

— وسائل الإعلام:

1-تعريف وسائل الإعلام:

إن وسيلة الاتصال أو الإعلام هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة، من المرسل إلى المستقبل، ففي أية عملية اتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته، إما شفويا أو بواسطة الاتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية-بصرية)، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست هي الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط، ولكنها، تنتخصن في هيكل التواصل كله... بمعنى أن الجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة اتصال.

وتعرف وسائل الاتصال أيضا بأنها كل تقنية أو أداة تصل بين فردين أو أكثر تنقل بموجبها لغة أو رموز أو حركات يفهما طرفا الاتصال ، المرسل و المستقبل... إن وسائل الاتصال هي : الوسائل السمعية التي تشمل الكلام المحكي و الأصوات و الموسيقى ، و الوسائل البصرية التي تشمل الصور والرسوم الجامدة و المتحركة ، والوسائل النصية و الرقمية ، و لكن إذا انتقلنا إلى التوصيف الجوهري للتقنية الجديدة ، وهذا هو العامل الحاسم ، لوجدنا أن لهذه التقنية ميزة أساسية أصبحت في جوهرها ، وهي إمكانية التعامل الايجابي (الأخذ و الرد) ، إي التواصل مع مواد الاتصال الموجودة في برنامج الكمبيوتر المعروف ، وتاليا فان الباحثين المتخصصين يرون أن تسمية " الوسائل المتعددة" عاجزة عن توصيل المضمون لان فيها تغييرا للعنصر الجوهري.

وهناك من يستعمل مفهوم " وسيلة الاتصال " بمعنى مزدوج يشمل في أن واحد نظام المعاني أو الرمز الذي يسمح بـ " فهم " الوسائل، و الأجهزة التقنية التي تسمح بـ " بث " الرسائل (إرسالها واستقبالها). وكما هو معروف فان الفهم والبث شيان مختلفان لإشارتهما إلى مستويين من الاتصال يحمل ثانيها (الراديو مثلا) أولهما (اللغة مثلا) إي يكون وسيلة له. لكن العكس غير صحيح : لا ترسل الراديو مثلا . و هناك من يشير إلى نوع آخر من الوسائل أو مستوى اتصالي ثالث ليخص به و سائل اتصالية مكانية مثل : المكتبة ، المسرح ، المسجد ، البرلمان ... هذه الوسائل ، التي تشير إلى أماكن للاتصال ، ليست رمزية مثل اللغة و لا تقنية اتصالية مثل الراديو بل سوسولوجية أي تفاعلية أساسا.

كما قد يكون لوسائل الاتصال معنى مزدوجا آخر : عندما يشير من جهة إلى البعد التقني الإرسالي بطابعه الوسيط ، المتوسطي أو الوكيل لوسائل مثل التلفزة ، الراديو ، الصحافة ، الخ . ومن جهة أخرى إلى معنى المحيط ، الوسط أو الجو العام أو المؤسسة الاتصالية التي تندرج ضمنها: الأخبار، الإعلانات

2- خصائص و سمات وسائل الإعلام الحديثة :

هناك جملة من الخصائص تتميز بها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وهي:

أ-التفاعلية: وتطلق على درجة المشاركة في عملية الاتصال وتأثيرها على ادوار الآخرين حيث باستطاعتهم تبادل الآراء و الأفكار...ويشترط فيها إحداث تفاعل و اثر و مشاركة.

ب-اللا جماهيرية: وتعني أن الرسالة يمكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة ، وليس إلى جماهير ضخمة ...

ج-اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم...مثل البريد الإلكتروني.

ه-قابلية التحرك أو الحركة: مثل التلفزيون النقال ، وتليفون السيارة ، والهاتف الخليوي....

و-قابلية التحويل: وهي قدرة الفرد على نقل المعلومات من وسط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة و بالعكس.

ز-قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية ... بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد...

ح-الشيوع و الانتشار : ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام و الاتصال حول العالم ، وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع ...

ط- الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال أن تتبع المسارات المعقدة ، والتي يتدفق إليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا ، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم

3-وظائف ووسائل الإعلام الحديثة :

3-1-وظائف وسائل الإعلام للمجتمع :

نستعرض فيما يلي الوظائف التقليدية الأساسية لوسائل الاتصال والإعلام، والوظائف المستحدثة على مستوى المجتمع أو الجماعة التي سنحاول تناول مجملها فيما يلي:

أ-وظيفة التنشئة الاجتماعية: يساهم الإعلام في التنشئة الأسرية للأبناء باعتبار أن الأسرة هي المحيط الأول الذي يتلقى فيه الفرد أسس التربية و التعليم و القواعد الاجتماعية.

ب-وظيفة التوجيه وتكوين الاتجاهات: يساهم الإعلام في وقتنا الحالي في مشاركة المؤسسات في وظيفة التوجيه و تكوين الاتجاهات و كلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة و محتوى كلما ازداد تأثيرها، فلا يجوز مثلا مخاطبة ذوي المستوى الثقافي البسيط بلغة المنطق و الحجج الفكرية و الفلسفية.

ج-وظيفة الاحتكاك الاجتماعي و العلاقة البيئية: إي توطيد العلاقات بين الأفراد عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية و تنميتها، فمثلا عندما تقدم الصحف أخبارا اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية و الثقافية فإنها تكون بذلك صلة وصل تنقل أخبارا متنوعة وبذلك تصبح وسيلة للاتصال الاجتماعي بين فئات الجماهير، كما أن وسائل الإعلام تعرف المستقبلين للرسالة الإعلامية بالشخصيات البارزة في جميع المجالات.

د-وظيفة الترفيه: إي خلق شعور بالمتعة على الصعيد الشخصي و الجماعي من خلال برامج ترفيهية مثل المسرحيات الفكاهية، الأدب، و الموسيقى و جميع البرامج الكوميدية في التلفزيون أو الأبواب المسلية في الصحف و غيرها، و يتضح من خلال هذه الوظيفة أن وسائل الإعلام تأخذ بعين الاعتبار حاجة الجمهور إلى الترفيه و التسلية و التي يمكن عن طريقها أحيانا الدعوة على اتجاهات معينة أو تغييرها.

هـ-وظيفة الإعلان و الدعاية: ونضيف وظيفة أخرى هي التعريف بمنتجات معينة سواء كانت سلعا أو خدمات من خلال عرض فوائد السلعة و أسعارها، أو البحث عن موظفين للعمل أو الإعلان عن إجراء مناقصة.

و-وظيفة التكامل: هو توفير الفرص لكل الأفراد و الجماعات و الأمم بغرض التعارف و التفاهم و التعرف على ظروف معيشية الآخرين ووجهات نظرهم و تطلعاتهم.

والى جانب هذه الوظائف، هناك وظائف أخرى نذكرها باختصار:

-النهوض الثقافي

-الوظيفة الترفيهية

- وظيفة التكافل

-تلبية الحاجات التجارية و الإرشادية المتنوعة

-الإعلام لأجل تحقيق الهوية

-الوظيفة السياسية للإعلام

3-2-الحاجات والوظائف التي تلبها وسائل الإعلام للفرد:

وهي على النحو التالي :

-مراقبة البيئة أو إلتماس المعلومات

-تطوير مفاهيمنا عن الذات

-تسهيل التفاعل الاجتماعي

-بديل للتفاعل الاجتماعي

-التحرر العاطفي -في حدوث الضوابط الشرعية-

-المساعدة في الهروب من التوتر والإغتراب

-خلق طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن.

4-مجالات تأثير وسائل الإعلام:

لمعرفة دور وسائل الإعلام في تغيير بنية العلاقات الاجتماعية و الثقافية، يجرننا لسلسلة من الأسئلة عن تأثير وسائل الإعلام وأبعاد هذا التأثير، وقد تناول الباحثون في ميدان الاتصال هذه العلاقة منذ النصف الأول للقرن العشرين،ويمكن القول أن تلك الدراسات مرت بثلاث مراحل هي:

-المرحلة الأولى وتمتد من الأربعينيات إلى الستينيات و تميزت بالاعتقاد في القدرة المطلقة لوسائل الإعلام على التأثير.

-المرحلة الثانية وتمتد من الستينيات إلى السبعينيات و تميزت بالاعتقاد في القدرة المحدودة لوسائل الاتصال.

- المرحلة الثالثة و بدأت بعد السبعينيات وتميزت بالاعتقاد بأن علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع معقدة.
- ومن الواضح لدى العامة،أن انقلابات كبيرة أحدثتها وسائل الاتصال الجماهيري وبشكل خاص التلفزيون، غير أن الدراسات السوسولوجية لم تحمل تأكيدا واضحا بالنسبة للتغير الإجتماعي، حيث أنها لا ترى في وسائل الاتصال الجماهيري سوى عامل للتعزير بالنسبة للوضع القائم، ويمكن تحليل العلاقة بين وسائل الاتصال و التغير الاجتماعي والثقافي عبر الحقول الآتية:
- أ-ارتباط فعالية الاتصال بالعلاقات الاجتماعية.
- ب-الاتصال يغير في نمط الثقافة.
- ج-أداة للضبط في المجتمعات المتطورة.
- د-أداة للتحديث في المجتمعات المتخلفة.