



جامعة تكريت

كلية التربية للعلوم الانسانية

قسم التربية الفنية

المرحلة الرابعة

المادة: وسائل الاتصال

المحاضرة: استخدامات وسائل الاعلام الجماهيري

مدرس المادة: م.د ياسين علوان الطيف

أولاً: الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

يعرف الإعلام الجديد بأنه: تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الاعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة عبر تكنولوجيا الأنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية الويب.

تتمثل نقاط المقاربة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم من أربع جوانب رئيسية هي:

١- من حيث النفوذ وعدم التكافؤ: إذ يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي بأنه أكثر انفتاحاً وأقل احتكاراً، فالوصول إلى الإعلام الجديد أسهل وأسرع من التقليدي كما أن تدفق وحركة المعلومات في الإعلام الجديد تكون بكل الاتجاهات سواء في إرسالها أو استقبالها كما أن الحكومات لا تتحكم بالأنترنت ولا تضع لها التشريعات مثل الإعلام التقليدي.

٢- من حيث التلاحم الاجتماعي والهوية الثقافية: بما أن هناك مستخدمين كثر للإعلام الجديد ذوو هويات وثقافات متنوعة فإنه سيساهم بذلك في ظهور علاقات اجتماعية كثيرة ومتنوعة وتشكيل شبكات من الأفراد تربطهم أهداف واهتمامات مشتركة وهو الأمر الذي لم يكن سانحاً سابقاً، فكان الإعلام التقليدي يخاطب الحاجة إلى التلاحم وتعزيز الهوية من خلال منظور الدولة الواحدة التي يحدها نطاق جغرافي محدد، أما في عصر الاعلام الجديد فالهوية والاهتمام الثقافي يتجاوز حدود الدولة الواحدة بسهولة.

٣- من حيث القدرة على إحداث التغييرات الاجتماعية والمساهمة في مشاريع التنمية: من خلال النظرة التقليدية فإن حملات التنمية والتغير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي وتنظيم ذو اتجاه واحد ومجهودات جماعية مركزية بالإضافة الى ميزانيات ضخمة وهذه الخصائص لا نجدها في الإعلام الجديد والذي يغلب عليه طابع اللامركزية ويعتمد على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة ولكن أدوات ومضامين الإعلام الجديد قد تتفوق في هذا المجال نظراً لتنوعها وجاذبيتها وتميزها بالتفاعلية كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية أو تطوعية.

٤- التعامل مع المكان والزمان: فيما يتعلق بتخطي حاجزي الزمان والمكان فإن الإعلام التقليدي نجح في تخطي حاجز المكان إذ أن التلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبث الحي عبر الأقمار الصناعية ولكن انتشار الإعلام الجديد ضاعف من هذه القدرة وخفف من أعباء الإرسال التقليدي الذي يتطلب تجهيزات ضخمة كما أن الإعلام الجديد تحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز بث محددة ومراكز استقبال محددة، أما من حيث الوقت فإن الإعلام

الجديد يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة منها مواقع مخصصة للأخبار ومواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع المحادثات والدرشة كما أن أدوات الاعلام الجديد توفر خاصية الأرشفة لاسترجاع المضامين من فترة زمنية سابقة.

ثانياً: استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري:

تحقق وسائل الاتصال الجماهيري مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج ، سواء على مستوى الفرد أو الجماعة ، او المجتمع ، وهذه الاستخدامات نلخصها فيما يلي:

١- الاخبار:

وهي وظيفة تتمثل بنقل الاخبار سواء أكانت محلية أو اقليمية أو دولية ، ومهما كان نوعها اقتصادية ، او سياسية ، او اجتماعية ، أو فنية ، وذلك لمتابعة ما يجري للمرء في عالمه الصغير والكبير وتهدف الاخبار الى وصل الانسان بالعالم الخارجي غير الشخصي وتزويده بما يستجد من اخبار.

٢- الاعلام والتعليم:

والاعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الاخرى . فبينما تقدم وظيفة الاعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها وتوفر له مادة يستفيد منها المرء في حياته ، مادياً او فكرياً أو اجتماعياً فان التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية التي تستخدم اما لتدعيم عملية التعليم الرسمي ، او تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في اطار التعليم غير الرسمي.

٣- ترابط المجتمع ونقل تراثه:

ان الاتصال هو السبيل الوحيد الى ترابط المجتمع ، فهو الذي يربط افراد الاسرة بعضهم ببعض وهو الذي يربط افراد المجتمع بعضهم ببعض الاخر . ويربط الشعب بحكومته . ومن خلال نقل تراث الشعب – قيمه وعاداته وتقاليده ولغته – يقوم الاتصال بأهم وظيفة له اذا تمكن شعباً ما من ان يمتلك خصائصه المميزة ، وتجعله كذلك قادراً على حفظ تماسكه ووحدته . ان اقية الاتصال ضرورية لتحقيق آمالهم واهداف مجتمعاتهم . من ثم فانه عن طريق الاتصال تتم التنشئة الاجتماعية كتنشئة الجسم كلاهما يعمل على تماسك الاعضاء وتنسيق حركاتها.

٤- الترفيه:

لا تقل الوظيفة الترفيهية للاتصال أهمية عن الوظائف الأخرى ، ان المرء لا يمكنه ان يعيش حياته حياة عمل جادة ، بحيث لا يجد فيها ما يسره ويخفف عنه متاعبه.

ان وظيفة الترفيه اساسية لتحقيق بعض الاشباعات النفسية والاجتماعية ، ولإزالة التوتر الانساني على مستوى الافراد والجماعات في اي مجتمع كان ، ولكن هذا يستدعي ان يكون هناك توازن بين وظائف الاتصال فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى ، كما يلاحظ في برامج معظم المحطات الاذاعية والتلفزيونية العربية.

٥- وظيفة الرقابة:

تمثل لهذه الوظيفة احد الدروع الأساسية لحماية المجتمع وصيانتته من الفساد والمخالفات واساءة استخدام السلطة . ولذا فقد اطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة . ان وظيفة الرقابة والاشراف على البيئة التي – يتم فيها الاتصال – هي من الوظائف التي يجب ان تسعى الحكومات لا يجادها ، لانها تمثل عوناً لها في كشف اشكال الفساد ، التي يمكن ان تحدث وبهذا تلعب وسائل الاعلام دوراً مسانداً للحكومة في تادية دورها على اكمل وجه كما انها تلعب دوراً أساسياً للدفاع عن مصالح الناس.

٦- الاعلان والترويج:

يعتبر الاعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة والاعلان هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة ، التي عرفت اشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة . ويقوم الاعلان بتقديم خدمات على مستويات عدة : فهو يخدم المستهلك ، ويخدم المعلن صاحب السلعة ، ويخدم الوسيلة الاعلامية التي اعلن فيها ويقدم خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية . وفي ظل المجتمعات الاستهلاكية غير المصنعة مثل الدول العربية ودول العالم الثالث فان الاعلان برغم فوائده الاقتصادية في تنشيط الحركة الاقتصادية وفي تعريف المستهلك على انواع من السلع التي يحتاجها، الا ان له تأثيرات سلبية تتمثل في تشجيع الروح الاستهلاكية، وتكوين عادات شرائية في مجتمعات تستهلك سلعاً تستوردها ولا تنتجها مما ينقل ميزانيات الافراد وميزانية الدولة ، وتقوم في الانفاق على كماليات يمكن الاستغناء عنها ، ويؤدي ذلك الى عجز في ميزانية المدفوعات في تلك الدول ذات الطبيعة المستهلكة غير المنتجة.

٧- تكوين الآراء والاتجاهات:

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية ، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الافراد والجماعات والشعوب إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام . واذا كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الاخرى مثل وظيفة الاخبار ، ووظيفتي الاعلام والتعليم ، إلا انها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة ، والتي تُعنى بالشرح والتفسير لتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور.

٨- دعم خطط التنمية:

تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في خطط التنمية الوطنية الشاملة عبر توعية المواطنين بموضوعات التنمية. ومساعدتهم على تعديل سلوكهم في الاتجاه الإيجابي الذي يخدم في بناء وتطور مجتمع حديث يتماشى مع تطور العصر الذي فرضتها التطورات التقنية والمعلوماتية على واقع المجتمعات.