



تأثير الإعلام الجديد على الأفراد والمجتمع

"البث المباشر عبر فيس بوك أنموذجا"

The impact of new media on individuals and society "Facebook Live Streaming as a Model"

ياحي محمد أمين*¹ ، نفوسي لمياء²

¹كلية الأدب العربي والفنون جامعة مستغانم (الجزائر)، Yahiamine05@gmail.com

²كلية الأدب العربي والفنون جامعة مستغانم (الجزائر)، lamia.nefoussi@yahoo.com

تاريخ النشر: 2023/07/01

تاريخ القبول: 2023/04/02

تاريخ الاستلام: 2022/08/25

DOI: 10.53284/2120-010-002-027

ملخص:

تطورت تقنيات المعلومات والاتصالات بسرعة منذ أوائل التسعينيات، لا سيما من خلال الرقمنة وضغط البيانات، فقد تم توسيع وتسريع جميع العوامل التقنية الهامة التي ينطوي عليها الإنتاج والتخزين والتوزيع، وخاصة الوسائط السمعية والبصرية، ونتيجة لذلك ظهر عدد كبير من وسائل الإعلام الجديد. بالإضافة إلى ذلك غيرت الرقمنة نطاق واستخدام الراديو والتلفزيون، أيضاً عمليات الإنتاج وقنوات البيع لوسائل الإعلام المختلفة، يتيح دمج تقنيات المعلومات والاتصالات المنفصلة سابقاً تطبيقات جديدة، على سبيل المثال: من خلال دمج التلفزيون والكمبيوتر؛ يظهر الكمبيوتر المزود بالتلفزيون. كلمات مفتاحية: إعلام جديد، الفرد، الجمهور، وسائل التواصل الاجتماعي، فيس بوك، بث مباشر.

Abstract:

Information and communication technologies have developed rapidly since the early nineties, especially through digitization and data compression, all the important technical factors involved in production, storage and distribution, especially audiovisual media, have been expanded and accelerated, as a result of which a large number of new media have emerged. In addition, digitization has changed the scope and use of radio and television, also the production processes and sales channels of different media, the integration of previously separate information and communication technologies allows new applications, for example: by integrating television and computer; the computer with the TV appears.

Keywords: New Media, Individual, Audience, Social Media, Facebook, Live Streaming.

* المؤلف المرسل



1. مقدمة:

تطورت الإنترنت إلى وسيلة اتصال عامة، وفيها تغيرت شروط الإطار المطبقة على الوسائط "القديمة"، فأصبح بإمكان أي شخص أن يصبح مستخدمًا ويخلق محتوى، وقد زادت وسائل الاتصال وكذلك جودة المعلومات المتاحة في الفهم اليومي، وبدا من الواضح الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام، حيث يتم تفسير وسائل الإعلام من قبل العديد من الناس على أنها سبب التغيير الاجتماعي، ويُقال إن "وسائل الإعلام الجديدة" على وجه الخصوص هي المسؤولة عن زيادة أعمال العنف وبعض العوارض الأخرى كتنقص ووزن الجسم، تهدف هذه الدراسة إلى إظهار كيفية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع، ما دفعنا إلى طرح الإشكالية الآتية:

كيف يتم التعبير عن شيء أساسي حول تأثير وسائل الإعلام الجديد على الجمهور والفرد من خلال البث المباشر لفيسبوك؟ وما هي المتطلبات الناتجة عن ذلك من أجل التربية الإعلامية؟
سنحاول من خلال هذه الدراسة الوصول إلى الأهداف المسطرة الآتية:

- التطرق إلى وسائل الإعلام الجديد وآثارها على الفرد والمجتمع؛
 - الكشف عن أهم الجوانب التي ترافق استعمال وسائط الإعلام الجديد.
- يندرج موضوع بحثنا ضمن الدراسات الاجتماعية التي تعتمد على المنهج البنوي الوظيفي؛ وهذا رجوعاً إلى دراسة السياق الذي أتت عليه وسائل الإعلام الجديد و مخلفاتها التراكمية، وكذا مسيرتها في ظل الوقت الراهن. وقد جرى تقسيم البحث قصد الوصول إلى هدف الدراسة كالاتي:
- أولاً، تم تعريف مصطلحات "الإعلام" و"المجتمع" و"الفرد"، ويلي ذلك تعليقات على تطور الإعلام وأثره على بعض مجالات المجتمع، تم وصف "البث المباشر لفيسبوك"، حيث تم مناقشة البث المباشر بافتراضات التخصيص وفرضيات أخرى.

2. ماهية وسائل الإعلام:

يقابله مصطلح "New media" (بالفرنسية: Nouveaux médias) يستخدم في الغالب في صيغة الجمع "media"، وتوجد تعريفات مختلفة لمصطلح وسائل الإعلام في المؤلفات الأكاديمية، لكن يقتصر المفهوم الضيق للوسائط على الوسائط التقنية، ويكون التوزيع والتخزين إما ضوئياً كيميائياً أو كهربائياً أو إلكترونياً، حيث يتم تضمين جميع الوسائط من خلال اللغة والأدب والموسيقى، والوسائط التقنية في المصطلح الواسع يعني أن كل كائن له خصائص ووسائط يمكنها تحقيق تأثيرات معينة، فمحتوى الرسالة المراد فك تشفيرها غير ذي صلة. (فاضل راضي و مهند حميد، 2017، صفحة 71)

3. تعريف بسيط للمجتمع:

يشير تعريف المجتمع إلى "تعايش الناس في منطقة مكانية"، حيث تشير التفسيرات الحالية إلى أن المجتمع هو نفر من الناس تربطهم مصالح ولهم روابط مشتركة من خلال علاقات الأعضاء (الأفراد)، والذي يُطلق عليه أيضاً الأداء



الاجتماعي، وقد أدت الدوافع الاقتصادية لاقتصاد السوق والتعددات المختلفة إلى زيادة مستويات المعيشة والاستهلاك الجماعي وهو ما يرتبط بالضمان الاجتماعي لأغلبية كبيرة من السكان ويفيد جميع الطبقات تقريباً.

من جهة أخرى يعني الجمهور مجموعة من المستمعين أو المتفرجين، وغالبا ما يكون العمل الذي يتلقاه/ يشارك فيه الجمهور أدبيا أو فنيا، والجمهور هو مجموعة من الأشخاص الذين يشاركون في حدث ما على سبيل المثال أولئك الذين يذهبون إلى حدث رياضي إلكتروني لمشاهدة فريق ما يلعب لعبة ما هم جزء من الجمهور، والصورة هي مثال لآلاف الأشخاص الذين تجمعوا في حشد من الناس في ساحة لمشاهدة حدث رياضي مثلا، وهو يعبر كذلك عن أولئك الذين لا يذهبون إلى الحدث لكنهم يشاهدونه عن بعد على خدمة البث المباشر على منصات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر إنستغرام فيعتبرون مشاهدين أيضا، والجمهور لا يشمل مشاهدي الأحداث المرئية فقط، فإذا لم يكن الحدث مرئيا (الاستماع إلى الموسيقى، الكتب المسموعة... إلخ) فسيكون الجمهور مستمعا وبالتالي فهو من المتلقين. (متعب الكريطي، 2018، صفحة 51)

كذلك الجمهور هو شخص أو مجموعة من الأشخاص الذين تستهدفهم أو تريد وسائل الإعلام الجديد الوصول إليهم، مثلا عند الكتابة لقراءة انعكاسات الكمبيوتر على صحتنا، هنا وجب أن نفكر في كوننا جمهور من المستخدمين الجدد للكمبيوتر ومستخدمين يرغبون في معرفة المزيد عن أجهزة الكمبيوتر والموضوعات المتعلقة بالكمبيوتر، وقبل الكتابة عن أي موضوع بصفته المرسل من الجيد أن تجعل جمهورك يفهم كتابتك خاصة إذا كانت مفيدة قدر الإمكان، (عبد الحميد، 1993، صفحة 199) فإذا لم تُفكر في جمهورك قبل الكتابة قد نستخدم الاختصارات والمصطلحات المعقدة التي من شأنها إرباك معظم الجمهور، وبدلا من ذلك وللمساعدة في تحديد الجمهور وجب مراجعة التحليلات من خلال إجراء الاستطلاعات وأبحاث السوق ومنه تقييم المنافسة، كذلك يصف مصطلح الجمهور مقابلة رسمية مع شخص في السلطة.

4. ماهية الفرد:

الفرد بشكل عام: الكائن الحي الفردي في خصوصيته؛ وقبل كل شيء الفرد في تفردته على عكس الجماهير (المجتمع الجماهيري)، والفرديّة تعني أن الفرد يبرز من بين حشد الأفراد، (كاظم، 2015، صفحة 554) في علم النفس يتم استخدام كلمة "فرد" بشكل مترادف مع شخصية مميزة، كاحترام الذات، ومن بين الأمور الأخرى من خلال الوعي تتميز الشخصية بالفرديّة الدفاعية للفرد أيضا والتي تسمح بمشاعر مثل التفاعلية، بالإضافة إلى التفكير في الذات في وسط أفراد متشابهين، مما يؤدي إلى الحرية الفردية والسلوك المسؤول عن الذات، ويمكن أن تختلف ردود الفعل السلوكية للفرد عن ردود الفعل السلوكية لفرد آخر في وظيفته كعضو في المجموعة (عدوانية المجموعة). (شطارة، 2014، الصفحات 519-520)



يشير هذا التعبير إلى الموضوع المفرد الموجود في مجموعة معينة (امتداد)، وهو المصطلح النهائي لأي تقسيم فرعي منطقي، والذي كما يلاحظ لا يمكن أن يكون سمة لمادة أخرى ففي علم النفس مثلا لا تُبنى هوية الفرد على الخصائص الخارجية ولكن على ذاكرته التي يفهمها على أنها وعي لنفسه، أما في علم الاجتماع يميز مفهوم الفرد الناس حسب انتمائهم كجزء من الأسرة أو المجتمع، إذن فالميل إلى إعطاء الأولوية للفرد في جميع المجالات يسمى الفردية.

5. تطور وسائل الإعلام:

1.5. وسائل الإعلام والفردية:

يحتاج البشر إلى وسائل الإعلام ليتمكنوا من التواصل، ليس لديه طريقة للوصول المباشر إلى العالم -إلا في شكل افتراضي- لهذا يحتاج الناس دائماً إلى وسيط، أي وسائل اتصال، وفيما يتعلق بالتاريخ التطوري يمثل الاتصال في البداية إدراك السلوك الحامل للمعلومات، وقد سبق الاتصال غير اللفظي الاتصال اللفظي، وهكذا كان الإنسان هو الوسيط الأول نفسه، أي وسيط تخزين ونقل وإعادة إنتاج بالمعنى الوارد في التعريف السابق، ومع التمايز في الاتصال تمت إضافة المواد الطبيعية كوسائط وتطورت اللغة كوسيط، حيث يمكن أن تساعد وسائل الإعلام الناس على التحكم بشكل أفضل في بيئتهم، وتعمل الوسائط كقناة للمعلومات وتحدد الطريقة التي يتواصل بها الفرد، إنها تؤثر على المسافة التي يتم خلالها الاتصال، بالإضافة إلى الأصالة والوقت والشخصية وعدد المشاركين في الاتصال الذين يمكن الوصول إليهم. (قوارية، 2007، صفحة 45)

2.5. وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي:

من ناحية أخرى تمثل وسائل الإعلام عنصراً أساسياً في المجتمع، حيث لن يكون الاتصال ممكناً بدونها، فالتواصل بدوره جانب إعلامي محدد في أشكال مختلفة وينشأ من الاجتماعية، واللغة هي وسيلة اتصال متطورة للغاية ولا يمكن أن يحدث تطورها إلا بالتوازي مع تطور العلاقات الاجتماعية بين الناس، أي أن هناك تفاعل غير قابل للحل بين اللغة والمجتمع وينعكس هذا في حقيقة أن وسائل الإعلام تؤثر على العلاقات الاجتماعية من خلال توفير إطار لها لتحدث.

عندما يتأثر تغيير الوسائط وقابلية نقل أو تخزين الاتصالات يمكن أن يؤدي ذلك إلى عمليات التغيير الاجتماعي، وتجدر الإشارة في هذه المرحلة إلى أن الإعلام انبثق من المجتمع وكان بحاجة إلى الناس في البداية ليكونوا قادرين على التطور والعمل، من جانبهم يستخدم الناس وسائل الإعلام لتحسين اتصالاتهم، وهناك بالفعل دلائل على وجود علاقة متبادلة وثيقة بين الفرد ووسائل الإعلام والمجتمع، بعد هذه التصريحات الأساسية حول الترابط بين وسائل الإعلام والفرد والمجتمع سيتم وصف لتأثيرات تطوير وسائل الإعلام على مناطق المجتمع التي تعتبر مركزية في سياق هذا التفصيل لتظهر وتعمل. (الفلاحي، 2014، الصفحات 213-214)

6. تداعيات تطور وسائل الإعلام الجديد:



1.6. الاقتصاد والعمل:

توضح تسميات مثل "مجتمع الإعلام" و"مجتمع المعلومات" الأهمية الكبرى لوسائل الإعلام بالنسبة للوضع الاقتصادي العام، ينتج هذا الموقف المركزي من حقيقة أن التقنيات الجديدة تساهم في زيادة الناتج الاقتصادي وفي إحداث تغييرات كبيرة في الأعمال والعمل، حيث أصبحت المعلومات نفسها أكثر أهمية مقارنة بعوامل الإنتاج الكلاسيكية للعمالة ورأس المال... إلخ، ومع ذلك بالاقتران مع العوامل المؤثرة الأخرى يؤدي هذا أيضًا إلى إلغاء الوظائف والبطالة المتزايدة بشكل دائم لعدد متزايد من الناس، في الوقت نفسه، بالإضافة إلى تزايد الطلبات المهنية على الناس. (شقرة، 2014، صفحة 38)

2.6. التعليم والعلوم:

يمكن تحقيق التقدم التكنولوجي نتيجة لتطور التعليم والعلوم في نهاية القرن العشرين، وهي تحفز على زيادة تطويرها لا سيما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذا اتساع الفجوات المعرفية الموجودة والفجوات التعليمية، أين تؤدي الزيادة الكبيرة في المعرفة إلى الارتباك والحمل الزائد للمعلومات. (شقرة، 2014، صفحة 34)

3.6. العلاقات الأسرية والاجتماعية:

اليوم تعد تكنولوجيا الاتصالات جزءًا من المعدات الأساسية لكل أسرة تقريبًا، وهذا يجعل من الممكن للعديد من الأشخاص استخدام وسائل الاتصال وفقًا لاحتياجاتهم الفردية واهتماماتهم وقدراتهم.، لكن استخدام وسائل الإعلام الجديدة وخدمات الاتصال يكلف المال والوقت، فالإدمان على الإنترنت يخلق تبعات جديدة في المجالات المذكورة، حيث يمكن رؤية تأثير كبير للإعلام على الأفراد والمجتمع مما أدى إلى تطورات إيجابية، ولكن هناك أيضًا آثار جانبية سلبية. (شقرة، 2014، صفحة 35)

7. الفيس بوك: (Facebook)

الفيسبوك هو أكبر شبكة اجتماعية في العالم، ويستخدم أكثر من مليار مستخدم المنصة للتواصل مع الأصدقاء والمعارف وتبادل الأفكار مع المستخدمين الآخرين، بالإضافة إلى الاستخدام الخاص يعد Facebook أيضًا منصة مهمة للشركات والمنظمات، ويمكن أيضًا للشركات أن تصبح أكثر وضوحًا من خلال وجودها على Facebook وتقديم نفسها ووضعها للمستهلكين، من الممكن أيضًا تنفيذ إجراءات الإعلان أو العلامة التجارية على Facebook مقابل رسوم فردية. (العيساوي، 2021، صفحة 09)

1.7. ميزات خاصة مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى:

على عكس الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل: Instagram و Twitter، يغطي Facebook أكبر جمهور وهو أيضًا الأكثر تنوعًا من حيث المحتوى المنشور، بالتالي فإن الشركات والمؤسسات من جميع الصناعات والمنافذ لديها الفرصة للوصول إلى مجموعتها المستهدفة عبر Facebook، وذلك من خلال إمكانيات الإعلان المدفوع التي تعتبر كذلك الأكثر شمولًا على Facebook.



ونظرا للعدد الكبير من الشركات والمؤسسات الممثلة وما ينتج عن ذلك من فيضان من الاتصالات التي يتعرض لها المستهلكون، فإن وجود إستراتيجية مدروسة جيدا أمر ضروري لجذب الانتباه واختراق المحتوى المنشور إلى المجموعة المستهدفة المركزة، إن وجود الشركات الموحد والخيط المشترك من حيث المحتوى والمحتوى الأصلي والمبتكر وأوقات الاستجابة السريعة، والقرب من العملاء ليست سوى عدد قليل من العوامل المهمة لظهور نجاح ومستدام في الشبكة الشعبية، كما أن بناء مجتمع علامة تجارية متشابك بشكل وثيق ومخلص يدعم أيضا وجود الشركات الناجح على الشبكات الاجتماعية. (Haimson & Tang, 2017, pp. 48-49)

2.7. السمعة والعلاقات العامة على فيس بوك:

تمنح الشبكة الاجتماعية الشركات العديد من الفرص الفردية لتمثيل نفسها والتواصل مع مجموعتها المستهدفة والأطراف المهتمة، خاصة أن مجموعة المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 عاما ممثلة بشكل بارز على Facebook، وعلى غرار الملفات الشخصية الخاصة يمكن للشركات نشر أو مشاركة النصوص والصور ومقاطع الفيديو والروابط على ما يسمى بصفحات المعجبين الخاصة بها، بالإضافة إلى ذلك لدى الشركات خيار الترويج لمنشوراتها الخاصة مقابل رسوم أو وضع إعلانات مستقلة للمنتجات أو الخدمات أو الشركة نفسها. (بن بلعباس، 2015، الصفحات 65-68)

من أجل إدارة السمعة المستدامة والناجحة يجب على الشركات والمؤسسات إجراء مراقبة واسعة النطاق لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث ما يسمى بالعواصف القذرة تشكل تهديدا خطيرا عندما تكون الشركات موجودة على وسائل التواصل الاجتماعي، وفي أسوأ الحالات تكون المنافسة القذرة الواضحة مصحوبة بخسارة مدمرة للسمعة، ومع ذلك من خلال الرصد الكامل وإدارة المخاطر المتطورة تتاح للشركات الفرصة لتحديد عوامل الخطر في مرحلة مبكرة، ومنع الآثار السلبية وتجنب تطور عاصفة قذرة، ويجري أيضا تيسير الشروع في اتخاذ تدابير مضادة، حيث أن الشركات ما فتئت تراقب المخاطر والمشكلة الناجمة عنها لبعض الوقت كجزء من الرصد ومن ثم يمكنها أن تستجيب على نحو مستعد واستراتيجي. (حنان، 2014، الصفحات 31-32)

8. البث المباشر عبر فيس بوك:

في أوت 2010، قدمت الشبكة الاجتماعية Facebook خاصية جديدة عرفت بميزة " Facebook Live"، حيث تم من خلالها مشاركة مقاطع الفيديو على الشبكة التي تتناول وظائف "فيسبوك" أو أخبار الشركة، بالإضافة إلى ذلك أتاحت الفرصة للمشاهير المختارين للوصول إلى معجبيهم عبر البث المباشر لفيس بوك، وفي ذلك الوقت لا يمكن للجمهور استخدام ميزة البث المباشر لفيسبوك إلا بشكل سلمي، حيث كان بإمكانهم فقط استهلاك البث المباشر لكن لا يمكنهم إنشاؤه بأنفسهم. (الزهر، 2019، صفحة 88)

مطلع عام 2016، أدخل Facebook وظيفة "مقاطع الفيديو الحية" في بعض البلدان الغربية، قبلها تم إطلاق الخدمة في الولايات المتحدة، بهذه الطريقة يمكن الآن لكل عضو في Facebook بدء بث مباشر شخصي بغض النظر عن مكان تواجدهم، فقط يلزم وجود اتصال إنترنت فعال وهاتف ذكي أو جهاز لوحي أو كمبيوتر مزود



بكاميرا، في البداية كانت الاستعانة بخاصية وتطبيق Facebook Messenger من أجل البث، وإلى جانب المستخدمين العاديين يمكن أيضاً تشغيل الفيديو المباشر من المجموعات أو صفحات Facebook، تجدر الإشارة إلى أنه خلال هذه المرحلة لا يمكن مشاركة مقاطع فيديو Facebook Live إلا مع مستخدمين آخرين عبر التطبيق لنظام Android أو iPhone أو iPad. (الزهر، 2019، صفحة 83)

استخدم مؤسس الشركة مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) أيضاً Facebook Live Video لجذب الجماهير، وعلى سبيل المثال في جوان 2016 تحدث مباشرة على Facebook مع الرئيس الأمريكي باراك أوباما بعد القمة العالمية لريادة الأعمال في ستانفورد.

1.8. وظيفة البث المباشر:

إذا أراد المستخدم استخدام Facebook Live Video، فسيبدأ أولاً تطبيق "Facebook Messenger" على هاتفه الذكي الذي يعمل بنظام Android أو Apple، كما هو الحال مع المنشور يجد المستخدم ميزة الفيديو المباشر في قسم حالة التحديث، بعد النقر على أيقونة "Live Video" يفتح حقل مع صورة الكاميرا الحالية، حيث يمكن وصف البث المباشر بمزيد من التفاصيل عن طريق إضافة نص، عند النقر على "بدء البث المباشر" يبدأ التطبيق في إرسال الصورة الحية، وأثناء البث يمكن للمستخدمين دعوة مستخدمين Facebook الآخرين قصد المشاهدة أو التعليق. (جميع، 2020/2019، صفحة 47)

أما عند النقر على "إيقاف" سيتوقف عن البث المباشر عن التدفق، وبمجرد بدء تدفق الفيديو يعرض Facebook للمستخدم عدد المستخدمين الآخرين الذين يشاهدون حالياً الفيديو المباشر، من الممكن أيضاً حظر المستخدمين الآخرين هنا لا يمكنك بعد ذلك رؤية الصورة الحية، (عبد الله، 2015، صفحة 155) ليقوم Google Hangout بأرشفة مقاطع فيديو Facebook Live التي كانت متوفرة في الجدول الزمني للمستخدم، ولا يزال Facebook يجد من مدة البث المباشر إلى 30 دقيقة فإذا تجاوز الدفق هذه الفترة الزمنية سيتم إيقاف الإرسال تلقائياً، ومع ذلك يمكن بدء تشغيل فيديو مباشر جديد على Facebook على الفور. (جميع، 2020/2019، صفحة 48)

2.8. تمايز البث المباشر عبر الفيسبوك:

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً متزايد الأهمية في المزيج التسويقي للشركات على وجه الخصوص مقارنة بالأفراد، حيث تلعب الصور دوراً مهماً في هذه الحالات مع Facebook Live Video، أما الاختلاف الكبير مع Facebook Live Video هو مدى الوصول المحتمل مقارنة بباقي منصات التواصل الاجتماعي الأخرى فلدى Facebook أكثر من 1.6 مليار مستخدم حول العالم، وهذا اعتماداً على نوع الدفق والاهتمام المرتبط به، ويمكن للشركات الاستفادة من هذا النطاق جيداً فالتطبيقات التي يمكن تصورها هي تقديم منتجات جديدة في المعارض التجارية أو الأحداث، أو البث المباشر للأحداث الرياضية أو الأحداث الأخرى، أيضاً عن مقاطع الفيديو الحية هو أن



Facebook يعرضها بشكل بارز في الجدول الزمني للمستخدمين أكثر من المنشورات الأخرى اعتمادًا على التفاعل. (الزهر، 2019، صفحة 84)

كأداة وسائط اجتماعية يظهر Facebook Live Video مرارًا وتكرارًا أنه لا ينبغي الاستهانة بها من قبل وكالات الأنباء أيضًا، نظرًا لاحتمال أن يتمكن كل مستخدم من البث، أين يمكن لكل مستخدم أيضًا أن يصبح صحفيًا مباشرًا في الموقع، بالإضافة إلى هذا كله لم يتضح حتى يوليو 2016 كيف يمكن لـ: Facebook Live Video التنافس مع الأخبار التقليدية، تجدر هنا الإشارة إلى الاستدلال بمحاولة الجيش الانقلاب في تركيا؛ في ذلك الوقت كان Facebook مصدرًا مهمًا للمعلومات من خلال مقاطع الفيديو الحية.

09. نتائج البحث حول تأثير وسائل الإعلام:

وفقًا لعلم النفس الإعلامي، فإن تأثير وسائل الإعلام على تصرفات وطريقة وتأملات الأفراد والجمهير يسمى تأثير وسائل الإعلام، حيث يمكن أن يكون هذا التأثير سلبيًا أو إيجابيًا، بينما يمكن للآثار السلبية لوسائل الإعلام على المجتمع أن تقود الناس نحو الفقر والجريمة والعري والعنف واضطرابات الصحة العقلية والبدنية السيئة وغيرها من النتائج الخطيرة، من ذلك يمكن القول بأن عناوين الأخبار غير المصرح بها هي أكبر مثال على التأثير السلبي لوسائل الإعلام على المجتمع، بينما تعتبر حالات قتل الأطفال الأبرياء من خلال حيازتهم للسلاح من الآثار السلبية الكبرى لوسائل الإعلام على الأطفال، حيث ينحرفون عادةً عن طريق إثارة القصص الإخبارية وأفلام الحركة والألعاب.

مع ذلك هذا لا يعني أن وسائل الإعلام لا تؤثر إلا بالسلب على الجمهور، فهناك حالات تكون الإيجابية فيها نتيجة تأثير وسائل الإعلام، ولنأخذ على سبيل المثال الأشخاص الذين يساعدون بعضهم البعض في حالات الكوارث الطبيعية يشجعون الإنسانية والتعاطف لدى الأطفال والبالغين، لذلك يتقدم المزيد من المتطوعين لمساعدة المحتاجين، كما تؤكد الألعاب القائمة على الاختبارات وبث الأخبار التربوية، والبرامج المماثلة على الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام التي تزيد من معرفة القراءة والكتابة لدى الجمهور.

كما أن أحد الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام على المجتمع هو حقهم في الحصول على المعلومات، فجيل اليوم أكثر ثقافة وإدراكًا لحقوقهم وهذا يساعدهم على اكتساب العديد من المزايا الشخصية والمهنية، فعادة ما يصادف الناس أجزاء مختلفة من المعلومات عبر مصادر مباشرة أو غير مباشرة، وعلى أي حال فإن تأثير وسائل الإعلام يكون واضحًا للعيان في المجتمع من المتعلمين إلى الأميين هم جزء من هذه الموجة ولهذا السبب تزداد مسؤوليات الإعلاميين والسلطات الرقابية، ويجب أن يكونوا أكثر حرصًا بشأن توقيت ونهج نقل الأخبار، حيث يمكن أن تكون الآثار الإيجابية أو السلبية لوسائل الإعلام حاسمة حقًا في بعض الحالات، وهذا هو أحد الأسباب الرئيسية التي تجعل المواطنين يواجهون حالات بث الأخبار وحظر خدمة الإنترنت خلال بعض المواقف الحساسة في المدينة أو المنطقة، وعليه كونك مواطنًا مسؤولاً تأكد من التحقق من صحة أي أخبار تأتيك قبل نشر ذلك للآخرين لأنه يمكن أن يكون له تأثير خطير على المجتمع.



10. خاتمة:

نظرا للإمكانيات المتنوعة والواسعة للوصول إلى المجموعة المستهدفة من خلال المنشورات التقليدية أو المحتوى المعلن عنه وأيضا بسبب التنوع المذهل للمحتوى، سيطر Facebook يتمتع بشعبية خاصة للشركات والأفراد على حد سواء، فهذا الموقع البارز للشبكة مفضل أيضا من خلال حقيقة أن الروابط إلى شبكات أخرى مثل Instagram أو Twitter يمكن إنشاؤها بسهولة، بحيث يمكن توزيع المحتوى المنتج بشكل أكثر استدامة وفعالية. باعتبارها واحدة من أكبر الشبكات الاجتماعية ولكن أيضا أقدمها، يتم انتقاد Facebook في الوقت الحاضر لعدم تفاعلها بسرعة كافية مع الاتجاهات والابتكارات وتجاوزها من قبل شبكات أخرى (متخصصة) مثل Instagram، نقطة أخرى من الانتقادات التي ترتبط بشكل متزايد بـ Facebook هي نقص حماية البيانات.

- قائمة المصادر والمراجع:

- 1) أحمد قوارية. (2007). فن القيادة المرتكزة على المنظور النفسي الاجتماعي والثقافي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 2) حسين علي الفلاحي. (2014). الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 3) حيدر شلال متعب الكريطي. (2018). وسائل الإعلام و بناء المجتمع الديمقراطي دراسة في دور التلفزيون. الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع .
- 4) عامر ناصر شطارة. (2014). لفردانية في الفلسفة الحديثة كيركيجارد "أنموذجا". دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 5) علاء جواد كاظم. (2015). (الفردانية) في المجتمع التقليدي الجذور و التحديات : دراسة في الأنثروبولوجيا الحديثة. مجلة الآداب.
- 6) علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 7) محمد عبد الحميد. (1993). دراسة الجمهور في وسائل الاعلام. مصر: عالم الكتب.
- 8) وسام فاضل راضي، و التميمي مهند حميد. (2017). الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي.
- 9) سامي جعيجع. (2020/2019). البث المباشر ودوره في تغطية الحملات الانتخابية. المسيلة، جامعة المسيلة، الجزائر.
- 10) شعشوع الشهري حنان. (2014). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجاً". جدة ، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- 11) عبد العالی الزهر. (2019). خاصية البث المباشر على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كأداة اتصالية للحركات الاحتجاجية. مجلة الدراسات العلمية.



12) علي لفته العيساوي. (2021). الفيسبوك الوطن البديل للشباب: و أثره السلبي على شباب العراق دراسة وصفية

تحليلية. النجف الأشرف: المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية.

13) Haimson, O. L., & Tang, J. (2017). What Makes Live Events Engaging on Facebook Live, Periscope, and Snapchat. *Interruptions and Email*, USA.