****

**الوظيفة الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة**

**الاستاذ ابراهيم يحياوي استاذ محاضر قسم ب**

**جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع**

[**Yahiaoui\_19@yahoo.fr**](mailto:Yahiaoui_19@yahoo.fr)

**النسخة الأولى**

**2020**

|  |
| --- |
| **ملخص** |

يعتبر هذا المقياس من أهم المقاييس الموجهة لطلبة علم الاجتماع الاتصال ، لكونه يدرس محور مهم وهو الوظيفة الاجتماعية التي تؤديها وسائل الاتصال ومنها بالخصوص الحديثة ، التي اضحت بفعل تمايزها ركيزة اساسية في تحقيق الاشباعات من خلال الاستخدام المكثلف لها من طرف الجمهور ، فإن هذا المقياس يدرس أهم هذه الوظائف الاجتماعية التي تؤديها هذه الوسائل الجديدة الاتصالية .

|  |
| --- |
| **مقدمة** |

**مقدمة:** لكل مجتمع وسائله الخاصة التي تعمل على حدوث الاتصال بين افراده ، فالمجتمعات البدائية الصغيرة كانت تهيئ لإفرادها اتصالا مباشرا من خلال مواجهة شخصية فعلية كاملة وعندما اتسعت رقعة المجتمعات تعذر عليها ايجاد فرص الاتصال المباشر بين جميع افرادها تغير وسائل الاتصال ، مما ادى الى اختراع العديد من الوسائل الاتصال ؛ بحيث مرة عملية الاتصال البشري بعدة مراحل تاريخية عرفت العديد من الوسائل ، ويعتبر عصر اختراع الالة الطباعة بداية عصر جديد للتواصل الانساني بحيث ظهرت العديد من هذه الوسائل التي اصبحت اليوم تسمى بالوسائل القديمة أو التقليدية ؛ مما فتحت افاق جديدة لظهور وسائل اتصال حديثة لم يمر عليها زمن قصير الا وظهرت في شكل متجدد مع الانفجار المعرفي وتقاربي الانساني لتصبح بفعل الاستخدام الكبير لها شريك اساسي في بناء المجتمع مما اضحى لها وظيفة اجتماعية تؤديها ؛سوف نبرزها داخل مفاصل محاضراتنا التي سوف نتناولها في هذا المقياس.

|  |
| --- |
| الأهداف |

.

|  |
| --- |
| الهدف العام:  في نهاية دراسة المقياس يكسب الطالب قدرة على فهم أهم الوظائق الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة |

|  |
| --- |
| الاهداف الخاصة:   1. في نهاية المحاضرة أن يكون الطالب قد فهم عناصر العملية الاتصالية . 2. في نهاية المحاضرة أن يكون الطالب قد فهم وتعرف على اهم وسائل الاتصال الحديثة . 3. في نهاية المحاضرة أن يكون الطالب قد فهم وتعرف على اهم الوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة . |

|  |
| --- |
| **الاهداف الاجرائية:**   1. في نهاية المحاضرة أن يكون الطالب قادر على تحديد أهم عناصر العملية الاتصالية. 2. في نهاية المحاضرة أن يكون الطالب قادر على تقديم مختلف التعريفات المتعلقة بالعملية الاتصالية. 3. في نهاية المحاضرة يكون الطالب قادر على تفريق بين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة . 4. في نهاية المحاضرة يكون الطالب قادر على تحديد اهم الوظائف الاجتماعية التي تؤديها وسائل الاتصال الحديثة. |

|  |
| --- |
| المكتسبات القبلية:  مقياس السداسي الاول :  \*مدخل الى علم الاجتماع الاتصال.  \*استراتيجيات الاتصال.  الفئة المستهدفة:  \*طلبة سنة أولى ماستر علم اجتماع اتصال. |



|  |
| --- |
| محاضرة رقم 5 |

**\*وسائل الاتصال الساخنة والباردة عند ماكلوهان:**

يستخدم منظر وسائل الاعلام الكندي مارشال ماكلوهان منهجا مختلفا في تصنيف وسائل الاعلام وذلك وفق كونها ساخنة أو باردة في قوله الوسيلة هي الرسالة the medium is the message هذا يعني أن الوسيلة اكثر من مضمون النص الذي تحمله الوسيلة .في حين أن الوسيلة لها تأثير مهم في المحتوى الذي تحمله فإن نظرية ماكلوهان بأن الوسيلة اساسية في عملية الاتصال لأنها تغير نسب الاحساس وطرائق التصور.بيد أن نظريته حول وسائل الاعلام الساخنة والباردة جديرة بالنظر فيها بشيئ من التفصيل. وفقا لما ذكره ماكلوهان وسائل الاعلام الساخنة عالية الوضوح ما يعني انها كاملة البيانات وذلك يؤدي إلى انخفاض نسبة مشاركة الجمهور. لوسائل الاعلام الباردة من ناحية اخرى تكون منخفضة الوضوح لأنها لديها القليل من البيانات لمشاركة كبيرة من الجمهور. مثال:يقول ماكلوهان هناك مبدأ اساسي يميز بين وسيلة ساخنة مثل الاذاعة ووسيلة باردة مثل الهاتف، أو وسيلة ساخنة مثل الفيلم ووسيلة باردة مثل التلفزيون .والوسيلة الساخنة هي التي تنقل معنى أو احساسا واحد بوضوح عال الوضوح العالي هو حالة الامتلاء الجيد بالبينات. الصورة الفوتوغرافية بصريا هي عالية الوضوح .الرسم الكاريكاتيري منخفض الوضوح.ببساطة لأنه لا يقدم سوى القليل جدا من المعلومات المرئية . الهاتف هو وسيلة باردة أو منخفض الوضوح لأن الاذن تعطي كمية ضئيلة من المعلومات . والكلام وسيلة باردة منخفضة الوضوح لأنه لا يعطي إلا القليل. ووسائل الاعلام الساخنة لا تترك الكثير للجمهور من اجل ملء أو انجاز الاتصال بطبيعة الحال لذلك فوسيلة ساخنة مثل الراديو لها تأثيرات على المستخدم مختلفة جدا عن تأثيرات وسيلة باردة مثل الهاتف.

|  |  |
| --- | --- |
| **الوسائل الساخنة والباردة عند ماكلوهان** | |
| **الوسائل والباردة** | **الوسائل الساخنة** |
| الهاتف | الاذاعة |
| العرض التلفزيوني | الفيلم |
| كاريكاتير | الصورة |
| الكلام | الكلمة المطبوعة |
| الحوار | الكتاب |
| الحلقة الدراسية | المحاضرة . |

كما نظر ماكلوهان في الفرق بين وسائل الاعلام المطبوعة ووسائل الاعلام الالكترونية ورأى أن هناك مدلولات منطقية معينة مرتبطة بكل نوع من انواع وسائل الاعلام.

|  |  |
| --- | --- |
| مقارنة بين المطبوع (الكتب) والوسائل الالكترونية (الاذاعة) | |
| المطبوعة | الالكترونية |
| العين | الاذن |
| الترابطية | التزامن |
| التفكير المنطقي | الاستجابات العاطفية |
| العقلانية | مجالات اسطورية |
| الكتب | راديو |
| النزعة الفردية | المجتمع |
| الانعزال | المشاركة |
| الانفصال | الاتصال/الارتباط |
| تصنيف البيانات | التعرف على النمط . |

(أرثر أس بيرغر: 2012 ،40)



|  |
| --- |
| محاضرة رقم 6 |

**-الوظائف الاجتاعية لوسائل الاتصال الحديثة حسب كوكبة من المنظريين:**

**1-مفهوم لازويل للوظائف :**هناك ثلاثة وظائف لوسائل الاتصال:

-الاشراف ومراقبة البيئة او المحيط وكشف ما يهدد قيم الجماعة.

-العمل على ترابط اجزاء المجتمع في الاستجابة للمحيط البيئي الذي يعيش فيه افراده حيث يتم الربط بين الحاكم والمحكوم وبين الجماعات المختلفة في المجتمع بما يتلاءم مع المصلحة المشتركة.

-نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل الى اخر.

**2-مفهوم ولبورشرام للوظائف:**فإنها ترتكز على العناصر التالية:

-وظيفة المراقبة من خلال استكشاف الافاق وإعداد التقارير عن الاخطار والفرص التي تواجه المجتمع.

-الوظيفة السياسية وتتم من خلال اتخاذ القرارات القيادية أو اصدار التشريعات.

-وظيفة التنشئة الافراد وإمدادهم بالمهارات والمعتقدات الاجتماعية.

**3-مفهوم ماكويل للوظائف** :تتلخص فمايلي:

-المهمة وتتمثل في نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع ،وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها.

-تحقيق التماسك الاجتماعي من خلال شرح وتفسير وتعليق على الافكار والأحداث والمعلومات .

-تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والنامية ودعم القيم الشائعة.

-الترفيه من خلال التسلية وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي.

**4-مفهوم ليزلي مولر للوظائف** :ادرجها على النحو التالي:

-وظيفة الاخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.

-الترفيه وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغوط والمشكلات.

-التنشئة الاجتماعية من خلال توحيد المجتمع وتوفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الاجتماعية.

-التسويق من خلال الترويج للسلع والخدمات .

-خلق نمط اجتماعي في شكل نموذج ايجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون.

**5- مفهوم دوفلر و روكتش: وضعا اربعة وظائف وهي:**

-اعادة بناء الواقع الاجتماعي .

-تكوين الاتجاهات لدى الجمهور .

-ترتيب الاولويات لدى الجمهور.

-توسيع نسق المعتقدات لدى المجتمع.



|  |
| --- |
| محاضرة رقم 7 |

**-الوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة عموما :**

**-1-الوظيفة الاخبارية**: تعد أولى الوظائف وأهمها، لأن كل فرد في المجتمع لديه رغبة تصل إلى مستوى الغريزة في معرفة ما يدور حوله من أحداث سواء كانت إيجابية أو سلبية، رغبة في مراقبة البيئة لتجنب الأخطار التي تهدد وجوده، واقتناص الفرصة التي تكفل استمراره، وبالتالي لا تُؤدي هذه الوظيفة لذاتها ولكن لتنبني عليها مواقف وتتشكل اتجاهات، أو صدر بناء عليها قرارات من قبل السلطة الحاكمة لتوجيه الأفراد نحو ما تراه صحيحا. وتحدد بنقل الاحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكساتها عالى المجتمع وذلك لتلبية حاجة الانسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به ، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الاخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الاعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الاحداث بحيادية ودقة ومصداقية ، لكي تحظى باحترام الجمهور.

2**-وظيفة التوجيه وتكوين مواقف والاتجاهات**:ومن الطبيعي أن تتم وظيفة التوجيه من خلال المضامين والمحتويات التي تقدمها ، البرامج المسموعة والمرئية، والمواقع المختلفة، ولن تكون هذه المضامين مقنعة لجمهور المتلقين تجاه مسألة أو قضية من القضايا ما لم تعتمد على حقائق مؤكدة، ذلك لأن التحريف أو العبث في الحقائق والمعلومات لا يخدم أهداف الموجه أو القائم بالاتصال، وإنما يؤدي إلى خلق جو من التوتر وعدم الثقة، كما يفسد العلاقة بين المؤسسات والجماعات، تهيئة الجو الصالح للمناقشة والحوار وخلق قنوات اتصال بين القيادات والقواعد الجماهيرية". وتتركز هذه الوظيفة في تكوين رأي العام، حيث تقوم وسائل الاتصال بالمساعدة في تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد ونشر الرأي والرأي الاخر، والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة الفكرية بالنقاش الواسع والمثمر، وبخاصة اذا كانت القضايا موضع البحث، ذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع.

**3-وظيفة زيادة الثقافة والمعلومات:** ويندرج تحت هذه الوظيفة التثقيف الأدبي ونقل الموروث الطبيعي وتراث الأمة الاجتماعي من جيل إلى جيل، أو ربط الأجيال الحالية بتاريخهم. ومن أمثلة ذلك نشر أخبار الاكتشافات الأثرية وتفاصيلها من حيث الزمان والمكان والقيمة التاريخية والثقافية للأثر ويندرج تحتها كذلك تكوين الفرد من حيث القيم والذوق وتوسيع مداركه. توسيع مدركات ومعارف الأفراد ، وبالتالي تكون قد أدت مهمة التثقيف والتبصير والتوعية .

**4-الوظيفة الترفيه والتسلية:** لا تقل أهمية التسلية والترفيه عن بقية الوظائف الأخرى لأن الفرد لا يمكنه أن يعيش حياته كلها عمل جاد، بحيث لا يجد ما يخفف عنه متاعبه، لذلك هناك مساحات للترفيه، للتحقيق الاشباعات السيكولوجية والاجتماعية المشروعة، ولإزالة التوتر وضغوطات العمل ، ولكن هذا يستدعي أن يكون هناك توازن بين وظائف الاتصال فلا يغلب الترفيه على الوظائف الاخرى.

**5-وظيفة الاعلان والدعاية:**

**5-1-الدعاية (البروباجندا):**هيمحاولة التأثير في الشخصيات والسيطرة على السلوك الافراد في مجتمع ما، وفي وقت معين، ولتحقيق اهداف تعتبر غير علمية أو مشكوك في قيمتها.

تعريف اخر:محاولة اقناع الاخرين في قبول معتقد معين بدون اعطاء أي دليل ذاتي أو ارضية منطقية لقبوله سواء اكان هذا الدليل موجود أو لا.

**انواعها:**

**-الدعاية البيضاء:**المصدر معروف والهدف مقصود ومحدد والتأثير واضح.

**-الدعاية السوداء:**اخفاء الاهداف والهوية والأهمية والمصدر ولا يشعر الجمهور بأنه مستهدف.

**-الدعاية الرمادية**:تخفي ضمن خطابها المعلن امور اخرى غير المعلنة.

**5-2-الاعلان:**هو اتصال غير شخصي للمعلومات وهو ذو طبيعة اقناعية حول المنتجات والخدمات والأفكار لممول معروف يدفع ثمن اعلانه في الوسائل الاعلامية المختلفة.

**وظائف الاعلان:**

**-الوظيفة التسويقية:**إقناع المستهلك بشراء السلعة الجديدة أو تكرار شراء السلعة، وتثبيتها كعادة شرائية دائمة.

**- الوظيفة الاقتصادية:**زيادة التسويق وزيادة الإنتاج مما يؤدي إلى النمو الاقتصادي.

**-الوظيفة لتعليمية:**تعلم المجتمع أشياء جديدة حول المبتكرات والمخترعات، والمعدات التكنولوجية الجديدة.

**-الوظيفة الاجتماعية:**الإعلانيقدم منتجات وسلع وخدمات تعمل على رفع مستوى الحياة وتحسين ظروفها.

**-الوظيفة لترفيهية:**يمثل الإعلان جانبا ترفيهيا مثل الإعلانات التلفزيونية.

**6-وظيفة التنشئة الاجتماعية:** وترتبطتلك الوظيفة بنقل التراث الاجتماعي والقيم وأنماط السلوك من جيل إلى جيل ، ومن خلال توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن للناس أن يعملوا فيه كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، لكن من جانب أخر يجب أن لا ننسى التأثير السلبي الذي يمكن أن تتركه وسائل الاتصال.

**7-الوظيفة التنموية:**تلعب وسائل الاتصال دورا رئيسيا في عمليات التنمية الشاملة التي تشمل مجالات الاصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي ، فالإعلام لا يعود مجرد عملية الوصل بين القيادة والقاعدة ،و لكنه الاداة التي يتم توجيه هذه العمليات من خلالها وبالتالي التقييم والمتابعة والتصحيح أو تصويب المسار في مناحيها المختلفة، مما يرقى بالإعلام ليحتل دور الشريك في التطوير والتنموي وعملية التنمية الشاملة المستدامة حيث يقوم بتحريك الفعاليات المختلفة الحكومية والشعبية بما فيها قوى المجتمع المدني المختلفة .

|  |
| --- |
| محاضرة رقم 8 |

**-الإعلام والإعلام الجديد:**

إن مفهوم الإعلام الجديد له دلالتين واحدة تقنية والأخرى وظيفية من المفاهيم التقنية فهي وسائل " التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر، وتستلزم من المتلقي إنتباها، وتدمج وسائط الإعلام القديمة. أو يمكن القول هي كل أنواع الإعلام " الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.أو يمكن القول كل الصور الحديثة " شبكات المعلومات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنتديات، وغرف المحادثات، فهو إعلام شخصي فردي؛ إذ لم يعد حكرا على طبقة معينة كما كان الشأن في الإعلام التقليدي،بل أضحى المواطن مساهما في صناعة الرسالة الإعلامية، فاعلا في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

ووسائل الإعلام الجديدة تختلف عن نظم الإعلام القديم ،ولكنه يتميز بعدة خصائص منها التفاعل حيث "يختار فيه الناس إحتياجاتهم ، ويشاركونهم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط . وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد. وتتميز وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصيص، والجماهيرية، وتزاوج الوسائط .أما من حيث المفهوم الوظيفي هي وسائل ناقلة لقيم وثقافة كما يقول "ماكلوهان" الوسيلة هي الرسالة ،إذ كل هذه الرسائل المحمولة عن طريق الإعلام الجديد تحمل في طياتها ثقافة وقيم قد تتوافق أو تتناقض مع المستقبل لها .لأنها وسائل لا تعرف القيود ولا الحدود ،بإمكانها إختراق المجتمعات ، وبذلك أصبحت تنافس مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية وتزاحمها بشكل قوي ،وذلك راجع لقوتها وبما تتميز به من جاذبية وتقنياتها المتجددة حسب الزمان والمكان.

**-مفهوم الاعلام الجديد:**  **N ew Media**

ليس وليد اللحظة فكما اشار "دينس مكويل"ان مصطلح الاعلام الجديد كان يطلق منذ الستينات الميلادية على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الاقمار الاصطناعية وتلفزيون الكابل ،وكان المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصالية حديثة.

وقد استقر عند الباحثين الاعلاميين ان المقصود بالمصطلح هو مجموعة من التقنيات الحديثة التي تتصف بالصفات المذكورة وتلقى اقبالا كبيرا من الجمهور في استخدامها والاستفادة منها.واهم هذه التقنيات والتطبيقات ما ياتي عن طريق الانترنت مثل الاخبار الالكترونية وتطبيقات الارسال الاذاعي والتلفزيوني والمنتديات ومجموعات النقاش واستخدام محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية مثل تويتر ومواقع الالعاب الالكترونية الجماعية.

ويعتمد في تكوينه ونشره على عناصر الكترونية اتصالية حديثة كالانترنت والخلوي والاقراص المدمجة وتستبدل مخرجاتها الورقية او البصرية او السمعية التماثلية باخرى رقمية.

ويكون بين طرفين مرسل ومستقبل فهو اعلام شخصي فردي

**مجموعة من تعريفات:**

**-قاموس اوكسفورد:**وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم التقنيات الرقمية مثا الانترنت.

**-قاموس كامبريدج:**المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات او الترفيه باستخدام اجهزة الكمبيوتر او الانترنت وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفاز والصحف.

**-موسوعة ويكيبيديا الانجلزية:**المحتوى المتاح حسب الطلب من خلال شبكة الانترنت بحيث يمكن الوصول اليه من خلال أي جهاز رقمي وتتضمن عادة تفاعل المستخدم ومشاركاته الابداعية.

**-موسوعة ويكيبيديا العربية :**مصطلح حديث يتضاد مع الاعلام التقليدي كون الاعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة او قادة اعلاميون بل اصبح متاحا لجميع الشرائح المجتمع وافراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا منه واجادوا ادواته.

**-موسوعة يبوبيديا :webopedia** مصطلح عام لكثير من اشكال الاتصالات الالكترونية المختلفة التي اصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحوسبة .

|  |
| --- |
| محاضرة رقم 9 |

**خصائص الاعلام الجديد:**

يتميز الاعلام الجديد بعدة خصائص ومنها:

**-التفاعلية:**حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الادوار وتكون ممارسلة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليست في اتجاه احادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين .يوفر التواصل في الاتجاهين مما يمنح المشاركة الشعور بانه جزء من صناعة الخير فيزيد احترامه لمقدم الخبر فردا كان او منظومة ويمنح فهما اكبر فيضاعف التاثير ويمهد للولاء.

**-اللاتزامنية:**وهي امكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مستقلا او مرسلا.

يمكنك من الاطلاع على الخبر ساعة شاء ويمكنك توظيف تقنيات لتزويد بالخبر لحظيا حسب ادوات تستخدمها كمن يختار متابعة الاشخاص بعينهم او متابعة موضوع معين.

**-المشاركة والانتشار:**يتيح لكل شخص يمتلك ادوات بسيطة ان يكون ناشرا يرسل رسالته الى الاخرين.

اتاحت مشاركة كل من يرغب في نشر الخبر ،كما تتيح وسائل الاعلام الرقمي تخزين المحتوى مباشرة ومن ثم مشاركته عبر قنوات اخرى سواء كانت رسائل قصيرة او واتس اب او غيرها.

**-الحركة والمرونة:**يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل مثل الحاسب المتنقل .

**-الكونية:**اصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

**-اندماج الوسائط:** تتعدد الوسائط وتتحد في نقل المعلومة من الصورة والصوت والنص والفيديو **،**يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص،والصوت،والصورة الثابة ،والصورة المتحركة،والرسوم البياني ثنائية وثلاثية الأبعاد.

**-الانتباه والتركيز:**ان المتلقي في الاعلام الجديد يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بخلاف التعرض لوسائل الاعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.

**-التخزين والحفظ:**حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

**وظائف الإعلام الجديد في المجتمع:**

تعددت وتنوعت وظائف الإعلام مع تعدد مخرجاته نتيجة لتطورات تكنولوجية والمعلوماتية التي عرفتها البشرية إذ لم تعد وظائف الإعلام تقتصر على تلك الموجهات القديمة بل تفننت في الوسائل والتقنيات والاستخدامات، مما غيرت وجه العالم مع هذه الموجة من المعرفة، وبذلك برزت في واقع الناس وظائف متعددة لوسائل الإعلام والاتصال نحو المجتمع يمكن تلخيصها في أهم الوظائف الرئيسية:

**1-وظيفة تفاعلية**:استطاعت الجماهير أن تستفيد من الخدمات الإعلامية الجديدة التي لا تخضع إلى سلطة الترتيب التي تأسست عليها العملية الإعلامية ."لقد كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة تأثير كبير في عملية الاتصال وظهور مفاهيم جديدة مثل تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، ومفهوم ما بعد التفاعلية والتي تنطوي جميعها على جملة التطورات الاتصالية الحادثة والقائمة في المجالات الإعلامية، وتوضح مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد على عملية الاتصال ذاتها".فمع ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجديدة ،واقترابها من الجمهور من حيث الاستعمال والتحكم في تقنياتها المتطورة ،ودورها الفعال في تحقيق رغباته . ازداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة كما تعد أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم ،خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد، وبداية تشكل عالم جديد، وتتأثر هذه الاتجاهات بدرجة انتشار تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمعات وبطبيعة أنظمتها السياسية.

ويقوم الإعلام الجديد على فرضية المشاركة الفعالة للجمهور، بحيث تغيرت المعطيات الإعلام التقليدي بتوجيه الرسائل من طرف المهيمن فقط. بل أصبحت العملية الإعلامية الاتصالية أشمل من ذلك حيث يسودها التفاعل بين الطرفين. أصبحت الرسالة يشارك فيها المستقبل والمرسل على حد سواء ، ولقد إستطاعت الوسائط الاتصالية الجديدة أن تدرك أن ديمقراطية الاتصال ليست مسألة فنية تترك في أيدي المديرين الإعلاميين وإنما هي مسألة أشمل من ذلك تستلزم مشاركة كاملة من جانب السواد الأعظم من الناس لإسهامهم في صنع السياسات الإعلامية والاتصالية على مختلف المستويات.

**2-وظيفة نقل المعلومة** :تسعى وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على تثقيف الجمهور من خلال العمليات الاتصالية التي تقوم بها من خلال ما يقدم للجمهور من أفكار ومعلومات ومعارف في أشكال تقنية متعددة لم تعرفها الوسائل التقليدية من قبل ، بحيث أصبح بإمكان أي فرد أن يثقف نفسه في أي علم من العلوم أو المعارف الخاصة التي كانت من مهام إلا المختصين، وهذا نتيجة للانفجار المعرفي الذي أحدثته وسائل الإعلام والاتصال الحديثة إذ من خلال زرٌة جهاز بإمكانك إحضار معارف البشرية لقرون طويلة بين يديك في لحظة قصيرة، هذه المعارفة المتزايدة كان من نتائجها الايجابية انتشار المعلومة أو انتقال المعرفة من المركز إلى الاطراف ومن السيد إلى العبد ، ومن المعلم إلى المتعلم ولو بشكل محدود ، حيث تعمل هذه المعارف المنقولة والمنتشرة على المحافظة على ثقافة المجتمع ،وتساعد على تطبيع أفراده ، وتنشئتهم على المبادئ القيمة التي تسود في المجتمع كما يسعى إلى تثقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة وتقاليدها وأنماط سلوكها. إن للتثقيف أثرا كبيرا في تشكيل الاتجاهات النفسية ، والرأي العام، ولهذا يركز الإعلام الجديد كل اهتمامه حين يقدم المادة الثقافية، على إعادة بناء القيم والعادات، بما يتفق واحتياجات المجتمع . إن المعلومات التي نحصل عليها تعمل على توجه السلوك وتغيير الكثير من المواقف أو الآراء والأفكار وذلك من خلال ما نتعرض إليه من مخزون من المعلومات الكثيفة التي يطلع عليها مستخدم وسائل الاعلام والاتصال الجديدة، إن بما تميزت به وسائل الاعلام والاتصال الجديدة هي سرعة نقل المعلومة وبأوجه وأشكال متعددة ومختلفة تحمل الرأي والرأي الآخر وتمكن الجمهور من المعلومة في أي مكان كانت وضعيته، وفي أي زمان كانت حالته، لتصل إلى كل أفراد المجتمع بكل تراتيبهم الاجتماعية .إن من لا يملك وسائل وتقنيات الاعلام الجديد لن تصله المعلومة لأنها اصبحت الجسر الحقيقي لنقل المعلومة والاستفادة منها في المكان والوقت المناسب.

**3-وظيفة التكوين والتدريب** :لم يعد يخفى أنَ الكثير من الانشطة التكوينة أو التدريبة على مستوى الافراد أو المؤسسات الرسمية أو غير الرسمية أصبحت تستخدم هذه الوسائل في تكوين وتدريب أفرادها وإطراتها سواء بطريقة التقليدية أو عن طريق عالم الافتراضي من أجل رفع كفاءة الفرد أو العامل والعميل. إنَ العمليات التكوينية والتدريبة في مجال التنمية الموارد البشرية استفادت بشكل كبير من فوائد الاعلام الجديد من حيث الوقت أو تجميع الافراد أو نقل المعلومة أو الرقابة أو التقييم ...الخ .إن الهدف من العملية التربوية والتثقيفية اليوم هي محاولة تنمية الفكر وتقوية ملكة النقد عند الفرد ،وتكوين الشخصية الإنسانية على الكثير من القيم الانسانية والمعرفية.إذ لم تعد الطرق التعليم التقليدية تساير مرحلة الانفجار المعرفي والتقني مما سمح لتقنيات الاعلام والاتصال أن تصبح ضرورة تستخدم في التعليم الرسمي وغير الرسمي ،وفي المؤتمرات والملتقيات والندوات والأنشطة التعليمية والتربوية والتكوينية بشكل فعال لا يمكن تجاوزها،ويعتقد الكثير من الباحثين إن هذه الوظيفة أضحت من ضرورات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها من أجل مسايرة التغيرات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالإعلام الجديد.

**4-وظيفة التسلية والترفيه :**تسعى وسائل الاتصال والإعلام إلى إدخال البهجة والسرور والإمتاع إلى نفس المستقبل من خلال ما تقدمه من منتوج إعلامي يسعى إلى استمالة الفرد وإمتاعه بما يرغب فيه، وتحقيق الحاجات النفسية والعقلية من خلال الاستخدمات المتنوعة .حيث تنوعت هذه المضامين الثقافية المتاحة لتلبية رغبات الجمهور وأذواقه المختلفة ،لذا نرى مع كل يوم جديد سلعة ثقافية جديدة تغزوا السوق الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام والاتصال بحيث تهدف إلى الترفيه عن الجمهور ثم ربطه بهذه القنوات الإعلامية ليصبح أسير في يدها تتحكم في كما تشاء " وتعتبر هذه الوظيفة ذات أثر نفسي ، وتهدف للتنفيس عن متاعب والألم، وساهم الإعلام الجديد في ملئ أوقات الفراغ بالبرامج الترفيهية مثل المسرحيات والرويات الفكاهية والمسلسلات وحتى الموسيقى والتحقيقات الرياضية والمقابلات والمنوعات" .إذ يعمل الإعلام الجديد بتقنياته التكنولوجية على ممارسة نوع من السحر الذي يترك الجمهور مسحور ، ويبحث من وراء هذا السحر الرقمي على المتعة والترفيه بحيث ينقله إلى عالم افتراضي آخر يعيش لحظات مع الاحلام تؤدي به الاسترخاء والابتعاد الزماني والمكاني عن واقعه المادي ،هذا اللانتقال السحري إلى عالم الخيال الافتراضي له نكهة الاستمتاع ولو مؤقتا مع شهوات العقل والنفس .

|  |
| --- |
| المحاضرة رقم 10 |

**-الاثار الإيجابية والسلبية للاعلام الجديد على المجتمع:**

**أ-الاثار السلبية:**

**1-نشر ﺛﻘﺎﻓــﺔ اﻻﺳــﺘﻬﻼك:** ان اﺷـــﺎﻋﺔ ﻫـــﺬا اﻟـــﻨﻤﻂ اﻻﺳــﺘﻬﻼﻛﻲ سيؤدي إلى زيادة اﻻﻗﺒﺎل ﻋﻠﻰ ﺳـﻠﻊ استهلاكية لم ﺗﻜﻦ ﻣﻌﺮوﻓﺔ ﻣﻦ ﻗﺒﻞ ، فينهمك الفرد في محاولة ﻻﺷــﺒﺎع، ﺣﺎﺟﺎﺗــﻪ الاستهلاكية فوسائل اﻻﺗــﺼﺎل الحديثة وﻣــﻦ ﺧــﻼل ﻗﻨﻮات اﻟﺒﺚ اﻟﻔﻀﺎﺋﻲ، واﻻنترنت ﺗﻌﺮض ﻛﻤﺎ ﻫـﺎﺋﻼ ﻣـﻦ اﻟـﺴﻠﻊ الاستهلاكية ﺑﻘــﺪر ﻛــبير ﻣــﻦ الجاذبية لاسيما في صيحات الموضة والملاﺑــــﺲ وادوات التتجميل المختلفة .ﻓــﺎﻟﻔﺮد ﺑﺪﺧﻮﻟــﻪ دواﻣــﺔ اﻟﺜﻘﺎﻓﺔ الاستهلاكية التي ﺟـﺎءت بها وﺳﺎﺋﻞ اﻻﺗﺼﺎلالحديثة ، ﻗﺪ يستهلك كقتنيات ﻻﺗــﺼﻠﺢ اﻻ ﻟـتـﻀﯿﻊ اﻟﻮﻗــﺖ والمال ، وﻫــﻮ مايطلق عليه ﺑﺎﻻﺳﺘﻬﻼك اﻟﺘﺎﻓﻪ .

**2-ﻧﺸﺮ ﺛﻘﺎﻓـﺔ اﻟـﺸﻌﻮر ﺑﺎﻟﻨﻘﺺ :** إن ﻋــﺮض الحياة الغربية ﻋﻠﻰ انها حياة ﻣﺴﺘﻘﺮة وﻋﺮﺿﻬﺎ ﺑﺼﻮرة ايجابية ﻋﻠﻰ جميع المجتمعات اﻷﺧﺮى واﻟﻐـﺮض ﻣـﻦ ذﻟﻚ ﻫﻮ ﺧﻠﻖ ﺣﺎﻟﺔ ﻣـﻦ اﻻﻋﺠـﺎب واﻻﻧﺒﻬﺎر وزرع ﻧﻮع ﻣﻦ اﻟﺸﻌﻮر ﻟﺪى اﳌﺸﺎﻫﺪ ﺑﻌﺪم ﻗﺪرﺗـﻪ ﻋﻠـﻰ اﳌﻮاﻛﺒﺔ ، اذ أن ﻫﺬه اﻟبراﻣﺞ اﻟﻮاﻓﺪة لديها اﻟﻘـﺪرة ﻋﻠـﻰ ﺟﺬب اﻻﻓﺮاد وﺻﺮﻓﻬﻢ ﻋﻦ ﻣﺸﺎﻫﺪة قنواتهم المحلية اذ ﺗـﺼﻮر الحياة الغربية ﻋﻠﻰ ﺷﻜﻞ مدينة ﻓﺎﺿﻠﺔ ﳏﺒﺒﺔ ﻟﺪى الجميع فليس ﻫﻨﺎك ﻣﻦ ﻫﻮ ﻗﺎدر ﻋﻠﻰ اﻟﻮﺻـﻮل لهذا المستوى مما يولد ﻟــﺪى الاخرين اﻟـــﺸﻌﻮر ﺑـــﺎﻟﻌﺠﺰ واﻟﻨﻘﺺ.

**3-ﻧـﺸﺮ ﺛﻘﺎﻓـﺔ اﻟﻘـﻮة:** ان ﻛــثير ﻣــﻦ ﻗﻨــﻮات اﻟﺒــﺚ اﻟﻔﻀﺎﺋﻲ اﻟﻐﺮﺑﻲ وﺑﻌﺾ اﻟﻘﻨﻮات العربية التي ﺗﺮﺑﻄﻬﺎ ﻣﺼالح ﻣﻊ اﻟﻐﺮب تحاول اﺑـﺮاز أن اﻟﻘـﻮة ﻫﻲ بيد ﻃﺮف واﺣـﺪ أو ما يسمى ﺑﺎﻟﻘﻄــﺐ اﻟﻮاﺣــﺪ المتمثل في امريكا ، وذﻟﻚ ﻣﻦ ﺧـﻼل قيام هذه الفضائيات ﺑﻌـﺮض اﻟﺘـﺴﻠﺢ الهائل لامريكا واﻣﺘﻼﻛﻬـﺎ ﻗـﻮة عسكرية لا يستهان، والهـﺪف ﻣﻦ ذﻟﻚ توضيح ﺻـﻮرة ﻟﻠﻌالم ﺑـأن ﻫﻨﺎﻟــﻚ ﻗــﻮة واﺣــﺪة ﻫــﻲ المسيطرة ﻋﻠﻰ زﻣﺎم اﻻﻣـﻮر .

**4-نـﺸﺮ ﺛﻘﺎﻓـﺔ واﻻﻏﱰاب اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻲ:**إن ما يتعرض ﻟـﻪ الفرد في المنزل نتيجة انهماكه المتواصل في اﺳــﺘﺨﺪام وﺳــﺎﺋﻞ اﻻﺗﺼﺎل وﺑﺸﻜﻞ ﻣﺒﺎﻟﻎ فيه واﻻغتراب ﻫـﻮ ﳕﻂ ﻣـﻦ اﻟﺘﺠﺮﺑـﺔ يعيش فيها اﻻﻧﺴﺎن صراعا قويا ﻣﻊ القيم التي يتعرض لها، مما يؤدي فيما ﺑﻌﺪ إلى طمس شخصيته ومن ثم سيؤدي هذا إلى ﺣــﺪوث اﺿـــﻄﺮاب وتقليص اﻟﺘﻔﺎﻋـــﻞ اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻲ بين اﻟﻔـﺮد واﺳـﺮﺗﻪ وﺑﻌــﺪ ذﻟــﻚ اﺑﺘﻌــﺎد اﻓــﺮاد اﻻﺳـــﺮة ﻋﻦ ﺑﻌـــﻀﻬﻢ اﻟـــﺒﻌﺾ ﺑﺎﻧﺸﻐالهم بهذه اﻟﻮﺳـﺎﺋﻞ يعني اصابة اﻻﺳـــﺮة ﺑﺎﻟﺘﻔﻜـــﻚ واﻟﺘﺪﻫﻮر.

**5-ﻧﺸﺮ ﺛﻘﺎﻓﺔ الاباحية:** وﻣـن ثم ﻓـﺎن ﺛﻘﺎﻓﺔ الاباحية الجنسية اﺧـﺬت ﺗﻨﺘــﺸﺮ عبر وﺳــﺎﺋﻞ اﻻﺗــﺼﺎل الحديثة اﻟﺒـــﺚ اﻟﻔـــﻀﺎﺋﻲ واﻻنترنت اﻻﻣــﺮ اﻟــﺬي يمثــﻞ ﺧﻄﻮرة ﻛبيرة ﻋﻠﻰ جميع اﻻﻋﻤﺎر ، ﻓﻬــﻮ يقحم الاطفال في اﻻﻣــﻮر الجنسية ﻗﺒــﻞ اوان ﻧــﻀﻮﺟﻬﻢ ويستغل في المراهقين غريزة ﺣـﺐ اﻻﺳـــﺘﻄﻼع الجنـــﺴﻲ لديهم ، وﻣﺜﻠﻤﺎ يعمل الجنس في وﺳـﺎﺋﻞ اﻻﺗﺼﺎل ﻋﻠﻰ ﺗﻜبير اﻟـﺼﻐﺎر ﻓﻬﻮ يعمل ﻛـﺬﻟﻚ ﻋﻠـﻰ تطفيل اﻟﻜﺒــﺎر ويوحي ويوقع بهم بسهولة ﻓﺦ اﻟﻨﺰاﻋـﺎت النفسية .

**ب-الاثار الايجابية:**

**1-تيسير التواصل وفتح افاقه**:اصبح الوصول الى الخبر والحدث وتفاصيل الوقائع اينما حصلت في العالم ممكنا في مدة وجيزة مع ترجمة الخبر الى اللغة التي يتقنىها المتصفح بسرعة وسهولة ، بل اصبح ممكنا تعدد الاطراف مهما نات بهم المسافات لقد سقطت الجواجز وانمحت الحدود.

**2-سهولة وتعدد مصادر المعلومات**:اصبح الوصول إلى المعلومة ممكننا وبسرعة هائلة وبالكمية الكبيرة والشكل المتنوع ،فهي اداة حفظ المعرفة ونقلها وتعميم نشرها وطبعها ونقلها وحفظها في اوعية في شرائح بحجم بصمة بها ذاكرة تسع الاف بل مئات الاف البيانات.

**3-تغيير الصورة النمطية عن الثقافات الاخرى**:قام بدور حيوي في نشر ثقافة عامة موحدة بين فئات وشرائح المجتمع الواحد وعمل على التقريب بين الثقافات المختلفة ،وكون صورا ايجابية عن ثقافات اخرى ، فغير الصور النمطية السلبية وساعد على نشر روح الاحترام من خلال التعرف على تلك الثقافات المغايرة مثل تعزيز حقوق الانسان ومكافحة العنصر والفصل العنصري والتحريض على الحرب.

**4-نشر الوعي الحقوقي والسياسي و البيئي**:اسهم الاعلام الجديد بشكل كبيرا في رفع الوعي السياسي والاجتماعي والبيئي ،وذلك من خلال التأثير في عالمهم ومحيطهم والإسهام في تغييره وتصحيح اوضاعه ونشر المعلومات وتسمح بمرورها وتداولها بسرعة فائقة ،وحشد الناس للتطوع والاحتجاج والضغط على السلطة لتلبية مطالب اجتماعية وحقوقية.

|  |
| --- |
| ***مواقع و مراجع الكترونية*** |

-سعيد ،سعاد جبر.(2008).سيكولوجية الاتصال الجماهيري .(ط.1)،عمان:عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.

-هاشمي ،محمد.(2004).تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري،مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة ،(ط.1)،عمان:دار اسامة للنشر والتوزيع.

-مكاوي،حسن عماد.(1997).تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ،(ط.2)،القاهرة:الدار المصرية اللبنانية.

-ابراهيم ،اسماعيل.(2014).الاعلام المعاصر ووسائله،مهاراته،تاثيراته،اخلاقياته،قسم الدراسات والبحوث،الدوحة:وزارة الثقافة والفنون والتراث.

-شميمري،فهد بن عبد الرحمان.(2010).التربية الاعلامية –كيف نتعامل مع الاعلام- (ط.1)، الرياض:مكتبة الملك فهد الوطنية.

-ارثر اس بيرغر 2012 وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية ترجمة صالح خليل ابو إصبع الكويت:عالم الكتب

-سمرائي حذيفة عبود مهدي.(2013).وسائل الاتصال الحديثة وتاثيرها على الاسرة ،ورقة مقدمة لمؤتمر العالمي الثاني ،جامعة سامراء ،29-04-2013.

-غرابي،فلاح جابر.(2009).وسائل الاتصال الحديثة ودورها في احداث التغير الاجتماعي ،مجلة القادسية في الادب والعلوم التربوية،المجلد 7،العدد2 .

-دليل مهارات الاتصال 2006 ،عمان:المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية.

-سمرائي حذيفة عبود مهدي.(2013).وسائل الاتصال الحديثة وتاثيرها على الاسرة ،ورقة مقدمة لمؤتمر العالمي الثاني ،جامعة سامراء ،29-04-2013.