سلسة ولم يكن هذا متاحا في وسائل الإعلام التقليدية التي تخاطب الجمهور وتمرر له الخبر دون أن تتيح له الفرصة للتعليق على الخبر بشكل مباشر وبطريقة اتصالية تفاعلية ، كما يمكن اعتبار أن وسائل الإعلام اتجهت بفعل الثورة الرقمية التي تشهدها إلى الإعلام الإلكتروني الذي اختزل الساحة الإعلامية وجعلها تميل إلى نشر الأخبار المختلفة للجمهور عبر وسائط إعلامية إلكترونية تتيح للجمهور خاصة منه الشباب التواصل مع الخبر بالتعليق أو المشاركة في نشره على صفحات التواصل الاجتماعي .



ويبدو أن القائمين على المؤسسات الإعلامية في دول العالم الثالث يستوردون لحد الآن التكنولوجيا الحديثة للاتصال والإعلام ومن أشكالها برامج الرقمنة التي طالت عمل الإذاعات والقنوات التلفزيونية وبتكيف المهنيين والعاملون في وسائل الإعلام مع التغيرات التقنية التي تشهدها مؤسساتهم الإعلامية ويدركون أنها معطى وواقع يجب التعامل معه للالتحاق بموكب الإعلام المفتوح الذي حول العالم إلى قرية صغيرة بواسطة وسائل الميديا الجديدة .

5.3. مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء الإعلام الالكتروني :

يعتبر العديد من الباحثين في حقل الإعلام الجديد أن ما يسمى بالإعلام التقليدي الذي تشكله أجهزة الصحافة الورقية والإذاعة والتلفزيون هذه الوسائل الإعلامية التقليدية تواجه في عصر الصحافة الالكترونية والميديا الجديدة تحدي البقاء واستمرارية النشاط الإعلامي في الساحة الإعلامية .ويؤكد باحثون أن الصحافة الالكترونية غير من أشكال القوالب الصحفية المعتادة وجمعت بين أكثر من وسيلة داخلها وهذا التغيير الذي فرضته الصحافة الالكترونية يرى الباحثون في الإعلام انه شمل الممارسة الصحفية والإعلامية والصحافة الالكترونية تستخدم النص والصورة والفيديو والتسجيلات السمعية البصرية ويعتبر العديد من الباحثين أن هذه الثقافة الالكترونية لم تمنع الجمهور من التفاعل مع الشكل الإعلامي الالكتروني الجديد الذي يبدو انه ترعرع بعيدا عن قوانين الصحافة والنشر وبمعزل عن أوامر المنع والمصادرة فهي تنطلق في فضاء افتراضي يتخطى في نظر الباحثين الحدود لتصبح الصحافة الالكترونية منفذا لكل باحث عن مساحة للتعبير ولكل طامح لم يحصل على فرصة في وسائل الإعلام تتحكم فيها الحسابات والسياسيات لتصبح الصحافة الالكترونية منافسا خطرا للصحافة المطبوعة بل حتى الصحافة المرئية (محمد الدليبي ، قضايا اعلامية معاصرة، 2011).

من جانب آخر فرضت الخصائص الإعلامية والاتصالية التي تمتاز بها الصحافة الالكترونية تواجدها في ميدان النشاط الإعلامي فلا يمكن انطلاقا من هذا التواجد المثقف تجاهل اهتمام الكوادر الصحفية بوسائط الميديا الجديدة .وهذا الاهتمام الذي تبديه الكوادر الصحفية بوسائط الميديا الجديدة لم يأتي من فراغ وإنما فرضته خصائص تمتاز بها الصحافة الالكترونية على سبيل المثال نذكر منها :

- التفاعلية : إذ تمتاز الصحف الالكترونية بقدرتها على إشراك الجمهور في متابعة مضامينها الإعلامية وبطريقة تمتاز بالسهولة والبساطة



- سرعة بث ونشر الأخبار والمعلومات : إذ يمكن للصحف الالكترونية نشر الأخبار والمعلومات للجمهور أثناء وقوعها دون أي تعقيدات لتصل إلى المتلقي لها في ظرف زمني وجيز .

6.3. انتشارها في أوساط الجمهور

إذ يرى العديد من الباحثين أن الصحافة الالكترونية أضحت أكثر تواجدا في يوميات الناس وخاصة منهم الشباب أكثر الفئات الاجتماعية تحكما ببراعة في التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام فأصبحت وفق هذا المعطى الصحافة الالكترونية في الهواتف النقالة الذكية وفي أجهزة الاتصال الحديثة المتعددة وعاد بإمكان تصفح الأخبار الصحفية عبر هذه الوسائل المتاحة بطريقة سريعة وبسيطة وتفاعلية في حين لا توفر وسائل الإعلام التقليدية هذه الخدمات الاتصالية الحديثة والتفاعلية للجمهور .

إن هذه الخصائص الإعلامية والاتصالية التي تم الإشارة إليها والتي تمتاز بها مجملا الصحافة والإعلام الالكتروني ساهمت في نظر الباحثين في خلق إعلام بديل عن الإعلام التقليدي المعروف ولم يعد بالإمكان تجاهل اثر وسائط الميديا الجديدة على فئات واسعة من الجمهور في مختلف بلدان العالم وخاصة فئة الشباب التي تحولت في الجزائر على سبيل المثال لا الحصر إلى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع أخبار تصل عبر منافذ الفايبريوك بدل متابعة مضامين الإعلام الرسمي والمؤطر والمهيكل في مؤسسات الإعلامية ويبدو أن الإعلام الشباني الذي تسعى العديد من وسائل الإعلام التقليدية في الجزائر إلى تجسيده في إطار شبكات برمجية وأعمال إعلامية موجهة خصيصا لتلبية احتياجات الشباب يواجه منافسة شديدة من قبل وسائل الإعلام الجديد . ويرى باحثون أن الصحافة الالكترونية ظهرت في العالم بعدما تطور نظام الانترنت إذ أصبح الناس يقبلون كثيرا على الانترنت في البحث عن المعلومات ورأت بعض الصحف العالمية وعلى رأسها جريدة "دوسان" البريطانية إن كانت أول جريدة تؤسس موقع إعلامي أن الإقبال على الموقع لم يؤثر على مبيعات الصحافة التقليدية وان هناك من يضطلع على الصحافة الالكترونية وهم في اغلب الأحيان من فئة الشباب وأشارت دراسة أجرتها شركة "مايكروسوفت" إلى فرضية رأى البعض أنها مبالغه إذ تزعم الدراسة أن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018 لكن في الواقع لا يشير هذا إلى دول العالم الثالث الذي مازالت فيه مؤشرات الفقر والجهل والأمية طاغية ومنتشرة الأمر الذي يحول دون امتلاك أجهزة الكمبيوتر مع ضعف شبكة الاتصال الحديثة وبيئتها الأساسية (محمد الديلي ، قضايا اعلامية معاصرة، 2011، صفحة 247)، وقد كشفت



دراسات أخرى في موضوع مستقبل الصحافة الورقية على ضوء الإعلام الإلكتروني إلى صعوبات ستواجه الفاعلين والعاملين في المؤسسات الصحفية بسبب نفوذ الصحافة الإلكترونية وانتشارها إذ كشفت استطلاعات أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عن اتجاه القراء للبحث عن الأخبار من المواقع الإلكترونية بدل نشرات الأخبار والتلفزيون (محمد الدليمي ، قضايا اعلامية معاصرة، 2011، صفحة 248)، ويعتبر العديد من الباحثين المهتمين بدراسة اثر الصحافة الإلكترونية على تغيير طرائق العمل الإعلامي أن التكاليف الباهظة التي تواجه الصحف المكتوبة واتجاه الجمهور إلى البحث عن الأخبار والخدمات الإعلامية من خلال الصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية سيجعل هذا الواقع المؤسسات الصحفية المكتوبة أمام مصير ومستقبل غامض فاما أن تتكيف الصحافة التقليدية مع المعطيات والوقائع التي فرضتها الصحافة الإلكترونية وإلا فان القائمين على المؤسسات الصحفية والعاملين بها سيجدون أنفسهم في معزل عن إعلام بديل فرض نفسه بقوة على ساحة العمل الإعلامي ، وقد تناولت العديد من الدراسات البحثية والأكاديمية في علوم الإعلام المعطى الجديد للإعلام الإلكتروني والتفاعلي وانتشرت في خضم البحوث وتوصيفاته للمشهد مصطلحات التصقت بالظاهرة الإعلامية الجديدة منها " صحافة المواطن " " نيوميديا " "الوسائط المتعددة " "الإعلام الجديد " " وتعتبر هذه المفاهيم المعبرة عن إعلام مغاير تماما للإعلام التقليدي من أهم المفاهيم الأكثر انتشارا في بحوث الإعلام الجديد والتي درست بشكل مباشر علاقة وسائل الإعلام التقليدية بالظاهرة الإعلامية الجديدة بما تؤسس له من مظاهر وما فرضته من تغيير في طرائق العمل الإعلامي .

وقد حاولنا في سياق الدراسة الانطلاق من العديد من نتائج الدراسات والبحوث التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد وتبعاتها على المؤسسات الإعلامية التي تعتبر بالمفهوم السوسيولوجي مؤسسات اجتماعية تخاطب فئات اجتماعية تتباين بيناتها الاجتماعية وتختلف مستويات التعرض لديها لوسائل الإعلام تقليدية كانت أم حديثة .

خاتمة

وانطلاقا مما تم الإشارة إليه فان وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون تشكل الوسائل الأساسية الأكثر تعبيرا عن مفهوم الإعلام التقليدي إذ اشرفنا في سياق هذا المقال الذي تسنده دراسة الى مفاهيمه ووسائله المختلفة وقدراته على استقطاب الجمهور خاصة منه الشباب الجزائري طارحين في السياق تساؤلات هامة حول علاقة وسائل



الإعلام التقليدي بالشباب ومستويات التأثير الموجودة في ظل نمو ظاهرة "الميديا الجديدة" وانتشار وسائطها بشكل متسارع فرض تغييرات جذرية على أساليب العمل الإعلامي الكلاسيكية والتقليدية وقد أتاح هذا التحول الإعلامي المتسارع الذي شهده قطاع الإعلام ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد والإعلام البديل والإعلام التفاعلي وكلها مصطلحات تحضي بالتناول الأكاديمي والمعرفي في بحوث الإعلام الجديدة. ويبقى الإعلام التقليدي وأثره على الشباب في ظل وسائط الميديا الجديدة من الإشكاليات الهامة التي يجب التركيز عليها خاصة في ظل التطور والتغيرات المتسارعة التي تشهدها منظومة الاتصال والإعلام في مختلف بلدان العالم بما فيها بلدان العالم العربي التي تأثرت فيها قطاعات الإعلام بوسائط الميديا الجديدة ، ويبدو أن التحدي الأساسي الذي يواجه الإعلام التقليدي في عصر الميديا الجديدة وفي نظر عدد من الباحثين المشتغلين في هذا الحقل بالذات هو مدى مواكبة الصحافة الورقية والإذاعة المسموعة والتلفزيون لهذه الظاهرة الجديدة بمعطياتها التقنية ومظاهرها التكنولوجية والبقاء على مستوى من الاستقطاب على الجمهور في ظل اتجاه قطاع واسع منه خاصة من الشباب إلى استخدام منابر التواصل الاجتماعي ووسائط الميديا الجديدة الأكثر انتشارا في الوقت الراهن . ولعل استخدام الشباب الجزائري وهو جزء من الشباب العربي باختلاف البيئة الاجتماعية والسياق العام لوسائل الإعلام التقليدية وتحديد حجم وكثافة الاستخدام من عدمه مرتبط باتجاه هذه الفئة الاجتماعية الهامة في المجتمعات العربية نحو وسائل إعلام أخرى تشكل وسائط الميديا الجديدة أساسها حسب ما تؤكد العديد من الدراسات الأكاديمية

6-قائمة المراجع :

- 1-الصادق رابح ، الاعلام والتكنولوجيات الحديثة ، (ط1، الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي 2012).
- 2-الزبون ماجد فاضل . الاعلام وثقافة التفكيك (ط1 ، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 2013)
- 3-زباني محمد، الفضائيات العربية والسياسة في الشرق الأوسط.(ط1، الاردن ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، 2005.
- 4-سمير لعرج ، التلفزيون في ت شكل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري. كلية علوم الاعلام والتصال . الجزائر: جامعة الجزائر ، 2006.
- 5-عبد الرزاق محمد الديلي ، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد (ط1، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2012 .
- 6-عبد الرزاق محمد الديلي ، الاعلام والاشكاليات التخطيط والممارسة (ط1، الاردن: دار جريب للنشر والتوزيع ، 2010 .



- 7-عبد الرزاق محمد الدليحي ، قضايا اعلامية معاصرة (ط 1، الاردن:دارالمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2011).
- 8-عيسى محمد الحسن، الصحافة المتخصصة (ط1 ، عمان: دارزهران للنشر والتوزيع، 2010).
- 9-فيصل عبد الأمير، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي (ط01 ، دارالشروق للنشر والتوزيع، 2006).
- 10-لعقاب محمد ، قضايا ساخنة في الاعلام و الاسلام و الثقافة (الجزائر :دار هومة للطباعة للنشر والتوزيع).
- 11-حامد خضر محمود ، الاعلام والانترنت، (ط1، عمان،دار البداية ناشرون وموزعون، 2012).