

تمثلات الطالب الجامعي الجزائري للعلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإعلام الجديد
**Algerian university student representations of the relationship
between traditional media and new media**

- a field study on a sample of university students using the new media

شلواش صليحة¹

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

chelouachesaly2011@gmail.com

بن زروق جمال

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

djamel benzerouk@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2019/03/21 القبول 2021/03/02 النشر على الخط 2021/03/15

Received 21/03/2019 Accepted 02/03/2021 Published online 15/03/2021

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على تمثلات الطالب الجامعي الجزائري لطبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي، استخدمت الباحثة المنهج المسحي بتطبيق المقابلة نصف الموجهة على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين قوامها 50 طالب تم سحبها بطريقة قصدية، وقد ارتأينا تبني مقترب التمثلات كونها تعنى بدراسة المعارف والاتجاهات والمعتقدات والقيم والأحكام، وهي التي تترجم بدورها ما نمارسه من سلوكيات واستجابات. أفضت الدراسة إلى مجموعة من النتائج: تباينت تمثلات الطلبة بين الإيجابية والسلبية حول الإعلام الجديد، وتصدرت مواقع التواصل الاجتماعي الترتيب بالموازاة مع القنوات الفضائية، كما أسفرت النتائج عن كون الإعلام الجديد ينفرد عن الإعلام التقليدي بمجموعة من المميزات، ولكنه يطرح في الوقت نفسه أكثر من إشكالية. كما تؤكد نتائج الدراسة على كون الإعلام التقليدي لا يزال يؤدي الوظائف المنوطة به، لنخلص ختاماً إلى كون الإعلام الجديد يعد مكملًا لا بديلاً للإعلام التقليدي بإجماع الأغلبية، على اعتبار أن الوسائط القديمة لا تزال قائمة، ناهيك عن تبنى المؤسسات الإعلامية التقليدية لسياسة تعدد المنصات الإعلامية والتي أفضت بدورها إلى التهجين الإعلامي

الكلمات المفتاحية: التمثلات، الإعلام الجديد، الإعلام التقليدي، العلاقة، الطالب الجامعي

Abstract

This research paper aims at discovering Algerian student's visions towards the relationship between the new media and the traditional one through the use of the survey method implemented with a sample of 50 learners who were intentionally chosen. We have applied the theory of representation which is concerned with the study of the knowledge, views, beliefs, principles, and judgments, as it translates one's practices, behaviours and reactions. The findings of this thesis showed the following: learners' division between positivity and negativity towards mass media while social media came at the same ranking of TV channels confirming the functional continuity of traditional media. To sum up, media proved to be a completion not an alternation with the agreement of the majority, considering that it is still in operation adopting the policy of cross media that led to Media Hybridization on its turn.

keywords: representations, new media, traditional media, relationship, Undergraduate student

¹ المؤلف المرسل: شلواش صليحة الإيميل: chelouachesaly2011@gmail.com

1. مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال والتي انعكست بدورها على مجال الإعلام، هاته التطورات مهدت لظهور شبكة الانترنت التي سرعان ما أضحت أحد الخيارات التكنولوجية المعاصرة أمام الجماهير، و زاد الاهتمام الشعبي والرسمي المحلي والدولي بها، وباتت واحدة من الأدوات الأساسية في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية في ظل تفردتها بالاعتماد على الاتصال المتعدد الوسائط، مما دفع بالمستخدم إلى اللجوء إلى هذه الآلية الحديثة في وقت كان يقتصر استعماله على وسائل الإعلام التقليدية، ومنذ ظهور الانترنت وهي تتشكل تباعا مخرجة أنواعا من التطبيقات تجاوزت في معظمها الرقابة والعراقيل التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وأضحى المنتج الإعلامي أكثر ثراء وتنوعا في أدواته وأوعيته، كما أعلنت من دور الجمهور من خلال سمة التفاعلية، بعد أن كان مهشما في الاتصال الجماهيري التقليدي، ليظهر فيما بعد ما يعرف بالإعلام الجديد والذي يعتبر فتحا تاريخيا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوق، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود، كما أوجد قنوات للتعاطي المباشر والحى والفوري في تطور يغير من النظريات الاتصالية المعروفة ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية .

محمل الدراسات والتقارير تشير إلا أن تأثير الإعلام الجديد ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، حيث قطع شوطا كبيرا في تعبئة الجماهير ودفعها للمشاركة في الحياة الاجتماعية، والممارسة الديمقراطية وثورات الربيع العربي خير دليل على ذلك، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وفعلا بدأت وسائل الاتصال الإلكترونية تضايق إعلام الصورة "التلفزيون" وإعلام الصوت "الراديو"، وتساهم في ظهور فلك من الصراع بين الوعاء الورقي المطبوع وبين الإلكتروني. بالرغم من أن الإعلام التقليدي ينطوي على تراتبية وينتظم بصورة بيروقراطية صارمة، كما أن الخبر والمعلومة يخضعان للطابع المميز للمؤسسة الإعلامية، مما يجعله أكثر مهنية، كما أن صدور الأخبار خاضع لمقاييس ومعايير معينة، وسياسة البوابة مما يجعل الأفكار محصورة وغير مشتتة، والأهم من ذلك أنها ترمي إلى غاية أو هدف محدد، بينما نجد أن الإعلام الجديد لا يخضع إلى أي تراتبية وبالرغم من كونه نتاج فوضوي في بعض الأحيان، إلا أن التقارير تشير إلى أن اغلب الناس تعتبره كمصدر أولي لاستقاء المعلومات والأخبار .

واقع الأمر أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد، وتآكل النموذج الخطي للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، ومع ذلك يصبر بعض الباحثين في تحديده لملاحق العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي .

أمام هذه المفارقة يثير الإعلام الجديد مجموعة من الإشكالات، كما يفرض مجموعة من التحديات على أكثر من صعيد وتعتبر قضية التعارض أو التكامل بين الإعلام الجديد والقديم واحدة من القضايا الجدلية التي أثارته ولا تزال تثير اهتمام علماء الإعلام والاتصال والمنتهمين بهذا الحقل المعرفي، وهل تعتبر الإعلام الجديد بديلا وظيفيا لوسائل الإعلام التقليدية.

يرز في هذا الشأن اتجاهان : أحدهما يرى أن الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذي لن يكون فيه مكان لوسائل الإعلام التقليدية، والثاني يرى إمكانية التعايش جنباً إلى جنب بين جميع نماذج الإعلام والاتصال قديمها وحديثها، وذلك

على غرار ما حدث على امتداد تاريخ هذه الوسائل، حيث لم يبلغ الجديد القديم كلياً ولكن أثر فيه على نحو متفاوت بين وسيلة وأخرى. وهو ما دفعنا إلى محاولة استقراء تمثلات الطلبة الجامعيين للإعلام الجديد في علاقته بالقديم.

من هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي تمثلات الطلبة الجزائريين لطبيعة العلاقة التي تربط بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد؟ يندرج ضمن هذا التساؤل جملة من الأسئلة الفرعية نوجزها فيما يلي :

- ما الذي يمثله لكم الإعلام الجديد في علاقته بالإعلام التقليدي؟
- ماهي الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها عادة في استقاء الأخبار والمعلومات؟
- فيما تكمن عوامل الجذب المتاحة في الإعلام الجديد بالمقارنة مع الإعلام التقليدي؟
- بالمقابل ماهي جوانب القصور في الإعلام الجديد مقارنة مع الإعلام التقليدي ؟
- هل ترى أن الاعلام التقليدي لا يزال يؤدي الوظائف المنوطة به في ظل تنامي ظاهرة الإعلام الجديد؟
- حسب وجهك نظرك وانطلاقاً من الواقع هل يعتبر الإعلام الجديد مكتملاً أم بديلاً للإعلام -التقليدي؟

2. أهمية الدراسة :

تنبع أهمية هذا الورقة البحثية من أهمية موضوعها الذي طرح جدالاً واسعاً في الوسط الإعلامي، وعلى المستوى الشعبي حول أهمية الدور المتنامي للإعلام الجديد وتأثيره على الإعلام التقليدي، والتعرف على مواطن القوة والضعف في الإعلام الإلكتروني، وكذلك استشراف مستقبل الإعلام التقليدي، ومدى استجابته لهذه المدخلات، ومواكبة التطور المتلاحق لوسائل الإعلام غير التقليدية، ومحاولة إيجاد المساحة المشتركة بينهما لتطوير العمل الإعلامي.

3. أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين الإعلام بشقيه التقليدي والجديد، وتمثلات الطلبة حول هذه الأخيرة، فضلاً عن الوسائل المعتمدة من قبل عينة الدراسة لاستقاء المعلومات والأخبار، بالإضافة إلى ميزات وعيوب كلا منهما، ناهيك عن محاولة الوقوف على الأدوار والوظائف التي يؤديها الإعلام التقليدي في ظل ظهور منافس شرس له في السوق الإعلامية.

4 تحديد وضبط المفاهيم :

1.4 التمثلات :

وهي تلك الصور الذهنية التي يشكلها الطالب الجامعي الجزائري حيال الإعلام الجديد، وعن أهميته كنظام معلوماتي، وعلاقته بالإعلام التقليدي، والتي من شأنها أن توجه سلوكيات واستجابات الطلبة الإعلامية والاتصالية.

2.4 مفهوم الإعلام الجديد :

يقوم الاتفاق على أنه لا يوجد تعريف متفق عليه إلى حد الآن لماهية الإعلام الجديد، ولم ترق الصياغات اللغوية المختلفة التي تناولته إلى تحرير صيغة موحدة مدلوله، وتعود الإشكالية في ذلك إلى أن المفهوم نفسه لا يزال في إطار

دينامكية التشكل والإضافات المتنوعة والتحفظات المختلفة، كما تعود صعوبة الاتفاق إلى تأخر التنظير الأكاديمي عن الممارسة المهنية في مجال دراسات الإعلام الجديد، ناهيك عن عدم إمكانية رصد كافة التغيرات في بيئة هذا الإعلام كونه لا يزال في مرحلة انتقالية.

"لعل المعنى الأكثر ارتباطاً بالإعلام الجديد يتعلق ببعد الجدة والحداثة كمقابل لبعده القديم، وعلى هذا النحو يحيل مصطلح الإعلام الجديد إلى معنى الحركة من إعلام قديم إلى إعلام جديد. هو ما يقابل الإعلام القديم أو الإعلام التقليدي، ولذلك نجد مصطلح الإعلام البديل أيضاً للدلالة على المعنى نفسه، بل يذهب الكثير إلى طرح مسألة إمكانية تحديد الإعلام الجديد للإعلام التقليدي". (1) ونقصد به في دراستنا هذه الوسائط الاتصالية الحديثة ألا وهي الصحافة الالكترونية، راديو الانترنت، تلفزيون الويب، بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

3.4 . مفهوم الإعلام التقليدي :

يتلخص أساساً في وسائل الاتصال الجماهيرية والتي تحمل مجموعة من الضغوط من ضمنها (النظام الحكومي، سيطرة المعلنين، ملاك هذه الوسائل الذين يحددون توجهاتها وسياساتها التحريرية) (2) ونقصد به في دراستنا هذه وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة الورقية، الراديو، التلفزيون).

4.4 . الطلبة الجامعيين :

هم الفئة المنتظمين في موازلة الدراسة في جامعة سكيكدة، والمسجلين لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

5.4 . العلاقة :

نقصد بها طبيعة الصلة الموجودة بين المتغيرين الإعلام الجديد والتقليدي علاقة تكامل أو تصادم.

5. منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي وهو " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن سياقها الطبيعي من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك " (3) وقد إرتأينا اختبار المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي كوننا بصدد توصيف ظاهرة الإعلام الجديد وتحليل العلاقة بين هذا الأخير والإعلام التقليدي والربط والتفسير لهذه البيانات، وتصنيفها وقياسها واستخلاص النتائج منها، ناهيك عن كونه يعنى بالتعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمعتقدات والانطباعات التي تمثل في مجملها تمثل عينة الدراسة لطبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي.

(1) مفيدة بلهامل، الإعلام الجديد مصطلحات ومفاهيم ونماذج، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 12، الجزائر، 2014، ص 25.

(2) بشرى إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، ص 9.

(3) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2010، ص 4، ص 286-287.

6 . أدوات جمع البيانات :

المقابلة: تعرف المقابلة بصفة عامة " بأنها تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات والتعبيرات التي تدور حول آرائه ومعتقداته " (1).

وقد تم الاستعانة بالمقابلة نصف الموجهة كونها من أفضل وسائل جمع البيانات في البحوث المسحية، فضلا عن كونها "تهدف لتحديد محتوى الاتجاهات والتمثيلات وتفسيرها وفقا للسياق العام" (2) تنوعت بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة، قمنا بعرضها على مجموعة من المحكمين تخصص إعلام واتصال، قصد معرفة جوانب القصور ومدى صلاحيتها لموضوع الدراسة ومن ثم قمنا بتطبيق المقابلة على مجموعة من الطلبة على سبيل التجريب، لنخلص في الأخير إلى تحديد مجموعة من المحاور ذات الصلة بالموضوع محل الدراسة، أولا تعريف الطلبة للإعلام الجديد وتمثلاتهم نحوه في علاقته بالتقليدي، ثم الوسائل الإعلامية المستخدمة عادة كمصدر للأخبار، ثم إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد مقابل الإعلام التقليدي، ثم طبيعة الأدوار التي يقوم بها الإعلام التقليدي في المجتمع في ظل تنامي الإعلام الجديد، ثم محاولة قياس اتجاهاتهم حول ما إذا كان الإعلام الجديد بشكل تهديدا أو مكسبا للإعلام التقليدي، وبعد الانتهاء من إجراء كل مقابلة تم تنظيم وترتيب الإجابات في جدول خاص بها، تفاديا لنسيان أي تفصيل، ثم جمعها كلها في جدول واحد وإعادة قراءتها وتفيئتها.

7. مجتمع الدراسة : يعد المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات أو الوحدات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق

نتائج الدراسة، ونظرا لصعوبة الوصول الى هذا الأخير يتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، ويكون الجزء المتاح عادة الجزء الذي يمثل الكل ويخدم أهداف الدراسة. (3)

تمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين الجزائريين على اعتبار أنهم من الفئات الاجتماعية الأكثر شغفا باستعمال وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة، كما أثبتت ذلك العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت بهذا الخصوص، فاستعمال هذه الوسائل يعد أمرا طبيعيا إذا ما عرفنا الخبرات السابقة والجموح المستقبلي لهذه الفئة، وقدرتها على التمرد على العادات القديمة التي ألفتها في ظل بروز هذه الوسائل الجديدة.

ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب المعاينة، والعينة هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام نتائجها وتعميمها على مجتمع الدراسة الأصلي.

8. عينة الدراسة: العينات المقصودة هي "العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر

بعض الخصائص" . (4)

(1) محمد حسن عبد الباسط: أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، مصر، 1982، ص31

(2) A. Blanchet, **Dire et faire l'entretien**, Armand colin, Paris, 1991, p96

(3) محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث والقواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص48

(4) رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر، دمشق، 2000، ص315.

وبما أن دراستنا تقتصر على مستخدمي الإعلام الجديد دون غيرهم، فقد ارتأينا اختيار العينة القصدية وهي التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لاجمال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.

وبالنسبة لحجم العينة ارتأيت إجراء المقابلة مع 50 طالب تنوعت بين الذكور والإناث وبالتحديد طلبة الإعلام والاتصال مستوى ماستر 2 في كل مت تخصص العلاقات العامة، والاتصال التنظيمي، والسمعي بصري كونهم أكثر وعيا واضطلاعا من غيرهم، ناهيك عن استعداداتهم المعرفية والفكرية والذهنية مقارنة مع باقي المستويات، ناهيك عن كونهم متخصصين وسيثرون البحث أكثر من غيرهم.

9. الدراسات السابقة

تقتضي الدراسات العلمية في مجال البحث العلمي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي، أو ما يسمى بالدراسات السابقة المطابقة أو المشابهة، ليتمكن الباحث من تحديد وصياغة المشكلة البحثية بدقة، وليكون فكرة عامة عن الموضوع محل البحث، والمقاربات النظرية التي سينتهجها، والجدير بالذكر بالرغم من حداثة موضوع الإعلام الجديد، إلا أن الدراسات في هذا الحقل عديدة ومتنوعة منها ما تناول وذكر مصطلح الإعلام الجديد صراحة أو ما يناظره كإعلام البديل ووسائل الإعلام الجديدة أو الاجتماعية والإعلام الإلكتروني التفاعلي، وهناك دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها ما تناول مواقع التدوين، ومنها أيضا ما اهتم بالمنتديات ومن هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر ما يلي :

1.9. دراسة الشباب والانترنت التمثل الاستخدام والتملك تقرير تحقيق في إطار مشروع بحث دولي بالكيبك تحت إشراف الأستاذ جاك بياث J. Piette , ومجموعة من الأساتذة كريستين ماري بونت C-M.Pons، ليك جيرو L.Giroux فلورونس ميلراند F Millerand فيفري 2001. (1)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تمثيلات الشباب للانترنت واستخداماتهم لها وكيف يتملكونها في سياقات مختلفة داخل البيت المدرسة ومع الأصدقاء، أجريت الدراسة على عينة من مدينتين مختلفتين مدينة شاربروك Sherbrook ومدينة مونتريال Montréal ومدرستين مختلفتين من كل مدينة وعلى المستويات الخمس من التعليم المتوسط؛ حيث تتراوح

(1) C-M.Pons, J. Piette,, L.Giroux et F Millerand, **les Jeunes Québécois et internet représentation, utilisation, appropriation**, ministère de la cultures et des communications gouvernement du Québec,

[http:// www.mcc.gouv.qc.ca/pubrog/drodepli/faitssailants.htm](http://www.mcc.gouv.qc.ca/pubrog/drodepli/faitssailants.htm). Consulté le 25/10/2019.

أعمار العينة بين 12 و 17 سنة، وقد استخدم الباحثون استمارة الاستبيان لجمع المعلومات، وزعت على 576 مفردة موزعة مناصفة بين الإناث والذكور اختاروا منهم 24 تلميذا أجريت معهم مقابلات.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوردتها في ما يلي:

بالنسبة لتمثالهم للانترنت :

الانترنت بالنسبة لهم ليست جنة ولا جحيم فهي لا تغير العالم كثيرا، كما أنها بالنسبة لهم خارقة للعادة لكن في حدود. ينظرون إلى الانترنت أنها وسيلة للترفيه والتسلية.

ينظرون إلى الانترنت على أنها كبيرة وتحتوي على معلومات كثيرة، على الفرد فقط إجادة البحث فيها.

المعلومات في الانترنت موثوقة مثلها مثل وسائل الإعلام.

يتمنى غالبية التلاميذ توفير الانترنت في المدرسة بشكل موسع.

يدرك التلاميذ أنه رغم أن الانترنت تعتبر مصدرا للمعارف لكن هذا لا يتجاوز دور الأستاذ والاسبورة في القسم؛ حيث تبقى لهم مكانتهم في التعليم.

بالنسبة للاستخدام:

يفرق التلاميذ بين الإعلام الآلي والانترنت فالانترنت بالنسبة لهم أكثر سهولة في التعلم من الإعلام الآلي

بالنسبة لاستخدامهم للانترنت فهو يتطور وفقا للسن والجنس، فالأقل عمرا مثلا يستغلونها لتحميل الألعاب عكس كبار السن فيستخدمونها للبحث.

إن الانترنت تندمج بمرونة في حياة النشاط العادي للمبحوثين دون إحداث تغيير جذري فيها.

الانترنت تتعايش مع وسائل الإعلام الأخرى وهي شريك لها وليست خصم.

تملك الانترنت في المدرسة لا يزال في بداياته.

2.9. دراسة Skoric, Marko. and Poor, Nathaniel (2011) (1) تهدف الدراسة إلى التعرف

على أهمية استمرار وسائل الإعلام التقليدية ودعمها للمشاركة السياسية وكيفية مواجهتها لوسائل الإعلام الجديدة وتقييم أثرها على المشاركة المدنية والسياسية بين الشباب في سنغافورة، وذلك عن طريق تحليل من المستوى الثاني للدراسات والبحوث التي تناولت وسائل الإعلام والمشاركة السياسية للشباب خلال الفترة من 2008 إلى 2010، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أكدت نتائج الدراسة إلى أهمية الدور الإيجابي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية والمدنية، بالإضافة إلى استمرار أهمية وسائل الإعلام التقليدية للمشاركة السياسية،

(1)Skoric, Marko. And Poor, Nathaniel. "Reports of Its Death Are Exaggerated: The Continued Importance of Traditional Media for Political Participation" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, 2011

استخدام النشطاء السياسيين وسائل الإعلام الاجتماعية لدعم رسائلهم التي تبث على وسائل الإعلام التقليدية لدعم رسائلهم.

– اتضح من النتائج أن لوسائل الإعلام التقليدية دور في دعم عملية المشاركة السياسية لدى الشباب، ومن موقع الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب.

+دراسة إيمانويل باش Emmanuel Bêché حول استخدامات وتمثيلات جهاز الإعلام الآلي لدى تلاميذ ثانويتين بالكاميرون.1

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طريقة تملك التلاميذ بالكاميرون لجهاز الإعلام الآلي وإدماجهم له في عالمهم السوسيو معرفي واليومي وذلك من خلال التعرف على تمثيلاتهم لجهاز الإعلام الآلي.

استخدم الباحث الأسلوب الكيفي في جمع البيانات من خلال استخدامه للمقابلة وشبكة المشاركة والملاحظة المباشرة، أجريت المقابلة وشبكة المشاركة على عينة من 64 تلميذ وتلميذة أختيروا وفقا للنوع، المستوى الدراسي واندماجهم مع الإعلام الآلي، أما الملاحظة المباشرة فقد استخدمت في مركز الملتيميديا ومقهى الانترنت

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يوجد هناك اختلاف في الاستخدام لجهاز الإعلام الآلي وفقا للسياق الموجود فيه وكذا المعاني المختلفة التي يضيفها التلاميذ على الجهاز.

تمثيلات التلاميذ لجهاز الإعلام الآلي مختلفة وتظهر بأشكال مختلفة فيزيائية، مدرسية، اتصالية، خارقة للعادة خرافية، ايجابية وسلبية.

بالنسبة للعينة، جهاز الإعلام الآلي أساسا هو أداة تكنولوجية للبحث والاتصال.

يختلف تملك الشباب لجهاز الإعلام الآلي وفقا لصورته الرمزية وقدراتهم في مجال الإعلام الآلي.

3.9. دراسة دانييل رومر وآخرون (2): Daniel Romer 2013 بعنوان وسائل الإعلام القديمة مقابل

الحديثة والدور الفعال في الولايات المتحدة

هدفت الدراسة لتحديد الآثار المترتبة على استخدام كل من وسائل الإعلام القديمة والجديدة على المخرجات الأكاديمية والاجتماعية والصحة النفسية لدى المراهقين، وقد أجرى الباحثون مقابلات مع لجنة تمثيلية على الصعيد الوطني من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 14-24 سنة، وقد بلغت عينة الدراسة 719 مبحوثا، وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها كشفت الدراسة عن ارتباط وسائل الإعلام القديمة وخاصة التلفزيون ارتبطت عكسيا مع نوع الصف الدراسي، وأنه ينتقص من الأداء الأكاديمي، وان قراءة الكتب ترتبط ايجابيا بالأداء الأكاديمي، وكان هناك ارتباط بين الاستخدام

(1) Emmanuel Bêché, Usage de l'ordinateur chez les élèves dans deux lycées de

Cameroun–Esquisse– dune approche de l'appropriation des TIC, Thèse de Doctorat, Université de Liège, Belgique, 2012-2013

(2) غادة محمود سيد أمين، دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام، القاهرة، 2017، ص7.

المعتدل للانترنت والمشاركة في كل الألعاب الرياضية والنوادي، أيضا كشفت الدراسة عن وجود ارتباط طردي بين استخدام الانترنت والشعور بالاكئاب، فالاستخدام المكثف للانترنت يؤدي الى مزيد من الاكئاب والانسحاب من الأنشطة الرياضية والأندية، وكشفت الدراسة أن الاستخدام المكثف لشبكة الانترنت وألعاب الفيديو يرتبط بأعراض ومشاكل الصحة العقلية، في حين أن الاستخدام المعتدل لوسائل الإعلام مع التركيز على جمع المعلومات يرتبط بصحة جيدة.

4.9. دراسة نصير صالح بوعلي (1) 2014 : استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة : دراسة حالة

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الطلبة في جامعة الشارقة لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، والاشباع المحققة جراء كثرة الاستخدام لكل من نماذج الاتصال التقليدية والجديدة، ومحاولة معرفة الانعكاسات التي يحدثها الإعلام الجديد في درجة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف، الراديو، التلفزيون)، ومحاولة الكشف عن مجالات التأثير المختلفة التي تحدثها محتويات الإعلام الجديد في المتلقي/ الطالب، والكشف عن التأثير المتعدي في التحصيل الدراسي.

+ تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي أساسا، وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي في جامعة الشارقة بكلياتها المختلفة، وقد توصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها :
- أن القراءة والمطالعة التقليدية لدى شريحة الطلبة قد تدهورت، فلم يعد الطلبة يهتمون بقراءة الصحيفة الورقية مثلما كان أسلافهم يفعلون، وما يقال عن عادات القراءة التقليدية يمكن أن يقال عن عادات الاستماع للراديو، حيث تصدعت هذه العادة، وتشهد الآن ميلا كبيرا نحو الانخفاض، أما فيما يخص مشاهدة التلفزيون فقد أوضحت النتائج ارتفاع حقل المشاهدة التلفزيونية لدى شريحة الطلبة الجامعيين التي لم تتأثر بالانترنت، أو تلفزيون الويب، بل تشهد ميلا نحو الارتفاع مع ظهور القنوات الخاصة والمتخصصة وانتشارها، وفيما يخص تأثير وسائل الاتصال عامة في التحصيل الدراسي، أوضحت الدراسة أن كثرة استخدام وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والجديدة لدى مفردات العينة تركت آثارها الإيجابية والسلبية على مستويات التحصيل الدراسي، وقد اتضح أن التأثيرات السلبية كانت أكثر من التأثيرات الإيجابية، وشملت: تدني التحصيل المعرفي للطلبة، وتقلص حجم المذاكرة، والتأخر في النوم، وكثرة التغيب عن المحاضرات، وغياب الاهتمام بالفعاليات الأكاديمية، وغياب الانضباط الدراسي، بالإضافة إلى كون الوسائل الجديدة خلقت جيلا من الطلبة اكتسب ثقافة تقنية قد لا تفيد كثيرا في التراكم الثقافي والتاريخي والمعرفي في المجتمع، ومقابل ذلك اكتسب من خلالها مهارات فنية عالية، كما جعلته يميل أكثر إلى السكون والامتنالية.

+ دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق 2014 (2) : بعنوان تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية

(1) نصير صالح بوعلي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، رؤى استراتيجية، 2014.

(2) عبد الصادق حسن عبد الصادق، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم

لوسائل الاتصال التقليدية، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، 2014.

– تهدف الدراسة الى استقراء واقع استخدام الشباب الجامعي في مملكة البحرين لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت من خلال التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، والاشباع المترتبة عن هذا الاستخدام، ومن ثم المقارنة بينهما، وحدود تأثير هذا الاستخدام على استخدامه ووسائل الاتصال التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون .

+ تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، استخدم فيها الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة باعتباره جهدا علميا منظما يستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف الظاهرة محل الدراسة، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 452 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون وجامعة المملكة في مملكة البحرين، للوصول الى إجابات عن أسئلة الاستبانة والعلاقة بين متغيرات الدراسة، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة البيانات الإحصائية، بالاعتماد على العديد من الاختبارات الإحصائية مثل F-test، T-test، وعامل ارتباط بيرسون وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج، نوردتها كما يلي :

كشفت نتائج الدراسة عن زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدي، حيث تتعرض نسبة 79.42% لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة 52.21% للتلفزيون، ونسبة 50.44% للإذاعة، ونسبة 16.81% للصحف.

كشفت أيضا عن تفضيل الشباب الجامعي لموقعي اليوتيوب والفيسبوك، وموقع التويتز بصفة أساسية، أما عن دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والصحف فتصدرت الدوافع النفعية قائمة الترتيب، وجاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الثانية مثل تقليل الإحساس بالوحدة، وفي المقابل جاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الأولى للتلفزيون والإذاعة ثم الدوافع النفعية.

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع.

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل.

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية.

5.9. دراسة بضياف سوهيلة الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر

دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك (1) تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين

(1) بضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر، 2017-2018.

الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة الفاييس بوك، ولقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي العلاقة بين شبكة الفاييس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تتمثل في الشبكة الترابية، المقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش، ولقد طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشباب.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يتمثل الشباب شبكة الفاييس بوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفاييس بوك؛ حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي فيه.

يختلف استخدام الشباب لشبكة الفاييس بوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفاييس بوك، ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايس بوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى. يعتبر الفاييس بوك مصدرا مكملًا لوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، ماعدا في حالة الأزمات والانتخابات، فيتحول إلى مصدر رئيس بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية. تختلف نظرة الشباب للفايس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود في ذلك وهو ما يتوافق مع تمثلاته للفايس بوك.

بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفاييس بوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الإطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعملية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم ميولا سياسيا الأكثر اتجاها إلى القيمة التبادلية وتملك الفاييس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

– ساعدت الدراسات سالفه الذكر الباحثة من تعميق مشكلة الدراسة و التمكن من تحقيق الأهداف بدقة، فمن خلال مراجعتنا للدراسات السابقة تمكنا من تحديد النقاط المهمة التي يمكن تناولها و التركيز عليها و كيفية صياغة تساؤلات الدراسة بشكل جيد و هذا ما مكن من تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع الدراسة.

10. المقرب النظري للدراسة:

إرتأينا اختيار مدخل التمثلات الاجتماعية نظرا لكونها تعنى بدراسة المعارف والاتجاهات والمعتقدات والقيم والأحكام، والتي يكون مصدرها المجتمع لا الفرد، وهي التي تترجم بدورها ما نمارسه من سلوكيات واستجابات و، ويمكن إيجازها في ثلاث نقاط متدرجة الأولى وصفية، والثانية مفاهيمية، والثالثة إجرائية، وتتمثل في النقاط التالية : (1)

¹Claude Flament et Michel-Louis Rouquette, **Anatomie des idées ordinaires (Comment étudier les représentations sociales)**, Armond Colin /Vuef, Paris, 2003, p : 13.

التمثل الاجتماعي هو أسلوب لرؤية مظهر في العالم والذي يترجم في الحكم وكذا في الفعل، إن أسلوب الرؤية لا يرجع إلى فرد واحد فقط، ولكنه يرجع إلى فعل اجتماعي.

التمثل الاجتماعي هو مجموعة من المعارف والاتجاهات المتعلقة بموضوع معين، إذا فهو يحتوي على مجموعة من المعارف ومواقف لوضعيات معينة وتطبيقات لقيم وأحكام معيارية...

التمثل الاجتماعي له خاصية تميزه وكأنه مجموع من العناصر المعرفية المرتبطة بواسطة علاقات، هذه العناصر وعلاقتها تتواجد في ثبات داخل مجموعة محددة ومعينة.

11. النتائج العامة للدراسة :

الجدول 1: المجال السيميائي لتمثلات الطلبة الجامعيين للإعلام الجديد

عناصر العلاقة الموصوفة	الأساليب المعبر بها
عناصر متعلقة بالبعد التقني	شبكة أنترنت، تكنولوجيا، اتصال رقمي، شبكات إلكترونية، مدونات، منتديات
عناصر متعلقة بالبعد التواصلية	حق الرد، المشاركة، نقد المضامين الإعلامية، التعليق على المواد المنشورة، آلية لقياس اتجاه الجمهور، إجراء سير الآراء الإلكتروني، الاتصال بالمصادر والمندوبين والمراسلين
عناصر متعلقة بالبعد الوظيفي	مصدر لاستقاء المعلومة، آلية تسويقية، دعامة لنشر الأخبار، إرسال واستقبال المضامين الإعلامية، تعزيز العلاقة بين الجمهور والوسيلة
عناصر متعلقة بالبعد الإيجابي	السبق الصحفي، ثراء المضمون الإعلامي، تنوع مصادر الخبر، الأنية، تحدد الأخبار
عناصر متعلقة بالبعد السلبي	فوضوية المحتوى، انتهاك الملكية الفكرية، انعدام الموضوعية، غير موثوق، شخصنة المواضيع

المصدر: من إعداد الطالبة

تنوعت تمثلات الباحثين بين من يعتبره ظاهرة تقنية بحتة حيث يعرفه البعض " طفرة تكنولوجية قلبت الموازين الاجتماعية والسياسية ناهيك عن الإعلامية "، ويقول آخر " الإعلام الجديد يجرنا إلى الحديث عن شبكة الانترنت بتطبيقاتها المختلفة "، كما عبر أحد الطلبة عنه بكونه " اتصال رقمي يتم فيه استخدام الاتصال متعدد الوسائط "... إن التركيز على البعد التقني نابع من خصوصية الإعلام الجديد كآلية تكنولوجية جديدة على اعتبار أن السمة المفتاح للإعلام الجديد هي الرقمية، كونه محصلة تراكم تقني وتناج تطور تكنولوجي، فالإعلام الجديد والرقمية وجهان لعملة واحدة كون الثورات التكنولوجية الاتصالية سارت على التوازي مع تطور الإعلام، كل هذه العوامل تجعل رمزية الإعلام الجديد في أذهان الطلبة تحيل مباشرة إلى التكنولوجيا للوهلة الأولى.

كما تضمنت إجابات الباحثين في تعريفهم للإعلام الجديد على مفردات وعبارات تحيل مباشرة إلى البعد التواصلي للإعلام الجديد، وهي الوظيفة التي أنشأ من أجلها في الأساس والتي تتحقق من خلال استخدامهم له، "يقول فرنسيس بال في هذا الصدد أن الوسيلة تتخذ قيمتها من حقل استخداماتها" (1)، حيث نجد لفظ التفاعل، التعليق، المشاركة... كونه أتاح بتطبيقاته المختلفة درجة عالية من التفاعل، الأمر الذي يعطي رجع الصدى سمة الفورية والمباشرة قياسا مع تأخره في وسائل الإعلام التقليدية في وقت مضى حيث تتيح تطبيقات الإعلام الجديد إمكانية التحوار المباشر بين الإعلامي والجمهور من خلال منتديات الحوار والتخاطب الفوري chat، بغية تلمس حاجات الجمهور واختصار المسافة الاتصالية بين القائم بالاتصال والجمهور .

ارتسم لنا تمثل آخر للإعلام الجديد من خلال الوظائف المنوطة به، طبيعي جدا أن يعرفه البعض انطلاقا من الأدوار الوظيفية التي يؤديها في المجتمع والنظام الإعلامي كنسق فرعي ضمن النسق الأكبر استفاد بدوره حسب تصورات الطلبة عينة الدراسة من الإعلام الجديد كونه ساهم في تطوير مضمونه الإعلامي والشكل الفني ليبقى في الميدان الإعلامي فاستفاد منه كأداة للتغطية الإخبارية ومصدرا لاستقاء المعلومات، ناهيك عن كونه أداة تسويقية من خلال إنشاء مواقع تعريفية للمؤسسات الإعلامية تعرض فيها تاريخها وتطورها وإنجازاتها... فضلا عن إسهاماته في توسيع رقعة التغطية الإعلامية دون تكلفة تذكر بعد أن كان الكثير منها يوزع على نطاق محدود، فعلى المستوى الإعلامي ينذر أن نجد وسيلة إعلامية حاليا ليس لها وجود إلكتروني وهذا لا يمكن اعتباره حتمية تكنولوجية بحتة بل هي مقتضيات تحول مجتمعي فرض عليه قبوله نفسه وفقا لمتطلبات المجتمع.

كما أعرب بعض الطلبة عن إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد مقارنة بالتقليدي والتي تعكس لنا تمثلاثهم الإيجابية في نقاط معينة وتمثلاثهم السلبية في نقاط أخرى، حيث يرى البعض أنه يتسم بالآنية والفورية والتي تمنحه التغلغل القدرة على الوصول إلى مواقع الحدث في الوقت المناسب، وهو ما يجعله يحقق درجة عالية من السبق الصحفي أكثر من نظيره التقليدي، بالإضافة إلى ثراء المضمون وتنوع مصادر الخبر، بالمقابل يرى الطلبة عينة الدراسة أن الإعلام الجديد يطرح أكثر من إشكالية تتقدمها قضية فوضوية المحتوى كونه نتاج هوة يفقدون إلى الهوية الصحفية، وعدم إحاطتهم بقوانين وأخلاقيات العمل الصحفي، فضلا عن قضية مصداقية ومدى موثوقية المعلومات، والذي يصعب القيام بتغطية موضوعية وبناء مواقف متزنة، فالمعلومات المتاحة على شبكة الانترنت تبقى محل شك، ويمكن أن تكون مضللة ومحرفة مما يؤدي إلى الارتباك المعلوماتي، بالإضافة إلى مسألة قرصنة الملكية الفكرية، والاستخدام غير المشروع لمواد تتمتع بحقوق النشر والتأليف، نلاحظ من خلال ظهور الجوانب الإيجابية والسلبية للإعلام الجديد في إجابات الطلبة ان الطالب الجامعي واع للوسيلة التي يستخدمها ويعرف بأن لها إيجابيات وسلبيات ومعنى ذلك أن تلك النظرة المنبهرة بالوسيلة لم تعد موجودة بل تجاوزوا مرحلة الانبهار إلى مرحلة التعامل الواعي معها.

(1) جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكات، مركز الجزيرة للدراسات، 2007، ص6.

نستشف في الأخير من خلال تبان إجابات المبحوثين أنه " لا يمكن الاحتفاء بالحمية التقنية، فمتى لم يكن للتقنية فعل حتمي على الإنسان؟ إذ أن تلك الحتمية تخضع أخرى سوسولوجية تمثل في الاستخدامات الفردية والجماعية لتحدث حالة من التمثلات قد تصل إلى حد التملك."¹

الجدول 2: تنظيم تمثلات الطلبة عينة الدراسة للإعلام الجديد وفقا للنواة المركزية والنظام المحيطي

منطقة النواة المركزية	منطقة النظام المحيطي 1
مصدر معلومات مكسب لمهنة الصحافة تعميق التغطيات الصحفية تقدم معلومات دون تكاليف مادية تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام تغطية العجز في توفير مراسلين امتداد للإعلام التقليدي إعلام رقمي	حرية النشر والنقد إبداء الرأي بعيدا عن مقص الرقيب السبق الصحفي إشكالية المصادقية حقوق الملكية الفكرية دعم للممارسة الديمقراطية افتقاره للموضوعية غير موثوق
منطقة النظام المحيطي 2	منطقة النظام المحيطي 3
التكوين الأكاديمي العلمي التقنين دليل للممارسة الإعلامية الجديدة تعميم ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية المسؤولية الاجتماعية	إقصاء للصحفي المحترف انحسار الإقبال على الإعلام التقليدي تهديد لمهنة الصحافة انقراض الإعلام القديم إنهاء عصر التوجيه الإعلامي

المصدر: من إعداد الطالبة

⁽¹⁾Badillo Patrick-Yves et Pélissier Nicolas, **Usages et usagers de l'information numérique: Renouvellement des problématiques et nouveaux enjeux pour les SIC**, Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication, n 6, 2015. <https://rfsic.revues.org/1448#tocto1n6> Consulté le 26/10/2019.

1.2. تحليل عناصر النواة المركزية :

من خلال هذا الجدول يتضح لنا مركز تمثل الشباب للإعلام الجديد أي النواة المركزية لتمثل الطلبة للإعلام الجديد يتضمن العناصر التالية: حيث احتل المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات، ثم مكسب لمهنة الصحافة في المستوى الثاني، ثم كونه آلية لتعميق التغطيات الإعلامية في المستوى الثالث، ثم دعامة إعلامية دون تكاليف مادية في المستوى الرابع، ثم تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام وتغطية العجز في توفير مراسلين في المستوى نفسه، ثم امتداد للإعلام التقليدي في المستوى السادس وفي المستوى الأخير إعلام رقمي يقوم على التكنولوجيا.

ومن خلال هذا الترتيب نستنتج أن المعنى الذي يحيل إليه الإعلام الجديد في أذهان الشباب يتعلق أولاً بوظيفته كمصدر معلوماتي كونه رافد من روافد المعلومات؛ بالإضافة إلى كونه دعامة للإعلام التقليدي من خلال إثراء التغطيات الصحفية جراء تنوع المصادر، فضلاً عن استقاء المعلومة دون تكاليف تذكر، وتأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام على اعتبار أن الإعلام الجديد انتقل من نموذج إعلام تحتكره الدولة والنخب إلى نموذج فقدت فيه الدولة والنخب حق الاستئثار بالكلمة وتحولت من خلاله الجماهير الصامتة إلى أعضاء فعلة ونشطة، وتغطية العجز في طاقم التغطية الصحفية أيضاً... يقول في هذا الصدد أحد الطلبة أنه "من الأفضل على وسائل الإعلام التقليدي ألا تعادي الإعلام الجديد بل جدير بها أن تعيد هيكلتها نفسها بناء على متطلبات العصر"، وجاء في ذيل الترتيب كونه إعلام رقمي أي أن المبحوثين عينة الدراسة تجاوزوا النظر إليه كجزء من البيئة التكنولوجية، فقد سبقت الوظائف والحاجات التي يشبعها الإعلام الجديد لدى الطلبة طبيعة ومصدر الإعلام الجديد كتكنولوجية في حد ذاته فالطلبة تجاوزوا مرحلة النظر إليه كتكنولوجية مبهرة أو مستحدث جديد بالدرجة الأولى. أيضاً من خلال تحليلنا لخطابات الطلبة استشفينا أن أغلبية الخطابات تصب في كونه دعامة إعلامية من شأنها تسهيل العمل الإعلامي وتحسين الأداء الصحفي، وعليه نستشف أن الطلبة عينة الدراسة يحم لون مثلاً إيجابياً للإعلام الجديد كنظام معلوماتي من شأنه الارتقاء بمهنة الإعلام.

2.2. تحليل عناصر النظام المحيطي :

يعتبر النظام المحيطي متمم للنواة المركزية وهو يضم الجزء الأكبر من حيث عدد العناصر والأقل وزناً ودلالة في حقل التمثل مقارنة بالنواة المركزية، وعناصر النظام المحيطي هي الجزء الأكثر مرونة وواقعية وحيوية، وهو الذي يظهر أكثر في خطابات الأفراد وهو يعبر عن بعض المعتقدات والاتجاهات، كما أنه هو المجال الذي تظهر فيه خصوصية الفئات المستجوبة، وليس معنى أنه محيطي فهو أقل أهمية بل له دور كبير في تكييف النواة المركزية مع المستجدات، كما أنه يحميها من الاحتراقات ويضمن لها الاستقرار.

تحليل المستوى الأول من النظام المحيطي: يظهر في هذا المستوى مجموعة من الخطابات التي تشكل المستوى الأول من النظام المحيطي والتي لها تأثير على النواة المركزية بحكم أنها الأقرب وتتضمن الخطابات التالية حرية النشر والنقد بعيداً عن مقص الرقيب انطلاقاً من كون التكنولوجيا توسع هامش الحرية وتبطل مفهوم الرقابة والاحتكار، السبق الصحفي، فرص تعبير تفوق المتاحة في الإعلام الرسمي، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية وافتقاره للموضوعية في الطرح وانعدام الثقة، ومن خلال خطابات الطلبة أيضاً يظهر بأن هناك بعض العناصر الغيبيية والسلبية التي تشكل المستوى الأول من النظام

المحيطي لتمثل الطلبة للإعلام الجديد وهو ما يثبت النظرة الواعية للطلبة للإعلام الجديد كونهم ذوي مستوى جامعي ولهم من المؤهلات ما يكفل لهم تشخيص الإعلام الجديد في علاقته بالتقليدي .

تحليل المستوى الثاني من النظام المحيطي : يظهر في هذا المستوى مجموعة من الخطابات التي تشكل المستوى الثاني من النظام المحيطي وتتضمن ضرورة التكوين العلمي والأكاديمي التقنين دليل للممارسة الإعلامية في الإعلام الجديد تعميم ميثاق أخلاقيات المهنة فضلا عن المسؤولية الاجتماعية، جدير بنا هنا أن نذكر أن العناصر المحيطة تلعب دورا رئيسيا في التمثل، إذ أنها تعمل بمثابة وسيط بين النواة المركزية والوضعية المادية أين يتم إعداد وتوظيف التمثيلات، نقصد هنا بالرغم من أن الطلبة عينة الدراسة يحملون تمثلا إيجابيا لظاهرة الإعلام الجديد كونه رافد من روافد المعلومات، ومنح للمتلقي فرص تعبير تفوق المتاحة في الإعلام الرسمي، وضمن هذه الحركية أصبح هو الآخر منتجا للمادة الإعلامية لكن هذا الحكم بأنه يهدد بقاء الإعلام التقليدي يبقى مستبعدا حسب توجهات الباحثين، كون هذا الأخير يستند إلى مبادئ وقيم وأخلاقيات، فضلا قوانين تحكم وتنظيم العمل الصحفي وهو ما لا نجد في الإعلام الجديد .

تحليل المستوى الثالث من النظام المحيطي: نسجل ظهور تمثيلات سلبية لمستقبل الصحافة التقليدية إقصاء للصحفي تحديد لمهنة الصحافة هاجس الظاهر من تمثيلات بعض الطلبة والتي انتهت إلى الحكم على الإعلام التقليدي بالانقراض أنهم انطلقوا من تمثل للواقع يصف الإعلام بالثبات والاستقرار، وتعاملوا معه كظاهرة تكنولوجية بدرجة أولى بينما الإعلام هو بناء إجتماعي أي عرضة للتجديد والتطور، "فالحديث عن مستقبل الإعلام يقول التفكير، شأنه شأن الحتميات، ويدفع إلى رفض التغييرات غير المنتظرة في مجال معين، أو غير المتطابقة مع المنظور السائد. فالنهايات والحتميات تؤدي إلى ما اسماه غاستون باشلار بالعائق الاستمولوجي الذي يكمن في فعل المعرفة العلمية ذاته، وليس في موضوعها"¹.

الجدول 3: الوسائل المعتمدة من قبل الطلبة عينة الدراسة لاستقاء المعلومات والأخبار

الوسيلة الإعلامية	التكرار	النسبة
القنوات التلفزيونية	44	24.1
الصحافة الورقية	18	9.8
المحطات الإذاعية	9	4.9
مواقع التواصل الاجتماعي	47	25.7
تلفزيون الويب	37	20.2
الصحافة الإلكترونية	27	14.8
راديو الانترنت	1	0.5
المجموع	183	100

المصدر: من إعداد الطالبة

¹Bachelard Gaston, **La formation de l'esprit scientifique, Contribution à une psychanalyse de la connaissance objective**, Librairie philosophique Vrin, Paris, 1975, P 57.

تؤشر بيانات الجدول على كون الطلبة عينة الدراسة يستخدمون وسائل الإعلام بشقيه التقليدي والجديد بدرجات متفاوتة، واحتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى بما نسبته 25.7%، هذا ان دل على شيء إنما يدل على كون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا من الروتين اليومي، وأصبحت متنفسا لعينة الدراسة لإبداء آرائهم واقتراحهم بعد أن كان يصعب عليهم ذلك في وسائل الإعلام الرسمي، وهو ما يتطابق مع دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق والتي تحمل عنوان تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات في الجامعات البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية. وجاء في ترتيب مماثل التلفزيون بما يعادل 24.1% وتوحي هذه الأخيرة بكون التلفزيون الكلاسيكي كان ولا زال تجربة يومية منتظمة، حيث أن مشاهدة التلفزيون لم تتأثر بفعل الاستخدام المتنامي للانترنت، بل ارتفعت بعد حوصصة السمي البصري في الجزائر، وظهور الفضائيات الخاصة والمتخصصة. يليه على التوالي تلفزيون الويب بما نسبته 20.2% وهذا دليل على كون هذا الأخير أصبح مكملا للتلفزيون الكلاسيكي، وأصبح يشغل حيزا كبيرا في الحياة اليومية، ومن ثم الصحافة الالكترونية بما يقارب 14.8%، وتدل هذه النتيجة على كون الصحافة الالكترونية تشهد انتعاشا وتوسعا يوميا، لتصبح ظاهرة اجتماعية، ودلالة أيضا على كون الطلبة الجامعيين ينتمون إلى جيل متمرس على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فضلا عن امتلاكهم أيضا للتقنية التي تمكنهم من الولوج، كما رصدنا من خلال بيانات الجدول الصحافة الورقية في المرتبة الخامسة بما نسبته 9.8% وتوحي هذه النتيجة بتذبذب وتراجع معدلات المقروئية لدى عينة الدراسة، وهو ما يتوافق مع دراسة نصير بوعلي الموسومة باستخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة. وجاء في ذيل الترتيب المحطات الإذاعية بما نسبته 4.9%. وهذه النتيجة مؤشر واضح وصريح على غياب الاهتمام بهذه الوسيلة و تراجع وتصعد عادات الاستماع للراديو التقليدي، حيث لمسنا نزعة سلبية نحو الإحجام على سماع الراديو و راديو الانترنت ب 0.5%، وتشير هذه الأخيرة إلى أن راديو الانترنت لا يزال في بداياته الأولى، ولم ينتشر بعد ليستقطب الطلبة على غرار الوسائل الأخرى. وهو ما يتواءم مع دراسة نجلاء الجمال الموسومة باعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة كمصدر للمعرفة الثقافية .

الجدول 4: عوامل الجذب المتاحة في الإعلام الجديد بالمقارنة مع الإعلام التقليدي

عوامل الجذب	التكرار	النسبة
عنصر التفاعلية	50	15.8%
التحديث الآني	23	7.2%
إعلام متعدد الوسائط	41	12.9%
سهولة الاستخدام	37	11.8%
القيمة المعلوماتية والعمق المعرفي	1	0.3%
السرعة	30	9.5%
لا مركزية المعلومة	25	7.9%
المرونة	3	0.94%

الحرية	47	14.82%
الالتزامية	40	12.61%
الاجماهيرية	20	6.30%
المجموع	317	100

المصدر: من إعداد الطالبة

تنوعت الخطابات بالنسبة لعوامل الجذب وجاءت التفاعلية في الطليعة بنسبة 15.7% والتي نقلت المستخدمين من حقبة استهلاك المحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج المحتوى. حيث نلاحظ أن الإعلام الجديد ألغى تقريبا النموذج الخطي التقليدي للاتصال، بما كان يتضمنه من قيود على العملية الاتصالية، فقد كان هذا النموذج يعطي سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالاتصال، وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلى العلاقة الاستبدادية، أما بعد ظهور الانترنت لم يعد للمرسل أو بيئة الاتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل، إذ يمنح الاتصال عبر الوسائط الحديثة المستقبل صلاحيات وحرية أكبر في الوصول إلى ما يريده من معلومات عبر شبكة الانترنت في الوقت الذي يريده وبالتتابع الذي يريده.

فنموذج ما قبل الانترنت يحيل إلى حقبة هيمنة الإعلام التقليدي الرسمي على الجمهور الذي كان يحتل مكانة دونية، فالمتلقي هنا تلميذ يستهلك بطريقة سلبية خطاب إعلامي ذي طابع سلطوي غريب عن المجتمع الذي يتوجه إليه، خطاب يستمد شرعيته من ارتباطه سياسيا واجتماعيا بدولة الرفاهية.

يقول الصادق الحمادي في هذا الصدد "الإعلام الجديد يتسم بالبحث عن أنماط تعبيرية ولغة جديدة وبنهاية قدسية الإعلام التقليدي، وبتراجع الخطاب الفوقي الأبوي، وإذا كان الإعلام التقليدي مرتبطا بدولة الرفاهية فإن الإعلام الجديد يجعل الخطاب الذاتي، حيث تقوم شرعية هذا الأخير على إدماجه للتجربة الاجتماعية للأشخاص والاعتراف بالفرد كمصدر لهذه الشرعية الجديدة، تحيل هذه الحقبة إلى إعلام جديد تتعزز فيه آليات المشاركة والتفاعلية على اعتبار أنها مطلب اجتماعي تتعاضد فيه قيم الفردية والاستقلالية، تتشكل هنا شرعية الإعلام الجديد من انفتاحه على الجمهور والتفاعل معه، فالمستخدم يطالب بالمشاركة كحق أصيل وليس كمنة يهبها إياه الصحفي، هكذا تعكس التحولات التكنولوجية تحولات مجتمعية".

بينما ظهر خطاب آخر يدعي أن الحرية هي أهم سمة تميز الإعلام الجديد بما يقارب 14.82% حيث اتجه الطلبة عينة الدراسة إلى وسائل الإعلام الجديدة لما تتيحه هذه الأخيرة من حرية في التعبير عن آرائهم وتطلعاتهم بدون تقييد أو ضوابط ونتيجة لذلك ظهرت الممارسات الديمقراطية، حيث لم تعد الرسالة الموجهة من الأعلى إلى الأسفل هي المهيمنة، ولم تعد الوصاية الفكرية والنخبوية الثقافية هي الأساس، بل نحن اليوم في عصر يمكن أن نسميه ديمقراطية التواصل، حيث أصبح الجميع مرسلين ومتلقين في ذات الوقت.

على عكس الإعلام التقليدي الذي يحمل مجموعة كبيرة من الضغوط من ضمنها النظام الحكومي، سيطرة المعلنين، ملاك هذه الوسائل الذي يحدد توجهاتها وسياساتها التحريرية حيث صرح احد الطلبة أن "الجمهور لجأ إلى الإعلام الجديد حينما

تأكد بان الإعلام الرسمي لا يعطيها فرصة للتعبير وحينما أصبحت القوانين تجرم حرية الإعلام وتجعل صاحبه عرضة للمساءلة القانونية، فمنا تصبح قنوات الإعلام الجديد مخرجا لهذه الضغوطات".

في ذات السياق يؤكد أحد الطلبة على قضية الحرية المتاحة في الإعلام الجديد حيث يدعي أن "الكثيرين توجهوا نحو الإعلام الجديد كونه لا يخضع لمقاص الرقيب أو حارس البوابة، إضافة إلى كون الكتابة على هذه المنصات لا تحتاج إلى ترخيص من جهات رسمية".

في ذات السياق ظهر خطاب آخر يزعم أن اندماج الوسائط في الإعلام الجديد بما يعادل 12.9 % حيث يعد من بين أكثر العوامل التي ساهمت في ذبوع وانتشاره في الوسط الطلابي حيث يتم فيه استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،... إلخ

في حين ترى فئة أخرى من الطلبة عينة الدراسة أن عنصر اللاتزامنية أهم ما اصطبغ به الإعلام الجديد بنسبة 12.6 % ففي عصرنا الحالي ليس المهم هو وفرة المعلومات وتنوعها بقدر أهمية إمكانية الوصول إلى المعلومة في الوقت و المكان الذي يجدهما الشخص بنفسه، بعكس الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى من صحف واذاعات وقنوات تلفزيونية تلتزم بأوقات معينة ومحددة تصدر فيها وتبت أثنائها فقط البرامج الموحدة، ويتعين على القارئ أو المستمع أو المشاهد أن ينتظر حتى يحين موعد نشر أو بث برنامج ... فمستخدم الأنترنت هو الذي يتحكم في تحديد المعلومات ومصادر الحصول عليها واختيار الوقت الذي يناسبه هو في الحصول عليها، بينما تولى وسائل الإعلام الأخرى هذ المهام حسب نظرتها الخاصة وسياستها في الإعلام ونقل الخبر،

سهولة الاستخدام جذب هذا العامل نسبة معتبرة من الطلبة عينة البحث بمعدل 11.8 % حيث أن سهولة الاستخدام عبر مختلف الأجهزة الالكترونية والذكية أدى بدوره إلى توسيع دائرة انتشاره وتوغله في شتى الميادين والمجالات، وهو ما أكده روجرز وشومبيخر في نظرية انتشار المبتكرات، حيث تطرقا إلى كون سهولة الاستخدام أو درجة التعقيد تعد من بين محددات ذبوع وانتشار المبتكرات. وهو ما يتطابق مع دراسة محمد بن علي محمد السويد المعنونة باستخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية.

كما أن ميزة سرعة نشر الأخبار تمثل عامل جذب كبير لمرتادي الإعلام الجديد بما نسبته 9.5 % إلى الحد الذي أتاح لها قدرا كبيرا من الانتشار واتساع نطاق الاستخدام بين الأفراد بحيث لم يعد ينظر إلى هذه الوسائل باعتبارها ترفا لا داعي له وإنما باعتبارها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

بينما ظهر خطاب آخر يقول أن لا مركزية المعلومة من الركائز الأساسية للإعلام الجديد على عكس الإعلام التقليدي، بنسبة 7.8 % إذ لا يمكن التحكم في تدفق خدماتها أو فيما تحمل من مضامين من قبل الحكومات أو الأفراد، فإذا كان إصدار صحيفة في غالبية دول العالم يتطلب الحصول على رخصة حكومية فان إنشاء موقع على شبكة الانترنت لا يتطلب مثل هذا التصريح.

في حين ترى فئة أخرى أن أهم ما يستقطب الشباب عموما للإعلام الجديد هو التحديث الآني بما يعادل 7.2 % أي التغطية الآنية للأحداث والتحديث الفوري والمستمر للأخبار.

كما يعتقد بعض الطلبة أنه لا يمكن إغفال سمة اللامهيرية بما يقارب 6.3% حيث لم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة ومنمطة بل أضحت من إمكاناتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعاً لاهتماماتها وحاجاتها الخاصة فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعاً لحاجة مستقبلها .

وجاءت المرونة والعمق المعرفي في ذيل الترتيب بنسب لا تتجاوز 1% مرده أن الانترنت تعج بالمعلومات السطحية التي تفتقد إلى التحليل العلمي والتأصيل النظري على اعتبار أن من هب ودب بإمكانه الكتابة على شبكة الانترنت على حد تعبير بعض الطلبة.

الجدول 5: جوانب القصور في الإعلام الجديد مقارنة مع الإعلام التقليدي

النسبة	التكرار	السبب
12.2	20	يفتقد الإعلام الجديد إلى المصدرية
17.2	28	يفتقد الإعلام الجديد إلى الموضوعية في المعالجة
16.6	27	يفتقد الإعلام الجديد إلى المصداقية في الطرح
17.8	29	يفتقد الإعلام الجديد إلى المعالجة الفنية المتخصصة للموضوعات
17.8	29	يفتقد الإعلام الجديد إلى المهنية والاحتراف
18.4	30	عدم مراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية
100	163	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة

فيما يخص جوانب القصور في الإعلام الجديد كانت الإجابات متقاربة وتوزعت بين عدم مراعاته لأخلاقيات المهنة بنسبة 18.4% يليها افتقاده للمهنية والمعالجة الفنية المتخصصة بنسبة 17.8% لكل منهما، ومن ثم افتقاده للموضوعية وتوخي الحياد بنسبة 17.2%، ناهيك عن افتقاده للمصداقية في طرح المواضيع حيث أصبح أرضاً خصبة لنمو الشائعات على حد تعبير أحد الطلبة بنسبة 16.6% بالإضافة إلى افتقاده في كثير من الأحيان لذكر مصادر الأخبار بنسبة 12.2%، عموماً يمثل الإعلام عصب المجتمع له تأثيره على اتجاهات و مدركات الناس و سلوكياتهم، و تكوين رأي عام لديهم... و لكي لا يجرد عن المجرى الذي وجد من أجله لا بد أن تكون الممارسة الأخلاقية عنوان الإعلام، و هذه الممارسة قواعدها و مبادئها و أسسها و أصولها. و الكل يعلم أن مهنة الصحافة لم تؤسس شرعيتها التاريخية على الإعلام والتثقيف فقط بل على قيم مهنية لكن الملاحظ في الآونة أن صحافة المواطن ضربت عرض الحائط كل المعايير السالفة الذكر تحت مظلة حرية الإعلام والتدفق الحر للمعلومات، وتآكل أخلاقيات الإعلام فقد أصبح الصحفي المواطن في ظل الإعلام الجديد يسعى للسبق الصحفي على حساب مصداقية ودقة الأخبار وأصبحت وسائل الإعلام اليوم تعيش في سباق تنافسي من أجل الحصول على المعلومة الإخبارية لتكون صاحبة الريادة في إيراد الخبر إلى الجمهور وجذب انتباهه

دونما التحقق من مصداقية الخبر فضلا عن شخصنة المواضيع المطروحة، بالإضافة إلى طغيان النزعة المادية على حساب أخلاقيات الإعلام وغدت المعلومة سلعاً تجارية تخضع لقانون البيع والشراء. ومنه أصبح الإعلام الجديد يفتقد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل، وخاصة المصداقية والموضوعية للموضوعات التي يتناولها.

كما أن حرية الدخول والخروج من دون تحديات ومراقبة على شبكة الإنترنت ساعد في ظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة، والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة وصناعتها تحت مظلة المواطن الصحفي. كما أن الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام البديل، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه "مواطناً صحفياً Journalist Citizen" وعين المواطنين Citizen Eye دون الرجوع إلى مرجعية معينة. كل هذه المعطيات جعلت ملف الضوابط الأخلاقية في صدارة إشكالات الإعلام الجديد.

مزاولة الإعلام التقليدي لوظائفه في ظل تنامي الإعلام الجديد

أجمع المبحوثين عينة الدراسة على كون الإعلام التقليدي لا يزال يقوم بوظائفه وأدواره المنوطة به ولكن بشكل نسبي كونه يرتبط بمجموعة من العوامل بعضها يتصل بطبيعة المجتمع ونظامه السياسي والاجتماعي وظروف هذا المجتمع، وبعضها يتصل بمدى الحرية المتاحة لوسائل الاتصال الجماهيري، وبعضها يتصل بالعوامل الخاصة بالسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية كالاتجاه السياسي أو الإيديولوجي أو كطبيعة الجهاز التحريري وظروف نشئته الاجتماعية وانتمايات أفرادها المختلفة أو لنمط ملكية المؤسسة الإعلامية وأوضاعها الاقتصادية على عكس الإعلام الجديد. وهو ما يؤكد على تأثيرات السياق الاجتماعي وهو ما تضمنته مقارنة التمثلات، وهو ما يتطابق مع دراسة صفا محمد إبراهيم عبد الدايم الموسومة باستخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديد والإشباع المتحققة منها.

الجدول 6: الإعلام الجديد مكمل أم بديل وظيفي للإعلام التقليدي

النسبة	التكرار	طبيعة العلاقة
66%	33	مكمل
34%	17	بديل
100%	50	المجموع

جاءت هذه الدراسة لتؤكد أن نسبة الرفض لوجود بديل للإعلام الرسمي أعلى من نسبة التأييد، ولكن أظهرت الدراسة أن هناك حاجة ملحة لإعلام بديل عن الإعلام الرسمي من خلال إعلام مشارك ومستقبل عميق وموضوعي كون الإعلام التقليدي لم يعد يستجيب لمتطلبات المجتمع كما يجب.

كما أسفرت الدراسة عن ظهور خطابين بعض الطلبة عينة الدراسة ينظرون للإعلام الجديد بوصفه مكملًا أي إضافة وليس انسلاخًا كما يتصور البعض، أو خروجًا من تجربة قوية إلى تجربة أقوى، فالنشر الورقي حتماً ستكون هذه الوسائل

إضافات نوعية له تسهم في تطوير العمل الصحفي وتقديمه بشكل يكفل زحزحة النظرة التدميرية التي تسعى إلى إيقاف عجلة النشر التقليدي والتهويل من أخطار افتراضية محتملة للتجربة الطباعية والكتابية .

وبما أن الجيل الجديد يجد نفسه في الالكترونيات، لجأ القائمون على المؤسسات الإعلامية التقليدية الراغبون في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها كون القارئ الالكتروني مستعجل أو نشر مختصراتها لضمان أكبر قدر من المتابعين نظرا لتغير طبيعة الجمهور .

كما أن تنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الالكترونية والورقية والراديو بنوعيه والتلفزيون بشقيه التقليدي والرقمي، ناهيك عن الشبكات الاجتماعية والمدونات... وبالتالي تفتت الجماهير وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور، "الأمر الذي دعا الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بخطة 360 درجة أي الدورة الكاملة، بحيث تقوم المؤسسة الإعلامية على الانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل واليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور". (1)

فصارت الصحيفة مثلا توجد ورقيا والكترونيا بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها على الشبكات الاجتماعية، وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو، كما أصبح اليوتيوب شريكا أساسيا لوسائل الإعلام السمعية البصرية لتعزيز حضورها

وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي. ومنه فحالة الاندماج هذه بين الإعلام الجديد والتقليدي مكنت هذا الأخير من تحديث ذاته ومن ثم الحفاظ على جزء كبير من جمهوره. كما أن التخلص من جهاز التلفزيون لا يعني بالمرة التخلص من التلفزيون كوسيط كون الإعلام لا يقترن بالشق المادي، وإنما بالمضمون والمحتوى الإعلامي والمتاح حاليا في كل المنصات. ومنه فالتغير الحقيقي للتلفزيون لا يعني اندثاره بل زوال شكله الكلاسيكي فقط وتشظيه إلى شاشات.

يرى الصادق الحمامي في هذا الصدد أن مؤسسات الإعلام الكلاسيكي تستثمر تكنولوجيا الإعلام الجديد باعتبارها موردا لتجديد ذاتها تنظيميا، وفي مستوى تعزيز علاقتها بالجمهور لإرساء نموذج تفاعلي وتشاركي منفتح على الجمهور من خلال

2 :

Podcast فضاء يعرض كل البرامج الإذاعية وفق تصنيف حسب النوع والبرامج مع إمكانية التحميل.

Streaming توسيع نطاق البث وتيسير نفاذ الجمهور الى برامجها.

Vod الفيديو عند الطلب .

Catch up TV التلفزيون التعويضي

(1) الأء زومان، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ صحيفة الاقتصادية الالكترونية، العدد 2012، 6750.

(2) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال: التلفزيون العمومي نموذجا، تونس مصرية لبحوث الإعلام، العدد جامعة القاهرة، ص ص 11، 12.

Hypertext الروابط التشعبية لإثراء المضمون كآلية جديدة.

Ipv tv بث التلفزيون عبر الانترنت.

وبعض الطلبة يرون أنه بديل و يتنبؤون بزوال الإعلام التقليدي والدليل أن هناك هجرة مكثفة يعيشها المجتمع وخاصة شريحة الشباب منذ تقريبا عشرية من الزمن نحو شبكة الانترنت بمختلف تطبيقاتها الإعلامية. لنجد أنفسنا أمام هرم مقلوب، فبعد أن كانت الصحافة هي وسيلة الاتصال الجماهيرية، ومع الحرب العالمية الثانية الإذاعة، وفي الستينات والسبعينات كانت السيطرة للتلفزيون، ها نحن اليوم أمام هرم مقلوب لنجد الصحافة المكتوبة في أسفل الهرم والإعلام الجديد في أعلاه.

ربما هنا علينا العودة إلى ما قاله أحد خبراء مايكروسوفت 2008: أنه وبعد عدة سنوات لن تكون هناك وسائل إعلام مكتوبة قائلا: "أنا لن نستهلك مستقبلا وسائل الإعلام إلا عن طريق موفر خدمة الانترنت، لن يكون هناك صحف أو مجلات كل شيء سيتحول بثه على هيئة نسخ الكترونية" (1)

قد تكون هذه النبوءة قد تحقق نصفها، حيث لم يعد هناك نسخ ورقية بحتة، كما أن هناك نسخ ورقية قد تحولت كلياً إلى نسخ الكترونية، واختارت هجرة المطبوع إلى الصحافة الالكترونية .

يقول آخر كثيرة هي الأخبار التي يلقي بها قادة الشأن العام على شبكات التواصل الاجتماعي قبل إرسالها إلى الصحفيين، تشير مثل هذه المتغيرات إلى أن الصحفي لم يعد هو المتحكم ولا المطلع الأول على الخبر والمعلومة، إن هذا المعطى يجعلنا نقر بان وسائل الإعلام التقليدية أمام حقيقة مفادها أنها لم تعد المحمل الوحيد لنشر الأخبار وتداولها .

يرى البعض أن الإعلام الجديد سلطة ضد سوء استخدام السلطة، حيث أصبح سلطة في وجه الإعلام التقليدي الذي كثيرا ما يتجاهل قضايا حيوية في المجتمع، وذلك بحكم رهانات وراءها لوبيات سياسية ومالية، وهو ما جعله يتصدر الترتيب.

وبحكم أننا دخلنا في عصر الاندماج والذي أدى بدوره الى انصهار الوسائط التقليدي في ظل الإعلام الجديد، يعتقد البعض أنها بصدد الاندثار تاركة المجال فيها للمحامل، تتأكد هذه الثورة الإعلامية من خلال الهجرة اليومية للناس من التواصل مع المعلومات عبر وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل تواصل رقمية ذكية.

يقول أحمد عاشور في ذات السياق (2): "أن ظهور نوع جديد من الإعلاميين والذي يمكن تسميتهم بالإعلاميين الجدد وهم مستخدمو الإعلام الجديد والذين أثبتوا استحقاتهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر من شأنه أن يهدد الإعلام التقليدي والإعلامي التقليدي على حد سواء".

(1) Greenwood, Shannon, Perrin Andrew and Duggan Maeve, "Social Media: Update 2016: Facebook usage and engagement is on the rise, -; while adoption of other platforms holds steady", (Visited on 26/10/2019/ <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016>)

(2) أحمد عاشور، نقاط التماس بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مقال الكتروني متاح على :

<http://www.arageek.com/new-media-vs-old-media.html> Consulté le 26/10/2019.

12. خاتمة:

على ضوء ما سبق أعلاه نستخلص أن تمثلات الطلبة عينة الدراسة تراوحت بين الموجبة والسالبة، المؤيدة والمعارضة، كما أن خالصنا إلى كون الوسيلة نتاج تقني وسوسيولوجي في الوقت نفسه، هناك بداية نزوح للطلبة من وسائل الإعلام التقليدية إلى الإعلام الجديد وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي، ليصبحوا بذلك مستخدمين فاعلين يصنعون ويغيرون الأحداث، لهذا قررت وسائل الإعلام التقليدية ضرورة تطوير أساليبها وخدماتها ومواكبة العصر لمجابهة منافسة الإعلام الرقمي الذي يسعى لتقديم معظم سمات الوسائل الإعلامية التقليدية في وسيلة واحدة.

عموماً فالإعلام الجديد لا يمثل ثورة عارمة تعصف بالإعلام الكلاسيكي ومؤسساته، كما أن الإعلام الجديد لا يؤسس بالضرورة لبيئة إعلامية تتسم بحداثة جذرية تفضي إلى قطيعة بين إعلام كلاسيكي يجتر نماذج قديمة، وبين إعلام جديد يشتغل وفق نماذج مستحدثة، إن البيئة التواصلية التي نشهدها الآن لا تشتغل وفق منطق القطيعة بل هي تتشكل من تفاعلات الوسائط الكلاسيكية والوسائط الإعلامية الجديدة، ومن هذا المنظور فهي بيئة هجينة يتعايش فيها الجديد والقديم الذي أعاد تشكيل ذاته. هذا يحيلنا إلى الحديث عن مظهر من مظاهر التمثيل ألا وهو الترسخ، حيث يتضح في الوظيفة الإدماجية، بمعنى الترسخ يبين كيفية استدماج ما هو جديد في نظام مألوف وقائم مسبقاً .

ومنه فالعلاقة تكاملية وليست علاقة صدام أو إقصاء، فكل إعلام يظهر لا يعني -بالضرورة إلغاء ما قبله، فالتلفزيون عندما ظهر لم يلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل هيبته و خصوصياته ومعجبه.

قائمة المراجع :

المؤلفات :

- 1 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص 286-287
- 2 - محمد حسن عبد الباسط، أصول البحث الاجتماعي، (مصر، مكتبة وهبة، 1982)، ص 31
- 3 - محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث القواعد والمراحل والتطبيقات، (عمان، دار وائل للطباعة، 1999)، ص 48.
- 4 - 96p **Dire et faire l'entretien** , (Paris, Armand colin ,1991), Blanchet, A
- 5 - Bachelard Gaston, **La formation de l'esprit scientifique, Contribution à une psychanalyse de la connaissance objective**,(Paris, Librairie philosophique Vrin , 1975)
- 6 - Claude Flament et Michel-Louis Rouquette, **Anatomie des idées ordinaires étudier les représentations sociales**),(Paris, Armond Colin /Vuef, (Comment 2003), p : 13.

المقالات :

- 7 - آلاء زومان، هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ صحيفة الاقتصادية الالكترونية، العدد 2012، 6750.
- 8 - بشرى اسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، ص 9.
- 9 - جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، 2007، ص 6.
- 10 - الصادق الحمامي، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال: التلفزيون العمومي نموذجاً، تونس مصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، ص ص 11، 12.
- 11 - عبد الصادق حسن عبد الصادق، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، 2014.
- 12 - مفيدة بلهامل، الإعلام الجديد مصطلحات ومفاهيم ونماذج، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، 2014، ص 25.
- 13 - نصير صالح بوعلي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، رؤى إستراتيجية، 2014.

الرسائل:

- 14 - بضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايبروك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر، 2017-2018.
- 15 - غادة محمود سيد أمين، دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، القاهرة، 2017، ص 7.
- 16 - Emmanuel Bèche, Usage de l'ordinateur chez les élèves dans deux lycées de Cameroun-Esquisse- d'une approche de l'appropriation des TIC, Thèse de Doctorat, Université de Liège, Belgique, 2012-2013.

الملتقيات:

- 17 - Skoric, Marko. And Poor, Nathaniel. "Reports of Its Death Are Exaggerated: The Continued Importance of Traditional Media for Political Participation" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, 2011.

- Greenwood, Shannon, Perrin Andrew and Duggan Maeve, “**Social Media: Update 2016: Facebook usage and engagement is on the rise, -:)while adoption of other platforms holds steady**”, [/http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016](http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016) (Visited on 26/10/2019.) - 18
- Badillo Patrick-Yves et Pélissier Nicolas, **Usages et usagers de l’information numérique: Renouveau des problématiques et .nouveaux enjeux pour les SIC**, Revue Française des Sciences de l’Information et de la Communication, n 6, 2015
[.https://rfsic.revues.org/1448#tocto1n6](https://rfsic.revues.org/1448#tocto1n6) (consulté le 25/1/2019) - 19
- C-M.Pons, J. Piette,, L.Giroux et F Millerand, **les Jeunes Québécois et représentation, utilisation, appropriation**, ministère de la cultures internet et des communications gouvernement du Québec, [http// www.mcc.gouv.qc.ca/pubrog/drodepli/faitssailants.htm](http://www.mcc.gouv.qc.ca/pubrog/drodepli/faitssailants.htm). (consulté le 26/1/2019) - 20