

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا

مطبوعة الدعم البيداغوجي في مقياس:

الاتصال

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر

تخصص: علم النفس التربوي

السداسي الأول

إعداد الدكتور: زيان شامي

فهرس المحتويات

| | |
|----|---|
| 6 | مقدمة |
| 7 | المحاضرة الأولى: ماهية الاتصال ووسائطه |
| 7 | 1- مفهوم الاتصال |
| 9 | 2- أهمية الاتصال |
| 10 | 3- أهداف الاتصال |
| 11 | 4- تصنيفات الاتصال |
| 15 | 5- مستويات الاتصال |
| 17 | 6- الاتصالات التنظيمية والإدارية |
| 19 | 7- وسائط الاتصال |
| 19 | 2-7 أنواع وسائط الاتصال: |
| 21 | المحاضرة الثانية: وسائط الاتصال بين القديم والحديث |
| 21 | 1- الوسائل التقليدية (القديمة): |
| 26 | 2-الوسائط الحديثة |
| 34 | المحاضرة الثالثة: وسائط الاتصال الجماهيري |
| 34 | 1- مفهوم الاتصال الجماهيري |
| 35 | 2- المجتمع الجماهيري |
| 36 | 3- سمات وخصائص الاتصال الجماهيري |
| 37 | 4- نماذج الاتصال الجماهيري |
| 48 | 5- شبكات الاتصال الجماهيري Réseau de communication |
| 50 | 6- وسائط الاتصال الجماهيري |
| 55 | المحاضرة الرابعة: وسائط الاتصال الخاصة |

- 1- الواتس آب 55
- 2- تطبيق الفايبير Viber 58
- 3- تطبيق الماسنجر Messenger 60
- محاضرة الخامسة: تصنيف وسائط الاتصال 63
- 1- الاشهار 63
- 2- الإذاعة 64
- 3- التلفزيون 66
- 4- الهاتف النقال 69
- 5- الانترنت 71
- 6- محركات البحث 77
- 7- شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الدردشة 78
- 7-1 موقع فايس بوك Facebook: 78
- 7-2 موقع تويتر Twitter 79
- 7-3 موقع اليوتيوب Yutub : 81
- 8- البريد الالكتروني 82
- طريقة عمل ايميل او بريد الكتروني 83
- 9- قواعد البيانات والتعلم عن بعد 84
- محاضرة السادسة: الآثار النفسية لوسائط الاتصال الحديثة 86
- 1- دور وسائط الاتصال في المجال النفسي 87
- 2- تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الفرد والجماعة 88
- 3- التأثيرات النفسية السلبية لوسائط الاتصال : 90
- محاضرة السابعة : الآثار الاجتماعية لوسائط الاتصال الحديثة 93

| | |
|-----|---|
| 94 | 1- أهمية الاتصال الجماهيري بالنسبة للمجتمع |
| 95 | 2- مستويات التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال |
| 96 | 3- مظاهر التأثير الاجتماعي |
| 97 | 4- الاتصال وتأثيره على الاسرة والجماعة |
| 100 | المحاضرة الثامنة : نظرة استشرافية لوسائل الاتصال المستقبلية |
| 101 | 1- الاتصال وتأثيره المجتمعي |
| 103 | 2- مستقبل وسائل الاعلام |
| 104 | 3- التصدي للتأثيرات السلبية لوسائل الاتصال الجماهيري |
| 105 | 4- الحلول المناسبة لمواجهة هذا السيل الإعلامي الجارف |
| 106 | 5-العوامل المؤثرة على مستقبل وسائل الإعلام |
| 108 | 6- واقع الصحافة اليوم |
| 109 | 7- تحديات الإنترنت |
| 112 | خاتمة |
| 113 | قائمة المراجع |

- الهدف العام للمقياس:

في نهاية دراسته للمقياس يكون الطالب متمكّنا من مفاهيم وأدوات وسائط الاتصال التقليدية والحديثة والرقمية، مستشعرا لآثارها النفسية والاجتماعية؛ مستشرفا لنظرة مستقبلية لوسائط الاتصال.

- الأهداف الخاصة

- يتعرف الطالب على مفاهيم الاتصال وعناصره ووسائطه
- يحدد الطالب ماهية وسائط الاتصال
- يميّز بين وسائط الاتصال التقليدية والحديثة
- يفرّق الطالب بين وسائط الاتصال الخاصة ووسائط الاتصال الجماهيرية
- يصنف وسائط الاتصال الحديثة والرقمية
- يربط بين وسائط الاتصال وآثارها النفسية
- يقدر الآثار الاجتماعية لوسائط الاتصال
- يثمن وينقد وسائط الاتصال الحديثة

مقدمة

إن الاتصال عملية حيوية ووجودية ليس فقط بالنسبة للإنسان، بل لجميع الكائنات، بفضلها تحقق وتتجز الوظائف الفيزيولوجية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية فلا يمكن للإنسان ان يتقاضي الاتصال؛ فإن لم نقل شيئاً وباقين صامتين؛ فشكل من أشكال الرسالة يرسل الى الاخر، فالاتصال أعم من التعبير عنه بكلمات؛ فهو يشمل الكلام، الصوت، لغة الجسد، مظاهر الحياة، العمران، الأثاث، الألوان، اللباس، الوسائط والتقنيات التكنولوجية الاتصالية....

إنّ الاتصال بين الناس ليس بالأمر الحديث، بل عُرف منذ القدم من خلال وسائل بدائية كالرسوم والنقوش والدخان والوفود والحمام الزاجل والخطابة... وتطور الأمر فيما بعد إلى البريد ومن ثم الهاتف والبريد الإلكتروني إلى أن حدثت ثورة الاتصال الحديثة التي جعلت من العالم برمته قرية صغيرة، لا يقطع في أول الأرض شيئاً إلا وقد علم آخرها بالأمر. لقد يسرت وسائط الاتصال المعاصرة نشاط الإنسان وحاجاته حيث اضحى باستطاعته أن ينجز ويدير مختلف أعماله من خلال ضغطة واحدة على الزر، إن هذا التطور المذهل لوسائل الاتصال وانتشارها الواسع وسرعتها الفائقة وتطور الأبحاث بشكل يومي أدى ويؤدي إلى نتائج هامة على جميع الأصعدة ، وخصوصا الاقتصادية منها، وعليه ان لا نكون متفرجين منفعلين مستهلكين لهذا الزخم التكنولوجي الاتصالي، بل مشاركين مؤثرين إيجابا في هذه الطفرة العلمية والا سنزول حتما تشير الدراسات أن الأشخاص الذين يعملون في عالم إدارة الأعمال يقضون 90 % من فترة عملهم في شكل من أشكال الاتصال ولذلك فإن نجاح إدارة الأعمال يعتمد على الاتصالات الواضحة (إبراهيم السيد، 1993، ص45) ، فالاتصالات تعتبر بمثابة دم الحياة للمنظمات الخدمية والانتاجية، وأي وحدة عمل ينقطع عنها الاتصال فإنها تذبل وتموت.

المحاضرة الأولى: ماهية الاتصال ووسائطه

الأهداف الإجرائية

- أن يعرف بوضوح مفهوم الاتصال
- أن يحدد الطالب بإيجاز أهمية وأهداف الاتصال
- أن يميّز بدقة بين أنواع الاتصال
- أن يستنتج بوضوح مستويات الاتصال

1- مفهوم الاتصال

استعمل مصطلح الاتصال في مضامين مختلفة وتعددت مدلولاته، وسنتعرض لأهمها

فيما يلي:

عرّف كارل هوفلاند (**k. Howfland**) الاتصال على أنه العملية التي يقّم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة). (مكاوي.ح، ليلي.س، 2002، ص24)

أكد هوفلاند أن هدف الاتصال هو تعديل السلوك بواسطة منبهات.

يعرّف جورج لندبرج (**G.Lindberg**) أن الاتصال يشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز التي تعمل كمنبه للسلوك (المرجع السابق، ص24)

يرى تشارلس موريس (**C.Mauris**) أن الاتصال حين يستخدم بشكل واسع النطاق فإنه يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين (المرجع نفسه، ص 24)

ترى إيرين بلاس (**I.Place**) الاتصال بأنه عملية تبادل المعلومات والأفكار والعواطف، فهو عملية ذات طريقتين أو أكثر في سبيل الوصول إلى تفاهم مشترك وقيام الثقة

بين الأفراد وتدعيم العلاقات الطيبة (إبراهيم السيد، ص 13)، يؤكّد هذا التعريف على الاتصال الاجتماعي الذي يرمي إلى بناء الثقة والتفاهم.

يقرر **ولبورشرام (Wilbourchram)** أن المجتمع الانساني يقوم على مجموعة من العلاقات التي قوامها الاتصال، وان ما يجمع الافراد ليس قوى غيبية أو سحرا أو قوى مطلقة وإنما هي علاقات الاتصال (المرجع السابق، ص 13).

عرّف **مريهيو (Merrihue)** الاتصال أنه سلوك مقصود من جانب المرسل ينقل المعنى المطلوب الى المستقبل؛ ويؤدي إلى استجابة السلوك المطلوب منه.

يعرّف **كيت ديفيز (k.Davis)** الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والتفاهم من شخص لآخر. (عبد الباقي، م، 2003، ص 276-277)

عرّف **شيرري (Cherry)** الاتصال بأنه السلوك اللفظي أو المكتوب الذي يستخدمه أحد الأطراف للتأثير في الطرف الأخر (المرجع نفسه ، ص 276-277)

عرّفت **جمعية الإدارة العامة الأمريكية (AMA)** الاتصال بأنه إشاعة التفاهم بين الناس؛ أي تبادل ونقل الأفكار ونشرها بين الأفراد والجماعات والمجتمعات (هنا بدوي، 2003، ص 17)

في ضوء التعاريف السالفة الذكر التي قدّمها الباحثون لمفهوم الاتصال يمكن أن نصل الى التعريف الآتي: الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها المرسل (القائم بالاتصال) منبهات تنثير استجابة معينة لدى المستقبلين للرسالة، يهدف الى تعديل سلوكهم.

2- أهمية الاتصال

تشير الدراسات أن الأشخاص الذين يعملون في عالم إدارة الأعمال يقضون 90 % من فترة عملهم في شكل من أشكال الاتصال ولذلك فإن نجاح إدارة الأعمال يعتمد على الاتصالات الواضحة (إبراهيم السيد، 1993، ص45) وذلك أن عملية الاتصالات الواضحة تعتبر حلقة وصل بين المدير ومحور العمليات أو مركز الأداء ؛ ولا يمكن دراسة أي هيكل تنظيمي لمؤسسة ما دون دراسة عملية الاتصالات في كافة المستويات الإدارية وفي جميع الاتجاهات، وتعد الاتصالات عنصرا يجعل التنظيم ممكنا، وهي الوسيلة التي من خلالها تنفذ جميع الوظائف الأساسية، فيقوم المديرون بالتوجيه والتنسيق وتشغيل العاملين والتخطيط والتحكم من خلال الاتصالات، ونادرا ما يتخذ أي تصرف في منظمة ما بدون اتصال. فالاتصالات تعتبر بمثابة دم الحياة للمنظمات الخدمية والانتاجية، ويعتمد نجاح المنظمة بحد كبير على مقدرتها في الاتصال بكفاءة مع موظفيها وعملائها وأي وحدة عمل ينقطع عنها الاتصال فإنها تدبل وتموت (Sahni, S.K & G.S.Soudaresh, 1975, P 46).

إن الاتصالات الإدارية الجيدة والنشطة في أي منشأة تعني أداء أفضل وإنتاجية أعلى من جانب العاملين كما أن الاتصال الجيد داخل أية مؤسسة يعمل على رفع الروح المعنوية للموظفين وزيادة ارتباطهم وشعورهم بالانتماء للمنظمة التي يعملون فيها (لطفي راشد، 1974، ص-9)، والاتصالات هي السبيل إلى توحيد نشاط المنظمة، ووسيلة لتغيير السلوك وإحداث التغيير وتحقيق الأهداف، وهي أيضا الوسيلة الفعالة التي تحيل الجماعات الراكدة إلى حركة وإنتاج ، كما يتوقف تعاون الأفراد مع بعضهم على قدرتهم على الاتصال والتفاهم والتلاحم (إبراهيم السيد، 1993، ص 46). وتعتبر الاتصالات وسيلة المديرين في إدارة أنشطتهم الإدارية وفي إدارة وتحقيق أهداف المنظمة، وذلك على اعتبار أن الاتصالات تساعد في القيام بالآتي:

- تحديد الأهداف الواجب تنفيذها.
- تعريف المشكلات وسبل علاجها.
- تقييم الأداء وإنتاجية العمل.
- التنسيق بين المهام والوحدات المختلفة.
- تحديد معايير ومؤشرات الأداء.
- إلقاء الأوامر والتعليمات.
- توجيه العاملين ونصحهم وإرشادهم.
- التأثير في الآخرين وقيادتهم.
- حفز وتحسيس العاملين

كما تظهر أهمية وظيفة الاتصال من خلال الموقف الإداري الذي تظهر فيه هذه الاتصالات، فقد يكون هذا الموقف بين المدير ومروؤوسيه أو بين المدير وزميله وبين العمال فيما بينهم (أحمد ماهر، 1998، ص28).

3- أهداف الاتصال

إن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل؛ وقد يصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو مهاراته، ويمكن تقسيم أهداف الاتصال إلى:

- **هدف توجيهي:** يتحقق حينما يتجه الاتصال إكساب المستقبل خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة.
- **هدف تثقيفي:** ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين.
- **هدف تعليمي:** ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

- **هدف ترفيهي:** يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

- **هدف إداري:** ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

- **هدف اجتماعي:** يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد (هناك حافظ بدوي، 2003، ص 24-25).

يتبين مما سبق أن الاتصال يضمن بقاء المؤسسة ونموها وتحقيق أهدافها وتقليل الصراع داخلها وتعزيز شعور العمال بالانتماء إلى المؤسسة وتقوية روحهم المعنوية ورفع أدائهم ورضاهم عن العمل، وهذا ما دفع بالقول بأن الإدارة هي عملية اتصالات (فتحي خلوصي، 1964، ص 05).

4- تصنيفات الاتصال

تعتمد أنواع الاتصال جميعها على اللغة، ويرى المهتمون بالاتصال الإنساني أن كلمة "لغة" لا ينبغي إن تقتصر على اللغة اللفظية وحدها؛ ولذلك فهم يعتبرون كل فهم منظم ثابت يعبر به الإنسان عن فكرة تجول بخاطره أو إحساس يجيش ب صدره؛ إنما هي لغة قائمة بذاتها، لذلك فإن التعبير بالصور والموسيقى والحركة واللون يصبح لغة إذا حقق الإنسان هدف في نقل أحاسيسه وأفكاره إلى الغير. (صلاح الدين جوهر، 1980، ص 16)، وبناء على ما تقدم يمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة فيه إلى مجموعتين أساسيتين هما :

1-4 الاتصال اللفظي الشفهي Communication verbal

الاتصال الشفهي هو أقدم وأفضل وسائل الاتصال بمختلف أشكاله، ويمكن للاتصال الشفهي المباشر أن يقف على رجع الصدى أو التغذية العكسية للاتصال (زيدان عبد الباقي،

1979، ص 212)، ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي يستخدم في ها " اللفظ" كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي؛ ويكون هذا اللفظ منطوقا فيدرکه المستقبل بحاسة السمع، وقد عكف فريق من علماء اللغة على دراسة دلالات الألفاظ وأسفرت جهودهم عن ظهور علم المعنى العام (General semantics) الذي يهدف إلى تخليص الفكر الإنساني من المغالطات اللغوية (علي عجوة وآخرون، 1979، ص 33-34). ويعد الاتصال الشفهي من أقصر الطرق وأيسرها في الجهد والوقت وربما التكاليف؛ ومن جهة أخرى فإن مثل هذا الاتصال يعفي المصدر من الشكليات الرسمية ويوحي بوجود مودة بين طرفي الاتصال (زيدان عبد الباقي، 1979، ص 212)؛ ويمثل الاتصال الشفهي الجزء الأكبر من الاتصال اليومي في أي منظمة فالفرد يستغرق في هذا النوع من الاتصال 75 % من مجموع اتصالات الأعمال (Sorrels, Bobby, 1984, P 09).

الاتصال اللفظي الشفهي وثيق الصلة بالرموز الصوتية؛ فمثلا عبارة " إلى اللقاء " قد تصبح ذات معنى آخر بتغيير نبرة الصوت وهذا النوع من الاتصال لا يحدث بمعزل عن الاتصال غير اللفظي مثل: الإشارات، الحركة، الإيماءات... ويظهر الاتصال اللفظي المباشر في المؤسسة عند تنظيم الاجتماعات، أو الندوات، أو المؤتمرات أو البرامج التدريبية، ويعمل على نشر المعلومات المفيدة والفعالة.

4-2 الاتصال اللفظي المكتوب

إذا كانت الاتصالات الشفهية تبلغ نسبتها 75 % كما أشرنا من قبل؛ فليس معنى ذلك قلة أهمية الاتصالات المكتوبة ففي بعض الأحيان قد لا يسهل ممارسة الاتصال الشفهي مع أفراد المنظمة كما هو الحال عند استحالة الوصول إلى المستقبل (لطي راشد، 1974، ص 182)، كما أن الرسائل أو الموضوعات التنظيمية أو التقنية مثل: اللوائح والقوانين والمذكرات التفسيرية والنظم الأساسية توجب أن يكون الاتصال كتابيا لما فيها من تحديد للمسؤوليات والاختصاصات وتحديد طرائق العمل ومعدلات الأداء فضلا عن تأكيدها أو إسنادها

للاتصالات الشفهية (زيدان عبد الباقي، 1979، ص 212)؛ وغياب الاتصالات الكتابية يكلف أكثر من وجودها؛ فالمنظمة لا تستطيع أن تثبت وجودها إلا بطريقة تتمكن من خلالها المحافظة على مجهود الجماعة منسقا؛ ولا تستطيع الإدارة أن تؤدي وظيفة صناعة القرار باقتدار إلا باستعمال المعلومات المطلوبة للقرارات وعندئذ توصل الإدارة تلك القرارات للأشخاص المعنيين، كما يعتبر الاتصال الكتابي سجلا للأحداث بقطع النظر عن تغيير الأشخاص في المؤسسة فهو يتميز بالدوام والاستمرار وتحديد المسؤوليات وتعجيل عملية التنفيذ ويستخدم لشرح الأفكار المعقدة والتفاصيل الدقيقة.

3-4 الاتصال غير اللفظي **Communication non verbal**

يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ويطلق عليه أحيانا " اللغة الصامتة " (silent language) ، وتمثل الاتصالات غير اللفظية نسبة ما بين 65 إلى 93 % من الرسائل في حالات تبادل الرسائل وجها لوجه (Sorrels, Bobbye, 1984, P 15). ويقسم الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات هي:

- لغة الإشارة **Sign language**: وهي تتكون من الإشارات البسيطة والمعقدة

كإشارات التفاهم مع الصم التي يستخدمها الإنسان في الاتصال مع غيره .

- لغة الحركة والأفعال **Action language** : وتتضمن هذه اللغة مجموعة

الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريده من معاني أو أحاسيس، ومن أمثلة ذلك ما يؤديه الممثل من حركات على المسرح دون أن يصاحبها ألفاظ.

- لغة الأشياء **Object language**: ويقصد بالأشياء ما يستخدمه مصدر

الاتصال غير الإشارة والحركة للتعبير عن معاني أو أحاسيس يريد نقلها إلى المستقبل فارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتدي اللون الأسود (هناء حافظ بدوي، 2003،

ص 134-135)، فالأدوات والملابس النوميديّة التي تستخدم على المسرح - مثلاً- يقصد من استعمالها نقل الإحساس بالجوّ والزمان النوميدي إلى المشاهدين لكي يعيشوا فيها طول عرض المسرحية، يذهب راندال هاريسون (Randall Harrison) إلى أن الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية، ويقسم هاريسون أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة هي :

- رموز الأداء: وتشمل حركات الجسد، تعبيرات الوجه، حركات العيون والإيماءات وكذلك ما أطلق عليه " شبه لغة " (نوعية الصوت، الضحك، الكحة ...).

- رموز اصطناعية: مثل: نوع الملابس وأدوات التجميل والأثاث والمعمار والرموز المعبرة عن مكان الإنسان.

- رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكار من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل: حجب الضوء ونوع الصورة والألوان والضلال ونوع اللقطة التلفزيونية، بعيدة أو متوسطة أو مقربة، وكذلك استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

- رموز ظرفية: تتبع من استخدامنا للوقت والمكان من خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم مثل: ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية أو تجاهل شخص بطريقة متعمدة (Harrison.R, 1978, P 93-94).

إلى جانب هذه الرموز هناك المظهر الشخصي الذي قد يعبر عن الشخصية الاجتماعية؛ لهذا تشترط بعض المنظمات أن يرتدي موظفوها ملابس رسمية توحى بمكانة المؤسسة وأهميتها.

5- مستويات الاتصال

للاتصال ستة مستويات يتم أغلبها داخل المنظمات، ومن الملاحظ أن في المؤسسات نبحث غالبا عن استجابة معينة، فنحن نريد التأثير في سلوك الآخرين؛ لاحظ **ثاير (Thayer)** ان الاتصال في مستوياته يحدث فقط عندما يأخذ شخصا ما شيئا ما في اعتباره ، وهذه المستويات هي كالآتي:

5-1 الاتصال الذاتي *Intra personal communication*

عندما نفكر فإننا نستخدم الاتصال الداخلي؛ ونبدأ نستقبل ونجهز الرسائل داخل أنفسنا؛ وعند ذلك نلعب دور المرسل والمستقبل، وهذا النوع من الاتصال هو الأساس للمستويات الأخرى من الاتصال (Sorrels, Bobbye, 1984, P 73)، يرتبط هذا المستوى بالبناء المعرفي والإدراك والتعليم وكافة السمات النفسية، وحظي باهتمام العلماء باعتباره حلقة هامة تربط بين سلوك الفرد والبيئة التي يعيش فيها (حمدي، ح، 1987، ص 72)، يعتبر فهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد وذاته أساس فهم عملية الاتصال؛ ذلك أن رد الفعل تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف وتتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد والرموز التي يتعرض لها في عملياته الانفعالية (محمد عبد المجيد، 1997، ص 32) .

5-2 الاتصال الشخصي *Interpersonal communication*

يحدث الاتصال الشخصي عندما يقوم شخصان أو أكثر بالحديث مباشرة بين المصدر والمستقبل؛ فالحوار والمحادثات والمناقشات بين المجموعات الصغيرة هي مبادلات شخصية (Sorrels, Bobbye, 1984, P 06) ، ويتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة؛ ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل رسالته

وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعا (صالح أبو اصبع، 1995، ص ص 14-15)،
ويتميز الاتصال الشخصي بما يلي:

انخفاض تكلفة الاتصال ويتطلب ذلك جمهورا معروفا ومحدودا وغير مشتت.
سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة.

تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة.

3-5 الاتصال الجمعي Group communication

يحدث الاتصال الجمعي بين مجموعة من الأفراد مثل: أفراد الأسرة، زملاء الدراسة أو العمل، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحدث أو اتخاذ القرار أو حل مشكلة؛ حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي (مكاوي. ح، ليلي. س، 2002، ص 31)، ويلاحظ على هذا النوع من الاتصال أنه يحمل خصائص عديدة من الاتصال الشخصي من حيث العدد والمبادلات الشخصية.

4-5 الاتصال العام Public communication

يعني وجود الفرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد كما هو الحال في المحاضرات والندوات والأمسيات الثقافية وعروض المسرح ... ويتميز أعضاء هذا النوع من الاتصال بالتفاعل المرتفع (عبد المجيد، 1997، ص 34). ويواجه المتحدث عادة المستمعين وهم غالبا من ذوي الاهتمامات المتماثلة (Sorrels, Bobbye, 1984, P 06).

5-5 الاتصال الوسيطي (غير المباشر) Mediate communication

هذا المستوى من الاتصال يحدث عندما يستخدم شخصان (أو أقل) من الأشخاص بعض الوسائل الوسيطية لحمل رسائلهم، إن الأفراد في هذا المستوى لا يتصلون وجها لوجه بل يتم عبر رسائل ميكانيكية أو كهربائية أو وثائقية لنقل أو استقبال الرسائل مثل: الهاتف، والدوائر التليفزيونية والراديو والبرقيات والأقمار الصناعية... (مرجع نفسه، ص 06)، إلا ان الاتصالات

عن طريق الرسائل قد تكون في حكم الاتصالات المباشرة وإن لم تتم وجها لوجه مثل ذلك المدير الذي يرسل تعليمة إدارية توجيهية إلى أحد مرؤوسيه يطلب منه أداء عمل معين؛ فهذا لا يحدث اتصال مباشر بين الرئيس والمرؤوس عن طريق التبادل وجها لوجه غير أن النتيجة واحدة تقريبا؛ بمعنى أن المرؤوس سوف يقوم بالعمل المطلوب منه كما لو كان الرئيس قد حضر إليه بذاته أو استدعاه وطلب منه تأدية هذا العمل.

5-6 الاتصال الجماهيري Mass communication

يتضمن الاتصال الجماهيري الرسائل المرسله للجمهور الكبير غير المتشابه والمجهول و غالبا ما يستعمل الأفراد في هذا المستوى بعض الآلات الوسيطة مثل: الجرائد، المجلات، الكتب، النشريات... و الاتصال هنا يستهدف الذبوع والعمومية والانتشار والمألوفية لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال الأفكار إلى أشخاص وجماعات (محمود إبراهيم السيد، 1993، ص 18).

6- الاتصالات التنظيمية والإدارية

يقصد بالاتصالات التنظيمية والإدارية تلك الوسائل التي تستخدمها المنظمة لتوفير معلومات لباقي الأطراف الأخرى، ويصعب في واقع الأمر حصر وسائل الاتصالات التنظيمية والإدارية وذلك لسبب بسيط وهو أنه لا حدود للابتكار في تصميم هذه الوسائل، ويمكن تقسيم الاتصالات التنظيمية والإدارية على النحو التالي:

6-1 الاتصال الرسمي Communication formelle

ويقصد به الاتصالات التي تتم في إطار القواعد التي تحكم المنظمة وتتبع القنوات والمسارات التي يحددها البناء التنظيمي الرسمي (هناك حافظ بدوي، 2003، ص 151)، والاتصال الرسمي يكون أيسر في الاتجاهات الآتية:

1-1-6 الاتصال النازل Communication descendant

ويتمثل في الاتصال الإداري من الرؤساء في قمة التنظيم إلى المرؤوسين في المستويات الأدنى، ويأخذ هذا الاتصال شكل تعليمات وأوامر وتوجيهات تصدرها الهيئة الإدارية بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال (أحمد زكي بدوي، 1994، ص111).

2-1-6 الاتصال الصاعد Communication ascendante

يقوم العاملون أو من ينوب عنهم من المشرفين بإبلاغ المنظمة أو المستويات الإدارية العليا بمدى التقدم في الانجاز، ومشكلات العمل وغيرها، وعادة ما تكون هذه الاتصالات من أسفل إلى أعلى، ومن الأمثلة الشائعة لمثل هذا النوع من الاتصالات: نظم الاقتراحات، صندوق الشكاوى، التقارير، المذكرات.. (أحمد ماهر، 1998، ص 49).

3-1-6 الاتصال الأفقي Communication horizontale

يقصد به تلك الاتصالات التي تتم موظفي المستوى الإداري الواحد بهدف التنسيق بين جهودهم (هناك حافظ بدوي، 2003، ص 152).

الاتصال اللارسمي (غير الرسمي) Communication officieuse

هو الاتصال الذي يتم بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار ووجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم، أو تبادل المعلومات خارج منافذ الاتصال الرسمي؛ بعيدا عن خطوط تحدها وتدعمها السلطة الرسمية من خلال السلم الهرمي المندرج مثل اللقاءات غير الرسمية في أية مناسبة تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص (أحمد زكي بدوي، 1994، ص112).

7- وسائط الاتصال

إن وسائط الاتصال تعتبر من أهم الثورات الإنسانية؛ ويزداد الاهتمام بها يوماً بعد يوم؛ لما تحمله من تصورات ومستجدات قد تفوق إدراك وتصور بعض الافراد، وشكّلت هذه الوسائط ما يعرف " العالم القرية "

7-1 الوسائط لغة

الوسيط في اللغة كما جاء في معجم الوسيط هو " الوسيط بين المتخاصمين، المتوسط بين المتباعدين؛ وهو أيضا المعتدل بين شيئين، والوسيط جمعه وسائط، وهو كل شيء أو أداة تربط بين جهتين مختلفتين وتقارب بينهما (براي محمد، 2019، ص 35)، كما أن الوسيط في لغة الاتصالات هو شيء يسهل عملية نقل شيء من مصدر الى ثان (همال، ف، 2012، ص 17، في براي، م، ص 36)

7-2 اصطلاحاً: وتعرف وسائط الاتصال اصطلاحاً " عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس، بشكل مباشر أو بطريقة غير مباشرة في إطار العملية التفاعلية الثقافية للمجتمع (أحمد محمد زبادي و ابراهيم ياسين الخطيب، 2000، ص 10)

7-2 أنواع وسائط الاتصال:

يمكن تقسيم وسائط اتصال إلى:

- وسائط الاتصال المطبوعة المكتوبة أو المقروءة: وتضم الكتب، المجلات، الرسائل
- الوسائط المسموعة وتشمل الإذاعة والتسجيلات (الأسطوانات الاشرطة المسجلة)
- الوسائط المرئية وتضم السينما والتلفزيون والتسجيلات المرئية: وتمتد لتشمل الوسائط الرقمية الحديثة مثل: الانترنت، الهاتف النقال، التطبيقات الذكية، الأقمار الصناعية ...

لكل نوع من هذه الأنواع جملة من الخصائص تميزها عن غيرها

تعتبر وسيلتا الكلمة والصورة أقدم وسال الاتصال التي تحمل رسالتها من خلال حاسة النظر مثل: الجرائد اليومية والاسبوعية، المجالات، الكتب والكتيبات والنشرات التي يحملها البريد المباشر واللوحات الاعلانية، وتعتبر الإذاعة وسيلة الاتصال الموجهة الى حاسة السمع، بينما يتجه التلفزيون والأفلام السينمائية نحو حاستي النظر والسمع (إدوين إمري، فليب، هـ، أولت، أرين، ك، آجي 2000، ص 23-24)

المحاضرة الثانية: وسائط الاتصال بين القديم والحديث

الأهداف الإجرائية

- 8 أن يذكر الطالب أهم وسائل الاتصال القديمة
- 9 أن يحدد بإيجاز وسائط الاتصال الحديثة
- 10 أن يميّز بوضوح بين وسائط الاتصال القديمة ووسائط الاتصال الحديثة

مقدمة

إنّ وسائل الاتصال وجدت بوجود هذا العالم بأشكال متعددة؛ المادية وغير المادية ومرت بمراحل عدة، وأفرزت العديد من الأنواع المتفاوتة من ناحية الكم والكيف، والنوع والعدد، حيث اقتصرت وسائل الاتصال في بداية ظهورها في العصور القديمة على أشكال بسيطة؛ أراد من خلالها الفرد أن يتواصل مع غيره من جنسه؛ ومع بقية الكائنات الحية الأخرى؛ فاستعمل بذلك الطبول والدخان وإشعال النار والخيول ، بالإضافة الى الحفر والنقوش على الأشجار والاحجار والالواح والاعمدة المنصوبة في المعابد والساحات العامة، كما تم الاتصال والتواصل عن طريق التجارة والتجار وغيرها (محمد براى، 2019، ص 84). كما أنّ الأديان السماوية عننت بالاتصال من خلال تدعيم الكلمة ومفعولها في إيصال الرسالة (فضيل دليو، 1998، ص 23) ويمكن تقسيم وسائل الاتصال الى:

1- الوسائل التقليدية (القديمة):

لا شك في أنّ كل الدارسين في حقول الاتصال وسوسولوجيا الاتصال والمنتبعين لظهور وسائل الاتصال التقليدية يشتركون في فكرة أنّ هذا النوع من الاتصال لا يخرج عن نطاق الممارسات اليومية والعادية للأفراد في أشكالها البسيطة (محمد براى، 2019، ص 84)، وأهم وسائل الاتصال التي استخدمها الانسان قديما ما يلي:

1-1 جدران الكهوف:

لقد شكّلت جدران الكهوف من خلال الرسوم التعبيرية والرموز؛ وسيلة من وسائل الاتصال الهامة بين البشر الاوائل، حيث اكتشف العلماء صور تعود الى 30 ألف سنة على الصخور والكهوف كان يستعملها الانسان الاول للنقوش والرموز والتعبير عن حياته اليومية وما كان يعيشه في هذه الحقبة. [/https://www.edarabia.com/ar](https://www.edarabia.com/ar) وحظيرة التاسيلي بالجزائر مليئة بهذا النوع من الرسومات والتعبيرات حول حياة الانسان الاول وتنقلاته وحياته :



صور من حظيرة التاسيلي بالجزائر

1-2-النار والدخان:

كانت خيارات التواصل محدودةً جداً في العصور القديمة؛ فقد كان يلجأ الأفراد والجماعات في تلك الأوقات إلى استخدام وسائل وطرق بسيطةٍ لإيصال المعلومات فيما بينهم، ومنها على سبيل المثال استخدام النار والدخان؛ وتستخدم هاتان الوسيلتان للأغراض التالية:

- لإبلاغ عن الحاجة إلى المساعدة
- بادل المعلومات حول بعض الأمور المهمّة.
- أداة تتبع حيث كان يُستخدم الدخان خلال الوقت الذي سبق ظهور الخرائط.
- اتباع العلامات والتوجيهات المصنوعة من الدخان لتتحرك المجموعات من موقع إلى آخر أو تتبع بعضها البعض <https://mawdoo3.com> .

1-3- الحمام الزاجل

من أسرع أنواع الحمام على الإطلاق، اشتهر بنقل الرسائل المكتوبة بين الناس، كان الحمام يقطع مسافات طويلة للوصول إلى المكان المحدد له ، ويمتلك هذا النوع من الحمام قدرة من خلالها يستطيع رسم خرائط خاصة بالأرض، ويستعين بها على معرفة الأماكن والطرق، وكان الملوك قديماً يستعينوا بالحمام لنقل الرسائل ، وكذلك الأفراد ورؤساء القبائل. <https://www.almrsl.com/post/504975> ، وهو من أشهر طرق التواصل القديمة والتي تم استخدامها في المراسلات بين الناس؛ خاصة في أوقات الحروب؛ حيث كانت تستخدم في الاستخبارات، في الجيش، بمعرفة خط سير الحمام وإرسال رسائل قصيرة في أرجل هذا الحمام لتصل الى الهدف الذي يتم التدريب عليه، وكان أول من استخدم هذا هم الرومان ومن بعدهم العرب المسلمين طوال العصور الوسطى، حتى العصور الحديثة كان الحمام الزاجل أحد وسائل التواصل السري في الحربين العالميتين <https://www.edarabia.com/ar> كانت طريقة متطورة للحمام الزاجل ، من أجل إرسال الرسائل عبر مسافات طويلة لتوفير الوقت والجهد،



1-4- البريد

البريد من الوسائل القديمة وليست الحديثة، حيث اول من استخدم البريد كانت الحضارة المصرية القديمة، وكان البريد ولازال أحد الوسائل الهامة للتواصل بين الناس في إرسال الرسائل بين بعضهم البعض، حيث تم تطويره عدة مرات في بلد فارس وروما وصولاً الى البريد الحديث وهو النظام الفرنسي الذي تم إنشاؤه في القرن السابع الميلادي.

<https://www.edarabia.com/ar>

1-5- المنادي

أو ما يعرف في الموروث الشعبي الجزائري بالبراح هذا النوع يعد من أبسط أشكال وأنواع الاتصال، حيث يقوم على وجود شخص داخل العشيرة أو القرية أو المدينة يقوم بإخبار وإبلاغ الناس بوجود مستجدات، كإبلاغ الناس بوجود مناسبات الزواج أو الإبلاغ عن ضياع أشياء أو غيرها من المناسبات الأخرى؛ وتكون هذه المناداة عادة في المساجد والأسواق والساحات العمومية، يركز المنادي على وجود أكبر عدد من الأفراد المستمعين لإيصال الخبر وانتشاره بسرعة، ويكون عادة المنادي مأجورا أي يعمل مقابل تقاضي مبلغ من المال (محمد براي، 2019، ص85)

1-6- الشعر كأداة للاتصال

كما هو المعروف يضرب الشعر بجذوره في صميم الثقافة الإنسانية، تلك الحقيقة لا يشك فيها كل مطلع على ثقافة الشعوب، وليس ثمة أمة كانت لها حضارة ولم يكن لها ثقافة، ولم يكن لها ثقافة ولم يكن لها شعر، بل أن هناك حضورا قويا في ثقافات الشعوب البدائية التي عاشت في المناطق النائية وفي أعماق الصحاري والأدغال، وكل هذا لا يدع شكاً في أن الشعر هوية قبل أن يكون صناعة وهواية؛ وقبل أن يكون حرفة وأنه حاجة وضرورة، وليس لغوا من القول، حيث ارتبط الشعر على مر السنين بالواقع الفكري والسياسي والاجتماعي، وكان في كل مداخله يساير هذه الأحوال، ويجازي تغييراتها، ويشكل نوعها، حتى بات من المؤكد قراءة واقع المجتمعات وأوضاعهم السياسية والاجتماعية والفكرية من خلال قراءة الإنتاجات الشعبية في تلك الحقبة الزمنية (المشهوراي عصام، 2012، ص03)، ومنه فالفصائد الشعرية أقدم وسيلة اتصال التي عرفها البشر ومن أهم الوسائل التي استعملها العرب قديما، وبلغوا بها أعلى المراتب سواء في المدح، أو الرثاء والهجاء، أو الفخر أو في غير هذه الأغراض الشعرية، وقد كان أيضا في العصر الجاهلي الاداة التي يعبر بها عن رأي القبيلة ويشيد

بأفعالها، ولما جاء الإسلام كان لقصائد الشعراء المسلمين من أمثال حسان بن ثابت دورا في مناصرة الرسالة المحمدية، أما في عصر بني أمية فقد ظهر ما يسمى بالشعر السياسي، وكذلك الحال بالنسبة للدولة العباسية حيث كانت القصائد حافزا للقادة والجيوش، وهذا هو الحال لدى بقية الخلافت الأخرى والمماليك ، ومن هنا جاءت مكانة القصيدة الشعرية ، وبقيت مكانتها ووظيفتها السياسية والاجتماعية والإعلامية لغاية اليوم، فالشعر ديوان الشعوب عامة (براي محمد، 2019، ص 86)

1-7- الخطابة

الخطابة في اللغة مصدر توجيه للكلام نحو الغير للإفهام، وفي اصطلاح الحكماء مجموع قوانين بها الإقناع حمل السامع على التسليم بصحة المقول وصواب الفعل أو الترك، الخطابة فن لا يختص بشيء معين، بل تتناول كل شيء بخلاف غيرها من الفنون والاختصاصات الأخرى، ففن الخط والرسم ينظر في رسم الحروف وهيئتها والطب ينظر في أحوال جسم الإنسان والحيوان من جهة الصحة والمرض، ومما روى العلامة ابن رشد عن أرسطو أن فن الخطابة ليس لها موضوع خاص تبحث فيه بمعزل عن غيره، كم أنها تعنى بدراسة طرق التأثير والإقناع (علي محفوظ، 1984، ص 13) ومنه فإن للخطابة دور كبيرا لعبته في تاريخ العرب والمسلمين ببعديها السياسي والديني لا يقل أهمية عن دور القصيدة الشعرية، وأصبح للخطبة خاصة ومنذ ظهور الإسلام الشأن الكبير في نشر الدين وتعاليمه السمحة، كما أكدت الخطابة فعالية الاتصال المباشر في العصر الحديث والأهمية الكبيرة لها في إحداث التغيير في جميع المجالات، وتختلف ألفاظ الخطبة وعباراتها بحسب المقام الذي تقال فيه، فخطب التهديد، وخطب الوعيد وخطب الحرب وإخضاع المتمردين؛ تمتاز بقوة العبارة وفخامة التعبير واستعمال الكلمات الشديدة الغليظة، كما نجد ذلك في خطب الحجاج بين أهل العراق وحتى في الخطب الحديثة... (عبد الجليل عبده شلبي، 1981، ص 25-26)

1-8- البعثات والوفود

تعتبر من الوسائل التي عرفت قديما في نقل وإيصال رسائل ومازالت حتى يومنا هذا مع تغيير اسمها فقط، حيث عرف هذا النوع منذ القديم في نقل المعلومات والمعارف والتفاوض، وزاد انتشار هذا النوع من أنواع وسائل الاتصال بظهور الإسلام ؛ من خلال استعمال الوفود في دعوة اليهود والنصارى إلى الإسلام ، فتوجهت الوفود إلى الحبشة ومصر والفرس والروم و البحرين ، وغيرها من الأمراء ، ووجب في اختيار هذه الوفود العلم والفصاحة، و الصبر والشجاعة والحكمة وحسن التصرف وحسن المظهر ؛ وغيرها من الصفات التي تبرز وتزيد من قيمة الوفود والبعثات .

2- الوسائط الحديثة

إن الاهتمام الجماهيري بالأخبار جعل من الطبيعي أن يستخدم الافراد الوسائل الجديدة وهي: التلغراف والهاتف والخطوط الممتدة تحت الماء، واللاسلكي والأفلام السينمائية، والارسال الإذاعي، والارسال التلفزيوني، وأقمار الاتصالات، وذلك للإسراع بنقل الاخبار للعيون والاذان التي في الانتظار؛ أو نقل الاحداث الإخبارية مباشرة للجمهور البعيد، وكان التلغراف والهاتف والكبلات، واللاسلكي من الاختراعات التي ظهرت في القرن التاسع عشر القادرة على الإسراع في نقل الرسائل الى من ينتظرونها من محرري الجرائد وآلات المطابع، وأصبح شريط الصورة المتحركة منافسا قادرا على أن يقدم للمشاهدين في المسارح تصويرا مرئيا للأحداث المثيرة (إدوين، إمري، 2000، وآخرون، ص 141)

2-1- الصحف

تعتبر الصحف والمجلات من أقدم وسائل الاتصال الحديثة، بل لنقل أولها من ناحية الظهور مقارنة بالسينما والراديو والتلفزيون، (عاطف عدلي العيد، دس، ص 121) وتعرف الصحف عادة بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات، ويشرحها ويعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحافة كوسيلة اتصال. (دليو فضيل، 2003، ص 62).

إن ابتكار الطباعة على يد الألماني يوهان غوتبرغ في القرن الخامس عشر عام 1447م عندما قام بابتكار حروف يتم وضعها مجاورة لبعضها البعض لتطبع على الورق، وتعتبر ثورة الاتصال الثانية بعد الحمام الزاجل، فأصبح بإمكان الحكام والملوك طبع ما يريدون من كلمات للوصول لعامة الشعب، وكذلك الملصقات، التي كانت توضع على الجدران لتوضيح فكرة معينة، أو تأييد أو نفي فكرة ما، وبدأت الصحف تتطور شيئاً فشيئاً ، في القرن التاسع عشر والعشرين لتكون بمثابة دوريات ثابتة، ينشرها أفراد لهم صفة اعتبارية، لتقديم معلومات معينة لفئة من الناس هم القراء، إن الصحف ظهرت منذ القرن التاسع عشر ومازالت مستمرة في التطوير إلى اليوم. <https://www.almsal.com/post/504975>



بالرغم من تأثير الجرائد على المجتمع؛ إلا أن تاريخها التقليدي قصير الى حد ما، فمنذ مائتين وخمسين عاما لم يكن موجودا إلا جريدة أسبوعية وحيدة تصارع بوصفها طليعة للصحافة الاستعمارية، ولم تحدث انطلاقة الجرائد الزهيدة الثمن " صحافة القرش، Penny Press " في أول عصور الصحافة الشعبية بأمريكا إلا منذ 125 عاما؛ أي خلال العقدين الرابع والخامس من القرن التاسع عشر؛ ذلك العصر الذي حقق شهرته على يد جيمس جوردن بنيت " James Gordon Bennett " وجريدته نيويورك هيرالد، وهوراس جريللي " Horace Greeley " وجريدته نيويورك تريبيون، وهنري جرافيس ريموند " Henry Jarvis Raymond " وجريدته التايمز التي تصدر أيضا في نيويورك، وقد علم بنيت " Bennett " غيره كيفية البحث عن الأشياء وإبلاغها، أما " Greeley " فقد ابتكر الصفحة الافتتاحية، أما ريموند " Raymond " فقد ركز على تفسير الانباء، لقد وضع هؤلاء مع معاصريهم وخلفائهم أسس الصحافة الامريكية (إدوين، إمري، 2000، وآخرون، ص 95)

2-2- التلغراف

ترجع البدايات الأولى للاتصال اللاسلكي الى اختراع التلغراف الضوئي الذي اخترع التلغراف من قبل الفرنسي كلود شاببي (Claude Chappe) (براي محمد، 2019، ص 93)، وفي عام 1810 اخترع العالم الكهربائي التقني صمويل مورس (Samuel, F, Morse) التلغراف الذي يعيد طباعة الاحرف وفي 1827 اخترع الألماني شتيهيل (Steinheil) خاصية الارسال عن طريق سلك كهربائي واحد، <https://ar.wikipedia.org/wiki> وبدأ يتطور شيئاً فشيئاً حتى عام 1888م على يد الألماني هنريش هرتز (Heinrich, R, Hertz) الذي عمل اول إبراق لاسلكي <https://www.almsal.com/post/504975>.



صورة لتلغراف قديم

2-3- التليفون

يعني مصطلح (télé) اليوناني الأصل متعباد او بعيد، ويستخدم هذا المصطلح اليوم موازنة وبالربط مع الكلمة Communication ليتشكل بذلك على مصطلح télécommunication والذي يعني ويعبر عن الاتصالات قصيرة المدى باستخدام الوسائل الإلكترونية (محمد براي، 2019، ص 93)، يعد التليفون احدى اختراعات القرن التاسع عشر الميلادي، على يد المهندس المبتكر ألكسندر غراهام بيل (Alexander Graham Bell)، في عام 1875 بدأ في تطوير ما يعرف بالتلغراف الصوتي ، وفي عام 1892م كان بيل يتحدث لأول مرة في التليفون، وكانت فكرته هي نقل الرسائل الصوتية لمسافات كبيرة ، تم تطوير الهاتف على مدار عقود زمنية طويلة ، وتتطور من المرحلة السلكية أي نقل الصوت من خلال

الاسلاك إلى المرحلة اللاسلكية حتى وصل للهاتف النقال الذي بين ايدينا اليوم.

<https://www.almrsal.com/post>



صورة لهاتف قديم

2-4- الهاتف النقال

يعود تاريخ الهاتف المحمول لعام 1947م، عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيز التجارب في معاملها بنيوجرسي، ولكنها لم تكن صاحبة أول هاتف جوال؛ بل كان صاحب هذا الإنجاز الأمريكي مارتن كوبر (Martin Cooper)؛ الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو؛ حيث أجرى أول مكالمة به في 03 أبريل عام 1973، وكانت الهاتف المحمول إلى غاية الثمانينات كبيرة الحجم؛ ثقيلة الوزن، وفي عام 1984 اطلقت شركة نوكيا (Nokia) أول هاتف نقال في العالم، وفي التسعينات تعددت استخدامات الهواتف المحمولة؛ من حيث الصوت، ثم الصورة، ثم البلوتوث، وأخيرا الانترنت، ثم تعددت فيه الأنظمة والإمكانات التي فاقت حدود الخيال (براي محمد، 2019، ص 140).



2-5- الراديو

من أهم وسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين، ويعود اكتشاف الراديو لسنة 1906 على يد الايطالي ماركوني (Guglielmo Marconi) (بن علي مليكة، 2019، ص 41) الذي اكتشف الموجات الكهرومغناطيسية، حيث ارسل أول الاشارات عبر الاطلسي، بذلك

كانت ثورة الاتصال الثالثة، وكانت الحاجة لاختراع الراديو ملحة خاصة في حركات الملاحة الخاصة بالسفن، وخاصة على أعتاب الحرب العالمية الأولى، كما ظهرت الحاجة الماسة لتواصل الزعماء مع شعوبهم عبر وسائل اتصال جماهيرية <https://www.almrsal.com/post>. وتعد الإذاعة من أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا، فالأفراد يمكنهم متابعة برامج الراديو دون أي عراقيل؛ سواء في المنزل أو في السيارة أو المكتب أو حتى في الطائرة (بن علي مليكة، 2019، ص 41)



صورة لأولى أجهزة الراديو

2-6- التلفزيون

إنّ اختراع التلفزيون هو نتيجة جهود طويلة من الاكتشافات منذ القرن التاسع عشر، ففي 26 جانفي 1926 شهد أول بث لصور متلفزة من قبل جون لوجي بيرد (John logie Baird)، بالأبيض والأسود، كما عرف جهاز التلفزيون بعد ذلك تطورا ملحوظا انطلاقا من 1950؛ حيث ظهرت الألوان ، وانتشر في البيوت، كما عرف التلفزيون قفزة نوعية منذ سنة 2000 بفضل الرقمنة <https://www.histoire-pour-tous.fr> حاز التلفاز على اهتمام الجماهير من كل العالم، فكان هو النقلة الكبيرة في عالم الاتصال المرئي والمسموع، اعتمد على نفس موجات الراديو. <https://www.almrsal.com/post>



تطور أجهزة التلفزيون

7-2 وكالات الأنباء

رغم تعدد وسائل الاتصال وتنوع طرق تبليغها للناس، إلا أن الوكالات ظلت دون منازع الوسيلة التي تغذي بقية الأجهزة الإعلامية من صحف و راديو وتلفزيون وغيرها حتى الوسائل الرقمية الحديثة، بالأخبار في مختلف الأوقات، وتطلعها لحظة بلحظة على ما يطرأ من الأحداث وتطوراتها، وبذلك يكون القارئ للصفحة أو المستمع لراديو أو المشاهد التلفزيون قارئاً ومستمعا ومشاهدا لوكالات الأنباء التي نقلت الخبر، ومن هنا يبرز تأثير الوكالة على تفكير الناس، وطريقة تصورهم للأشياء، ونظرتها الى مختلف الأمور والقضايا، فالعالم الآن أصبح يعيش على الأخبار، ينام ويستيقظ عليها (محمد فريد عزت، 1983، ص 8) ومن خلال هذه الأهمية سعت العديد من الدول إلى إنشاء وكالات محلية للاضطلاع بمهمة الإعلام داخليا وتوفير الفرص لنشر الخبر في وكالات إخبارية عالمية، وترجع بداية وكالات الأنباء إلى نهاية العشرينيات من القرن التاسع عشر حيث بدأ الفرنسي المجري الأصل " شارل لويس هافاس" (Charles-Louis Havas) بالتفكير في مجال جمع الأخبار الذي تتوقع لها مستقبلا زاهرا آنذاك، وبحلول عام 1835 ظهرت أول وكالة أنباء وكان أنداك انطلاقا من مكتب خصص لجمع الأنباء بباريس والاستعانة بمراسلين بمعظم العواصم الأوروبية، وتتوالى بعد ذلك ظهور العديد من الوكالات الإخبارية؛ كوكالة الأنباء الألمانية عام 1849 والوكالة البريطانية عام 1851 وقد صنفت وكالات الأنباء إلى ثلاثة أصناف أساسية:

1-7-2 **الوكالات العالمية:** وتميزت بكثرة وتنوع الخدمات الإعلامية التي تقدمها

وسعة توزيعها وضخامة الوسائل البشرية والمادية والتقنية التي تملكها.

2-7-2 **الوكالات الجهوية:** وهي التي تتعدى فيها أنشطتها الإخبارية بلدها الأصلي

إلى بعض الدول الأخرى

2-7-3 **الوكالات المحلية:** ويتمثل نشاطها الأساسي في جمع وتوزيع المعلومات في بلدها الأصلي، وإن كانت تحاول أن تتجمع وتتعاون مع بعضها البعض للتقليص من الهيمنة الإخبارية (دليو فضيل، 2003، ص 87-89)

2-8 الأقمار الصناعية

ظهر عهد الأقمار الصناعية موازي لعهد التلفاز، قام الاتحاد السوفيتي بإرسال أول قمر صناعي عام 1957م وهو Sputnik، وكان هذا بداية لافتتاح عصر الاتصالات الفضائية، وبعدها القمر الصناعي الأمريكي عام 1962م Tele star 1؛ لنقل خدمات البث التلفزيوني، بين القارة الأمريكية والقارة الأوروبية، وكانت قوتها 10 واط فقط؛ تم استخدام الأقمار الصناعية لنقل البث الإذاعي والتلفزيوني، حيث يتم وضعها في المدار الجغرافي تأخذ نفس سرعة الأرض مهمتها نقل المعلومات والبيانات <https://www.almrsl.com/post>.



2-9 الإنترنت

ترجع الجذور الأولى والأصول التاريخية للإنترنت (شبكة اتصالات) إلى مشروع شبكية إدارة مشاريع الأبحاث المتقدمة والذي تبنته وزارة الدفاع الأمريكية عام 1969؛ والذي يطلق عليه في تلك الفترة بمشروع "أربانت" (Arpanet)؛ وهذا المشروع في انطلاقة التأسيسية الأولى كان يهدف إلى وصل الإدارة آنذاك مع متعهدي القوات المسلحة الأمريكية، بالإضافة إلى عدد كبير من الجامعات التي كانت تعمل على أبحاث ممولة من طرف القوات المسلحة الأمريكية؛ وسمي هذا المشروع بشبكة "أربا" (Arpa) اختصاراً للتعبير الإنجليزي (Projet Administration the Advanced Resend) (براي محمد، 2019، ص 116)، وكان الهدف الأساسي من هذا المشروع هو تطوير شبكة كمبيوتر تصمد أمام الهجمات العسكرية

؛ بطبيعة الحال في المجال المعلوماتي والتقنيات العسكرية. (النوني محمد علي، 2010، 23-24) كانت شبكة الانترنت تربط مجموعة قليلة من الحواسيب في عدد قليل من المناطق بالولايات المتحدة، حتى منتصف عقد الثمانينات ، تطورت الشبكة لتربط شبكات صغرى في جميع أنحاء الولايات المتحدة، وقامت بربط آلاف الحواسيب، في مؤسسات البحث ، ونمت الشبكة نمو كبير في سنوات التسعينيات ، حتى بدأت في تغطية شاملة على مستوى الولايات المتحدة <https://www.almrsl.com/post> .



صورة رمزية للإنترنت

المحاضرة الثالثة: وسائط الاتصال الجماهيري

- الأهداف الإجرائية
- أن يعرف بدقة الاتصال الجماهيري
- أن يحدد وسائط الاتصال الجماهيري
- أن يشرح بوضوح مفهوم المجتمع الجماهيري
- أن يحدد أهم سمات وسائط الاتصال الجماهيري
- أن يميز بين نماذج الاتصال الجماهيرية
- أن يصنف بشكل دقيق شبكات الاتصال الجماهيري

1- مفهوم الاتصال الجماهيري

الاتصال الجماهيري Communication de mass هو أكثر شمولية من وسائل الاتصال الجماهيرية؛ لأن هذه الأخيرة تتضمن أجهزة ومعدات فقط، بينما محتوى الاتصال الجماهيري تلك التقنيات بالإضافة إلى كل ما يصدر عنها من معرفة ومعلومات (عزوز، أ، 2016، ص 30)

يعرف الاتصال الجماهيري بأنه " عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية. ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مذهلة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات." (أبو اصبع، ص، 1999، ص 15)، فالإتصال في هذا المستوى " عملية إنسانية اجتماعية أساسية وجوهرية في حياة البشر، تحقق إشراك الأفراد في المعلومات والأفكار والاتجاهات، وهي عملية دائمة ذات طريق مزدوج ومواقع متبادلة بين طرفيها ولها عناصرها ونتائجها (البادي، م، 2013، ص 09)

إن مهمة القائم بالاتصال الجماهيري تنقسم الى قسمين: معرفة ما يريد توصيله، ومعرفة كيفية تقديم رسالته بحيث يتحقق لها أكبر تغلغل ممكن في عقول مستمعيه، إن الرسالة ذات

المضمون الرديء؛ والتي تبعث إلى ملايين الناس بطريقة رديئة ربما يكون تأثيرها أقل فاعلية من تلك الجيدة الاعداد والتي تطرح أمام جمهور قليل (إدوين إمري، فليب، هـ، أولت، أرين، ك، آجي، 2000، ص 19)، وبشكل عام يمكن القول أن نواحي التماثل بين عملية الاتصال الجماهيري والاتصال بين فردين، أكبر من نواحي الاختلاف، فعلى الفرد في كلتا الحالتين أن يواجه مشاكله متصلة بجذب انتباه الجمهور، واستخدام رموز أو اشارات تشير إلى تجارب تلك الاحتياجات، وهذا يتطلب تنشيط بعض العمليات السيكلوجية، وعلينا أن ندرك أن الناس حينما يعرضون أنفسهم لوسائل الإعلام إنما يفعلون ذلك بحثا عن أشياء معينة، بصرف النظر عما تريد وسائل الإعلام أن تقدمه للناس، فانهم يختارون ما يريدونه من المضمون الذي يقدم لهم، ونظرا لأن هناك وسائل عديدة ووحدات عديدة للاتصال، اصبح لدى الناس فرص عديدة للاختيار، وهم سيختارون في أغلب الأحوال ما يتفق مع آراءهم واتجاهاتهم القوية، لأن المسافة التي تفصل بين الناس ووسائل الاعلام كبيرة <https://www.startimes.com>

2- المجتمع الجماهيري

برزت ظاهرة لافتة في المجتمعات الغربية على مستوى العلاقات الاجتماعية؛ تمثلت في بؤادر التباعد بين البشر ضمن الجغرافيا الواحدة، هي سمات الحياة المتمدنة ذات الإيقاع السريع، وكثرة الاعمال والنشاطات، فصار الافراد بوجهون اهتمامهم نحو شؤونهم الخاصة، ويميلون أكثر إلى العزلة والانكفاف على الذات غير مكترئين بالآخرين، فبرزت الفردية في المجتمعات الغربية وتساعد إغترابية الفرد وتكاثرت العلاقات المتشظية مؤدية إلى ازدياد العزلة النفسية للإنسان (ملفين ل، ديفلر، ساندرابول، روكيتش، 2004، ص 229) قامت نظرية المجتمع الجماهيري على افتراضات مفادها أن الافراد في هذا المجتمع في وضع يتسم بالعزلة النفسية وانعدام المشاعر الشخصية، وتحرر نسبيا من المتطلبات الاجتماعية (المرجع السابق، ص 229) وهذه النظرية كان لها ارتدادات مهمة في التفسيرات والبناءات النظرية التي حاولت تقريب علاقات الافراد بالوسائل الاتصال الجماهيري.

3- سمات وخصائص الاتصال الجماهيري

- يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا او وسائط النقل سواء أ كانت ميكانيكية أم الكترونية مثل: الصحف والمجلات، الراديو، التلفزيون، السينما ... أو توليفيه من كل ذلك
- يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الافراد الذين لا بعضهم البعض، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الاتصال الأخرى.
 - يتم التحكم في رسائل ومضامين الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية.
 - رجع الصدى والتغذية العكسية مؤجلة ومتأخرة الاتصال الجماهيري (مكاي وليلى السيد، 1998، ص 34-35)
 - يختلف الاتصال الجماهيري عن باقي أنواع الاتصال كونه يتطلب وسيلة اتصال جماهيرية، يعمل الاتصال الجماهيري ضمن اطار اجتماعي جد معقد تتأثر الرسائل بمواقف حراس البوابات الإعلامية
 - الاتصال الجماهيري بشكل عام متزايد وأصبح عملية تستهدف الوصول الى جماهير متخصصة عبر وسائل متخصصة؛ عمليا كل وسيلة موجهة بشكل أو بأخر نحو جماهير متخصصة (أبو العلا، 2013، ص 30)
 - غياب المتلقي او مستقبل الرسالة غياب يكاد يكون تاما، فعلى المستوى الفيزيقي لا يكون مستقبل الرسالة في موقع الارسال ولا يقتصر هذا الغياب على غياب المكان فحسب؛ فالغياب يكون معلوماتيا أيضا؛ فالمرسل لا يكاد يعرف شيئا يقينيا على المتلقي، ولا يستطيع أن يعرف هل المتلقي قد تلقى الرسالة ام لا (مختار، 2010، ص 99)
 - مضمون الاتصال يتصف بالعمومية والسرعة والوقتية؛ وهو مضمون عام لأنه ليس موجه الى شخص معين؛ فكل الأعضاء في الاتصال الجماهيري يعرفون انهم جميعا يشتركون في التعرض للرسائل العامة؛ أي موجهة إليهم، كما يتصف بالوقتية لأنه يعد ليستهلك في الحال.

- جماهير الاتصال الجماهيري يتصف بالضخامة غير متجانسة من حيث العمر، الجنس، التعلم، الدخل، المستوى الاجتماعي، وغير متجانسة في القدرات والمعارف والاعمار والميول والاذواق.
- يكون منشأ هذه الرسائل في الغالب مؤسسات كبيرة (الإذاعة، التلفزيون) لها ميزانيتها وتخضع لقوانينها وسياساتها.
- الاتصال الجماهيري عملية منظمة مدروسة غير عشوائية، ومعدة سلفا يقدم عليها عدد كبير من المتخصصين، وتتطلب مخصصات مالية ضخمة؛ وتستخدم آلات اتصال معقدة (مكاوي، عاطف العبد، 2008، ص 60-61)
- جماهير الاتصال الجماهيري واسعة جدا ومنتشرة في مناطق جغرافية متباعدة ويؤكد دنيس ماکويل Denis Mcquail على ان الصفات التي تميز الاتصال الجماهيري انعكاس لطبيعة المجتمع الحديث، غير معروف ولا يحدث بين الناس الا قدر ضئيل من التفاعل ويفتقرون الى التنظيم ويتعرضون الى التغيير (البادي، 2013، ص 11-12)

4- نماذج الاتصال الجماهيري

إن الهدف الحقيقي للاتصال هو تحقيق العمومية أو الشيوخ والمشاركة؛ وهذا لا يتم إلا إذا وجدا كل من المرسل والمستقبل حد أدنى من التداخل وإيجاد فهما مشتركا لمعنى الرسالة الاتصالية، الذي يترتب عنه إحداث اتصال فعال مبني على المعرفة المتبادلة المشتركة للرسالة بين أطراف عملية الاتصال التي تتكون في أبسط صورها من ثلاثة عناصر هي: المرسل، الرسالة والمستقبل؛ وقد يكون المرسل والمستقبل فردا أو جماعة؛ كما قد يتضمن المتلقي (المستقبل) نوعيات متعددة من الجماهير.

إن عملية فهم الظواهر التي تحيط بنا تتم بواسطة نماذج رمزية نستخدمها جميعا في تفكيرنا لكي يسهل علينا استيعابها وفهم مكوناتها، تعرف الباحثة جيهان أحمد رشتي النماذج " بأنها محاولة لتقديم العلاقات بين العناصر الأساسية في ظاهرة معينة ويتيح نموذج

الاتصال للباحثين أبسط وأفضل الطرق لتفسير التفاعل البشري الذي يتسم بالتعقيد الشديد" (جيهان أحمد رشتي، 1978، ص73).

1-4 أهداف نماذج الاتصال الجماهيري

تخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية هي :

- **تنظيم المعلومات** : فالنموذج يحاول إعادة إيجاد العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء والظواهر التي ندركها وذلك في شكل رمزي أو مادي.
- **تطوير الأبحاث العلمية**: فالنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه والمتغيرات المهمة في الظاهرة في شكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.
- **التنبؤ**: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ وذلك لأننا بعد أن نفهم الظاهرة نستنتج العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى متشابهة .
- **التحكم**: بعد التنظيم والفهم والتنبؤ نصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج وهو التحكم؛ وذلك أن من خلال السيطرة على الظواهر واستخدامها لصالح الإنسان (مكاوي.ح، ليلي.س، 2002، ص 36) .

- 2-4 الصعوبات التي تعترض وضع النماذج

تواجه عملية وضع نماذج الاتصال صعوبات هي :

- العمل على تجميد عملية الاتصال لكي نصف عناصرها أو مكوناتها.
- إغفال بعض العناصر أو الفصل بين عناصر لا يمكن الفصل بينها في الواقع.
- استخدام اللغة في الوصف؛ واللغة نفسها عملية متغيرة من وقت لآخر.

(مرجع سابق، ص 37)

2-4 أنواع نماذج الاتصال

يصنف بارن لند (Barn lund, 1988) النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما:

1. النماذج البنائية : التي تبرز الخصائص الأساسية للحدث أو الظاهرة أي

المكونات وترتيب وعدد الأجزاء المنفصلة للظاهرة محل الوصف.

ويمكن ان نذكر أمثلة عن النماذج البنائية مثل:

1-2-4 نموذج أرسطو

يرى أرسطو في كتابه " فن البلاغة " أن البلاغة ويعني بها الاتصال هي البحث عن

جميع وسائل الإقناع المتاحة، وقد نظم دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتية:

- الخطيب (المرسل)

- الخطبة (الرسالة)

- المستمع (المتلقي)

ونظرا لأن الخطابة الوسيلة الأساسية للاتصال السياسي في المدن الإغريقية ؛ فقد

كان الإقناع الشفهي هو أقرب الشبه بالاتصال الذي نعرفه الآن (مكاوي.ح، ليلي.س،

2002، ص 36).

2-2-4 نموذج لازويل (1971) Lasswuel

يقترح هارولد لازويل أسئلته الخمسة الشهيرة الذي يعبر من خلالها عن نموذجة:

- من؟ Who ?

- ماذا يقول؟ Says what ?

- بأية وسيلة (قناة)؟ In which channel ?

- لمن؟ To whom ?

- وبأي تأثير؟ Whith what effect ?

وقد عدّل ريموند نيكسون (Nikson.R) من عبارة لازويل وأضاف إليها ما يتصل بالموقف العام للاتصال (في أي ظرف؟) والهدف من العملية الاتصالية (لأي هدف) (عبد العزيز شرف، 2003، ص 101).

إن نموذج لازويل يسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي؛ وقد أغفل الأبعاد والخصائص النفسية والاجتماعية والعقلية لكل من المرسل والمستقبل.

3-2-4- نموذج جورج جريفير Griver .G

يذكر مان لين (Man lin) في كتابه "قصة الاتصالات الإنسانية" نموذج جورج

جريفير الذي يتضمن عشرة عناصر للاتصال وهي:

- شخص Some one
- يدرك حدثا Perceive an event
- ويستجيب And reacts
- في موقف ما In a situation
- عبر وسائل Through some means
- ليصنع مواد مناسبة To make available materials
- بشكل ما In some forme
- وسياق And context
- ينقل محتوى Conveying content
- له نتائج With some consequences

(Man lin, 1977, P 4)

رغم ما يلاحظ من إثراء في هذا النموذج إلا أنه يتمركز حول البيئة الخارجية للعملية الاتصالية (موقف، وسائل، يصنع مواد، شكل، سياق) أكثر من العمليات الداخلية لطرفي الاتصال (المرسل والمستقبل).

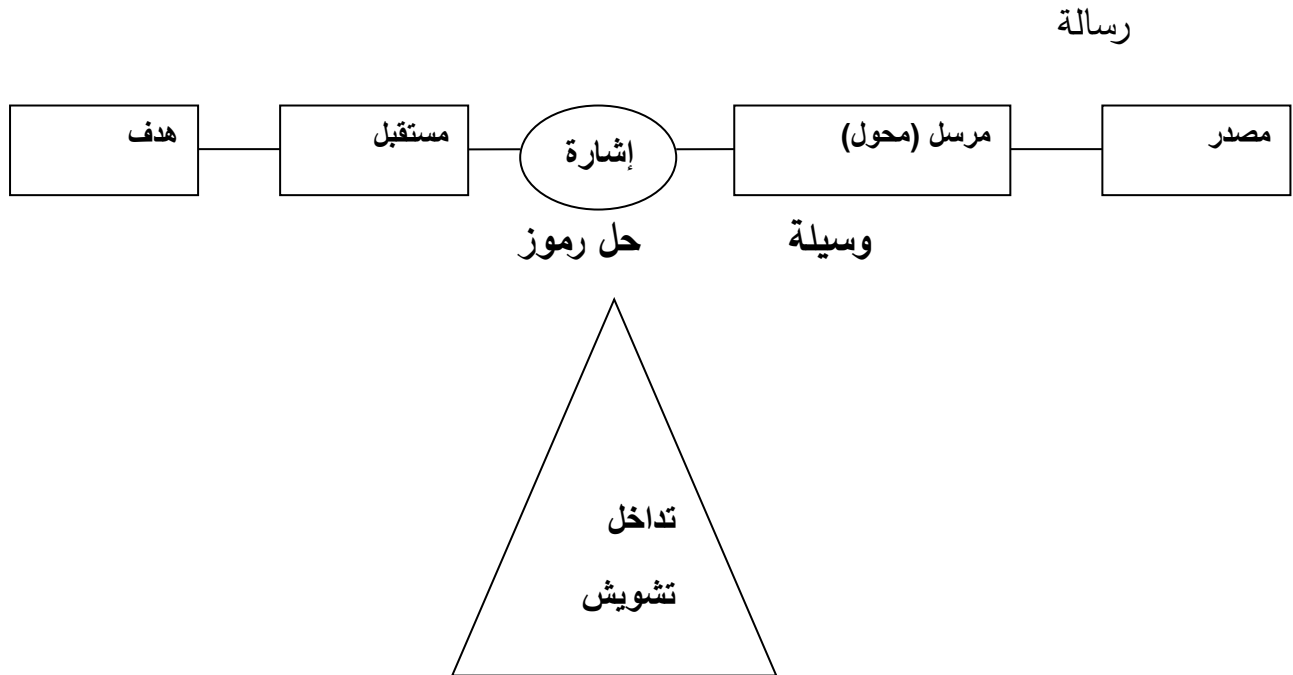
4-2-4 نموذج شانون وويفر C.Shannon w.weaver

يعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التي قدمها الباحث كلود شانون (C.Shannon) عام 1948، تقوم هذه النظرية على المفاهيم الرياضية التي تضع نظام الاتصال وفقا لهذا النموذج الذي يتضمن ما يلي :

| | |
|-------------------|--------------------------------|
| Source | - مصدر المعلومات |
| Message | - ينقل رسالة |
| Transmitter | - عبر جهاز إرسال |
| Encoding - signal | - يحمل الإشارة (الرموز) |
| Noise | - يحدث تشويش |
| Decoding | - جهاز الاستقبال يتلقى الإشارة |
| Destination | - الهدف |

(مكاوي.ح، ليلي.س، 2002، ص 39)

يمكن تصوير نموذج شانون و ويفر كما يلي :



شكل رقم (05) : تصوير نموذج شانون و ويفر

من خلال هذا النموذج يتضح أن " مصدر " المعلومات يختار " رسالة " معينة يرغب في إرسالها إلى هدف محدد، يبعث هذه الرسالة بواسطة خط هاتفي أو اتصال لاسلكي، أو جهاز لنقل الصور (مرجع سابق، ص 72)؛ التي تحول إلى إشارات يقوم جهاز الاستقبال بفك رموزها ويحولها إلى رسالة يستطيع الهدف (المتلقي) أن يستقبلها، والتغيرات التي تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال ترجع إلى التشويش الذي يشير إلى مصدر الخطأ (مكاوي.ح، ليلي.س، 2002، ص 39-40)

إن الاتصال وفق هذا النموذج شبيها بعمل الآلات التي تنقل المعلومات، وقد أهمل الاتصال الإنساني وجها لوجه دون وسائط ميكانيكية أو كهربائية، ولذا نجد من الأهمية بمكان ذكر نماذج اتصال أخرى تبرز الاتصال الإنساني في تفاعله وتأثيره.

II. **النماذج الوظيفية:** تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على الظاهرة أو النظام (Barn lund. D.C, 1988, P 18). نذكر منها:

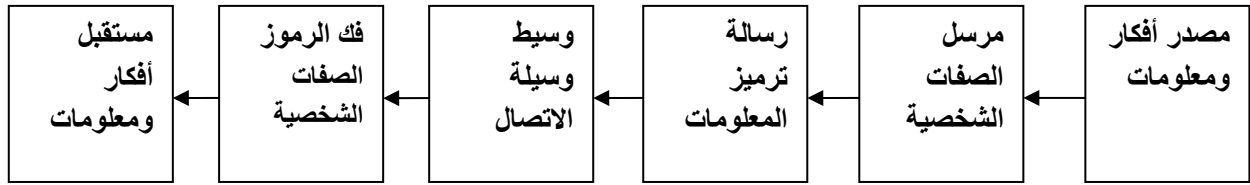
4-2-5 نموذج ديفيد برلو David Berlo

يتضمن نموذج برلو (1960) للاتصال؛ أربعة عناصر رئيسية هي:

| | |
|----------|-----------|
| Source | - المصدر |
| Message | - رسالة |
| Channel | - الوسيلة |
| Receiver | - المتلقي |

يتضمن هذا النموذج عنصرين فرعيين هما المرمز (Encoder) الذي يضع الرسالة في شكل رموز (Code) مثل الجهاز الصوتي عند الإنسان، الآلة ... والعنصر الثاني هو

جهاز فك الشفرة (Decoder) الذي يقوم بفك رموز الرسالة مثل: الأذن في حالة الاتصال الشفوي اللفظي أو العين في حالة الاتصال غير اللفظي (Berlo.D.K , 1963, P 99)، يذهب برلو إلى أننا نتصل لكي نؤثر ولا توجد عملية اتصال دون هدف والناس يسعون دائما من أجل التأثير في البيئة وفي الآخرين (عبد العزيز شرف، 2003، ص99)، الشكل التالي يوضح نموذج برلو:



شكل رقم (06): نموذج برلو للإتصالات (مرجع سابق، ص 99)

يتضح من شكل رقم (06) أن برلو اعتبر الاتصالات كعملية (Process) تتضمن العديد من الأنشطة؛ حيث تجعل من المصدر والمستقبل اللذان يتأثران بقدرتهما العقلية والجسمية والحواسية، يظهر هذا لاتصال جليا الاتصال الإنساني .

6-2-4 نموذج روس Rous

يعتمد نموذج روس التفاعلي على ستة عناصر أساسية هي:

| | |
|-----------|--------------|
| Sender | - المرسل |
| Message | - رسالة |
| Channel | - الوسيلة |
| Receiver | - المتلقي |
| Feed back | - رجوع الصدى |
| context | - السياق |

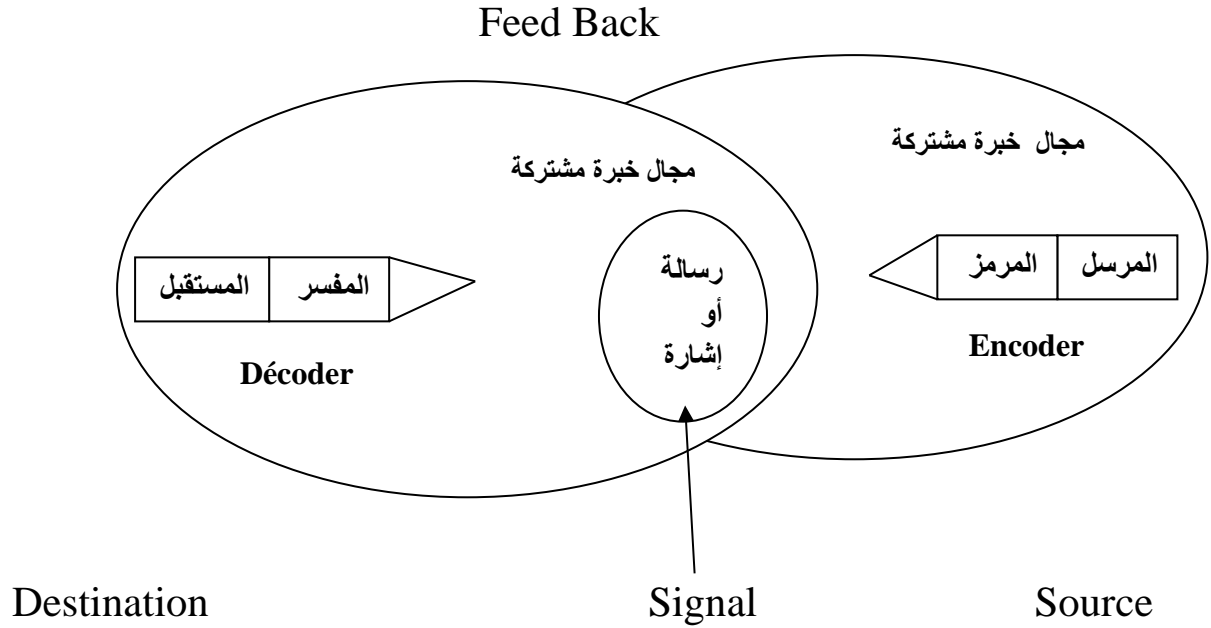
يبدأ المرسل في وضع أفكاره " كود " يتضمن المنبهات التي تتفق مع وجهات نظره ؛ ويعمل الطرف الذي يحدث فيه الاتصال كمؤثر يحدد المعنى العقلي للفكرة؛ ويتم نقل فكرة الرسالة في شكل منبهات من خلال القنوات والوسائل التي تحمل الرسالة إلى المتلقي؛ ثم يفك هذا الأخير رموز الرسالة؛ وتتضمن عملية فك " الكود" اختيار المنبهات التي تتفق مع ثقافة وخبرة المتلقي، الذي يمكنه الاستجابة للرسالة والمتمثلة في رجع الصدى التي تتيح للمرسل من خلالها التعرف على مدى تحقيق الرسالة لهدفها، ويؤكد روس على أهمية الطرف والمناخ العام " context " للحالة التي يحدث فيها الاتصال؛ ويتضمن هذا السياق العام المشاعر واتجاهات وعواطف ولغة كلا من المرسل والمتلقي (جيهان أحمد رشتى، 1978، ص 122-123)، والميزة البارزة لهذا النموذج هو التفاعل والتأكيد على الظروف البيئية مثل: الجماعات.

4-2-7 نموذج ولبر شرام Wilbur schram

استخدم ولبر شرام Wilbur schram في نموذجه التفاعلي الذي قدّمه سنة 1954 ثم طوّره سنة 1971 في نموذج شانون و ويفر مع اضافة عنصرين جديدين هما: رجع الصدى والخبرة الشخصية، وأضاف إلى النظام البنائي الذي أشار إليه شانون و ويفر النظام الوظيفي أي تأثير التعلم على السلوك والجوانب الدلالية، يرى شرام أن رجع الصدى عنصر ضروري لكل من المرسل والمستقبل؛ لأنه يخبرنا تفسر رسائلنا وكيف يستجيب لها الجمهور، أما فكرة التشويش فهي تلفت انتباهنا إلى حقيقة أن الرسالة يحتمل أن يحدث لها تدهور قبل أن يفك المتلقي رموزها ويفسرها (مرجع سابق، ص 183-192).

إن البعد الأساسي في نسق الاتصال عند نموذج شرام يتمثل في التوافق والتناغم بين المرسل والمستقبل؛ هذا العنصر واضح في جهاز الإرسال الإذاعي وجهاز الاستقبال؛ لكن المسألة تصبح أكثر تعقيدا لدى المستقبل الإنساني الذي يجب أن يفهم المرسل الإنساني في مجال الخبرة المشتركة بينهما؛ حتى يتحقق ذلك التناغم والتوافق

أي الفهم (بدوي.ه، 2003، ص 81)؛ ويمكن توضيح هذا النموذج من خلال الشكل التالي:



شكل رقم (07): نموذج ولبر شرام

حاول ولبرشرام أن يطور سياقاً نظرياً يبرز من خلاله عملية الاتصال ويحللها في ضوء المعنى الذي يتضمنه الاتصال في أصله اللاتيني « Communication » الذي يعني الاشتراك في موضوع معين أو خبرة معينة بين مرسل والمستقبل للرسالة.

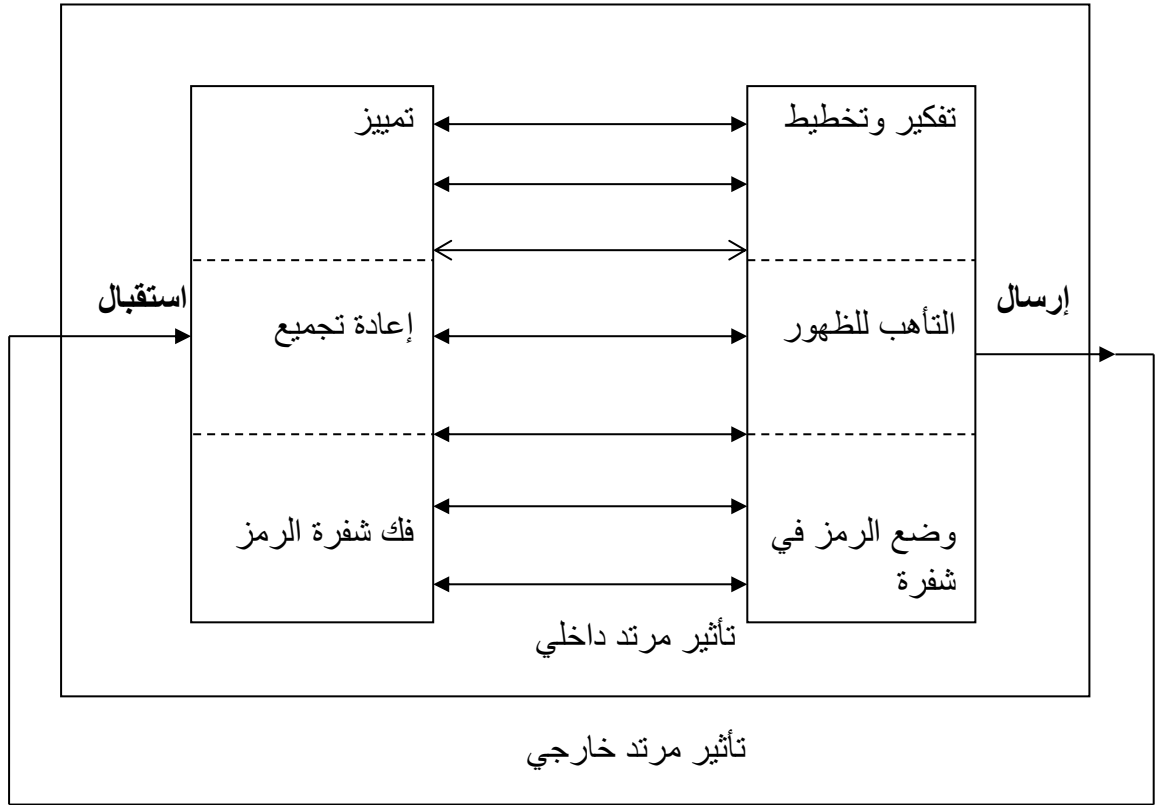
8-2-4 نموذج باركر وإيزمان TL. Barker & G. Wisseman

يذهب باركر وإيزمان إلى أن الكائن الحي يتأثر بمنبهات داخلية؛ سيكولوجية وفيزيولوجية ومنبهات خارجية مصدرها الظروف المحيطة به، سواء كانت تلك المنبهات علنية التي يسمعها أو واعية - مثل رؤية إشارة مرور - أم منبهات خفية لاشعورية - مثل الموسيقى التي يسمعها كخلفية في مشهد سينمائي - يتلقى الفرد هذه المنبهات الداخلية والخارجية أو يستقبلها في شكل نبضات عصبية تنتقل إلى العقل ثم يختار بعض المنبهات، ويفكر فيها. (TL. Barker & G. Wisseman, 1967)

إن اتخاذ القرار عما سيتم اختياره يتطلب عملية تمييز، يليها عملية تجميع للمنبهات التي تم اختيارها في مرحلة التمييز، ثم يتطلب ترتيب تلك المنبهات في شكل خاص له معنى عند القائم بالاتصال وتحويلها إلى رموز فكرية؛ هذه المرحلة ضرورية لكي يصبح للمنبهات معنى، وفي مرحلة الإرسال النهائية يتم التعبير بالكلمات الرمزية والحركات التي وضعها القائم بالاتصال في شكل مادي ملموس؛ عن طريق التحدث أو الإلقاء أو التمثيل أو الرقص أو الكتابة؛ حتى يستطيع الجمهور المستهدف أن يتلقاها، وتتفاعل ألوان النشاط هذه مع نظرة القائم بالاتصال للحياة ومقوماته الشخصية الفطرية والمكتسبة (عبد العزيز، ش، 2003، ص 75-76).

إن نموذج باركر وايزمان استفاد من علمي الأعصاب ووظائف الأعضاء في تحديد " التأثير المرتد الخارجي " حيث يغدو جزء من الرسالة؛ يستطيع القائم بالاتصال أن يسمعه، أما " التأثير المرتد الداخلي " فهو ما يشعر به الفرد داخله حينما تتحرك عضلاته مثلاً: كالشعور بحركة اللسان والفك ... أثناء الحديث أو الغناء أو الإلقاء. ويسمح التأثير المرتد أو رجع الصدى للقائم بالاتصال بأن يعدل ويصح رسائله وأسلوب أدائه أثناء عملية الاتصال (مرجع سابق، ص 75-76).

استخلص واضعو هذا النموذج الاتصالي مكوناته ومبادئه من علم الأعصاب وتركيب الجسم دون إغفال الجانب النفسي والعقلي للفرد التي تتمثل في فك الترميز والتأثير المرتد الداخلي والخارجي التي تحدث بين الإرسال والاستقبال، ويتضح تصور نموذج وايزمان وباركر في الشكل التالي:



شكل رقم (08): نموذج باركر و وايزمان (مرجع سابق، ص 75-76)

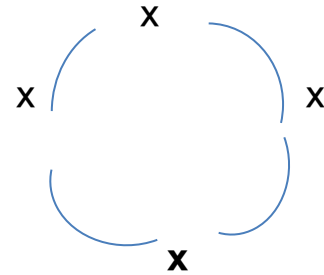
أي اتصال إنساني له مصدر من نوع ما قد يكون شخصا أو أشخاصا، ووراء أي اتصال هدف أو دافع يدعو للقيام به أو الاشتراك فيه، ومصدر الاتصال لا يمكن أن يتم دون وجود طرف ثان وأساس يطلق عليه المستقبل للرسالة؛ وتتحقق أغراض المصدر عن طريق رسالة معينة (Message) ، حيث يضع المصدر آراءه ورغباته في صورة رمزية وعادة ما تمثل اللغة هذه الصورة الرمزية؛ وتعتبر الرسالة من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى عن طريق قناة (Channel) أو وسيلة أو وسيط معين ينقل الرسالة، وقد يكون ذلك عن طريق الحواس مثل: الرؤية أو السمع أو الشم أو اللمس أو الذوق، إلا أن المرسل لا يستطيع أن يتأكد من فعالية الرسالة وتحقيق هدفها وأثرها المرغوب إلا من خلال التغذية الراجعة (Feed back) التي توضح للمرسل مدى وضوح الرسالة حسب ما ينتظره ويرجوه، كما تحدد التغذية الراجعة مصدر الخطأ في العملية الاتصالية أو ما يعرف بالتشويش فيتخذ المرسل من جديد خطوات أخرى لتوضيح تبسيط الرسالة عن طريق التكرار أو التبسيط.

5- شبكات الاتصال الجماهيري Réseau de communication

يقصد بشبكة الاتصال الناحية التنظيمية المنظمة للعلاقات بين أفراد الجماعة الواحدة، حيث تتم الاتصالات من خلالها سواء كانت في اتجاه واحد في صورة أوامر صادرة من شخص لآخر أو في اتجاهين في صورة معلومات متبادلة بين شخصين؛ يمكن لكل منهما التأثير على الآخر (أحمد زكي بدوي، 1994، ص ص 112-123)، وثمة أشكال متعددة من هذه الشبكات أهمها:

5-1 شبكة اتصالات ديمقراطية

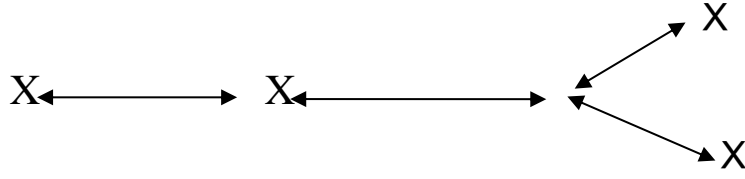
تتميز بوجود علاقات متبادلة بين الرئيس وجميع المرؤوسين؛ حيث تتيح لكل فرد فرصة التفاعل مع فردين آخرين داخل الجماعة في نفس الوقت الذي تكون فيه الجماعة منظمة في شكل دائرة أي دون تحديد واضح لمن هو رئيسها



شكل رقم (01): شبكة اتصالات شبه ديمقراطية

5-2 شبكة اتصالات شبه ديمقراطية

هي شبكة أقل ديمقراطية، حيث تتيح لثلاثة أفراد الفرصة لكي يتفاعل كل منهم مع فردين آخرين، في حين تتيح الفرصة للباقيين لكي يتفاعل كل منهم مع فرد واحد فقط؛ وفي نفس الوقت فإن الجماعة منظمة في شكل ثلاثة مستويات توضح من هو رئيس الجماعة، يوضح الشكل التالي نموذج هذه الشبكة من الاتصالات:

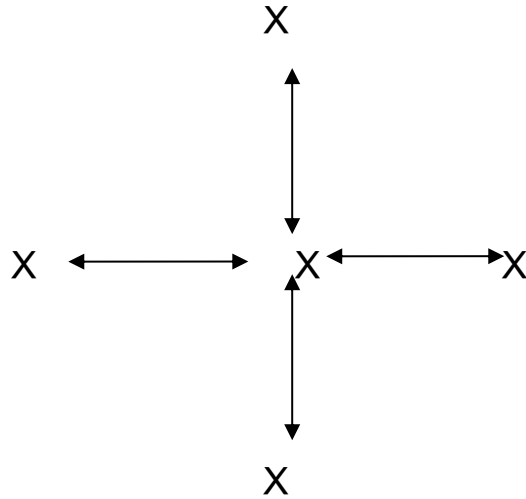


شكل رقم (02): شبكة اتصالات شبه ديمقراطية

(مرجع سابق، ص ص 284-285)

3-5 شبكة اتصالات أوتوقراطية

تعتبر أقل الشبكات ديمقراطية؛ حيث تتيح لكل فرد فرصة التفاعل مع فرد واحد فقط داخل الجماعة، وفي نفس الوقت فإن الجماعة منظمة في شكل مستويين إداريين يوضحان من هو رئيسها (مرجع سابق، ص ص 284-285)؛ تتصف الاتصالات الأوتوقراطية بوجود علاقات ذات اتجاه واحد مع المرؤوسين (أحمد زكي بدوي، 1994، ص 113)، ويوضح الشكل التالي:



شكل رقم (04): شبكة اتصالات اوتوقراطية

6- وسائط الاتصال الجماهيري:

وسائط الاتصال الجماهيري هي " القنوات التي يتجه الاتصال من خلالها وفي الوقت نفسه الى مجموعات ضخمة غير متجانسة الجمهور المستهدف وعلى نطاق جماهيري واسع ؛ دون أن يكون هناك نوع من المواجهة المباشرة بين المصدر والجمهور، وعلى هذا الأساس فإن أي وسيلة يمكن استخدامها في نطاق قناة الاتصال الجماهيري تعتبر وسيلة جماهيرية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والإنترنت... (محمد منصور هبية، 2004، ص 41)

لعبت وسائل الاتصال الجماهيري وتلعب دورا بالغ الأهمية في إضفاء قسما ت عصر التكنولوجيا على وجه العالم المعاصر، وقد أضفت هذه الوسائل على عمليات الاتصال قدرة على السرعة في إحداث الأثر المطلوب من ناحية، ووسعت دوائره من ناحية أخرى نحو جعلها تتعدى النطاقات المحلية والقومية، فامتدت مجالات الاهتمامات في الإنسانية، ومكنت أولئك المقيمين في أطراف الأرض المتناثية أن يصبحوا جيران صادقين (خيري خليل جميلي، 1997، ص 31-32)

وسائط الاتصال الجماهيري هي مجموعة من الأدوات التي تعد المادة الاتصالية (الإعلامية)؛ وتساهم في شكل أساسي في إيصالها الى الجمهور وعامة الناس، كما تساهم أيضا في نشر الثقافة، والمعارف والفنون... بمختلف وسائلها مثل: الصحف، او الإذاعة أو التلفزيون أو السينما أو الإعلانات أو الكتب من خلال صناعة إعلامية متطورة تتيح نقل المعلومة، ومن أهم وسائط الاتصال الجماهيري نذكر ما يلي:

6-1 أنواع وسائط الاتصال الجماهيرية

يمكن تقسيم وسائط اتصال إلى:

- وسائط الاتصال المكتوبة والمقروءة:

وسائط الاتصال المكتوبة والمقروءة هي الوسائل التي تنقل المعلومات، والبيانات، والرسومات، والرموز إلى الجمهور، وعامة الناس، من خلال كل ما هو مكتوب، أو مطبوع، مثل: الجرائد (الصُّحف) اليومية، أو الأسبوعية، والمجلات، والكُتُب، والمنشورات (بومخيلة، 2007، ص 60)، وهي الإبلاغ كما تبدو في لحظة الكتابة، وليست دراسة محددة للموقف، فهي تؤدي وظيفتين: إبلاغ الخبر، وعرض التفسير والرأي استنادا الى الخبر، وقد يكتب الصحفي قصة مسلية ولها في نفس الوقت قيمة خبرية، ولكن الشخص الذي يكتب لمجرد التسلية المحضة مثل بعض كتاب السيناريو التلفزيوني لا يعتبر صحفيا (إدوين إمري، فليب، ه، أولت، أرين، ك، آجي، 2000، ص 26)

تمتاز هذه الوسائل بإمكانية حفظها ونقلها بسهولة، وأنها توفر للقارئ فرصة للسيطرة على العمليات الانتقائية والسيطرة على عمليات التعرض للرسالة إذ يمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقراه، ويمكنه أن يعيد قراءة فقرة منه، ويمكنه أن يقفل المجلة أو الكتاب أو الصحيفة ويعيد قراءتها مرة أخرى كيف ومتى شاء، ويستخدم المتلقي حاسة واحدة هي حاسة البصر، وإما جمهورها فهو غير معروف للمتصل و هو جمهور متناثر، وقد تكون هذه الرسائل غير متخصصة كما هي الحياة في الجرائد والمجلات العامة وقد تكون الرسائل غير متخصصة كما هي الحال في الجرائد والمجلات العامة، وقد تكون متخصصة كما في الصحافة المتخصصة والكتب، وأما التمويل فقد يكون حكوميا، أو تمويل من منظمات أو مؤسسات كبيرة. كما يقوم بالتمويل أفراد كما يحدث حينما يطبع شخص على حسابه كتاب له (أبو اصبع صالح، 1999، ص 29) وسائل الاتصال المكتوبة متعددة نذكر منها:

1-1-6 1-1-6 الصُّخْفُ أو الجرائد (Newspapers) :

وهي الشكل الأكثر شيوعاً من وسائل الإعلام المطبوعة، حيث تحظى الصُّخْفُ اليومية، والأسبوعية بشعبية كبيرة بين عامة الناس، والجماهير، وقد بدأ استخدام الصُّخْف كوسيلة للتواصل في عام 1814م، إذ كانت تُعبّر عن النشرات الحكومية، والسياسية، علماً بأنها تطوّرت مع مرور الوقت، وأصبحت تُتيح للمُعلن وضع ما يُريد إعلانه من معلومات، وصور، وبيانات، كما أنّ حجم الإعلان في الصحيفة يتحدّد وفق ميزانية الشخص الذي يُريد وضع الإعلان، ويُمكن للجمهور اختيار الفئة التي يُريدونها من هذه الصُّخْف، سواء السياسية، أو الرياضية، أو الاقتصادية، أو غيرها من المجالات. [/https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

2-1-6 2-1-6 المجلّات (Magazines) :

هي صفحات ورقية موضوعة ضمن مُجلّد، حيث تُعتبر أحد أشكال وسائل الإعلام المكتوبة التي تُتيح للمُعلن إيصال إعلانه بتقنيات، وأفكار جديدة، لفئة مُحدّدة من الجمهور، بحيث يُمكن للزبون اختيار المجلّة التي تتناسب مع اهتمامه.

3-1-6 3-1-6 النشرات الإخبارية (Newsletters) :

تتمثّل بورقة يُوجد عليها ما يُراد إعلانه من مُنتجات، أو أماكن، أو أشخاص، أو أيّ معلومات، ويتمّ إيصالها إلى فئة مُعيّنة ضمن مساحة محدودة.

4-1-6 4-1-6 النشرات الإعلانية (Flyer/ pamphlet) :

هي أكثر شمولاً من النشرات الإخبارية، بحيث تشمل حدوداً جغرافية أوسع، وفئات أكثر، ويتمّ توزيعها من قِبَل الأفراد، والشركات، والمنظّمات، وهي تُستخدم؛ للإعلان عن سلعة، أو خدمة ما، أو للإعلانات في الانتخابات وغيرها من الإعلانات التي تستهدف فئة واسعة من الجمهور.

6-1-5 الكُتَيْبَات أو النشرات المُفَصَّلَة (Brochures) :

هي أكثر تفصيلاً من النشرات الإخبارية، حيث تكون على شكل ورقة بعدة طيّات، وتشتمل على معلومات مُفَصَّلَة عن المُنتَج.

6-1-6 المُلصَّقات (Posters) :

هي من أشكال الإعلانات الخارجية، حيث يتم وضعها، ولصقها على الجدران، وأماكن الاستراحات، ومحطات الانتظار، وغيرها من الأماكن العامة، وهي تشتمل على معلومات مُختصرة، بحيث تجذب المار في الطريق؛ لقراءتها بسهولة.

<https://mawdoo3.com/>

ومنذ ظهورها والصحافة تركز على توظيف الرموز اللغوية والرسومات والصور والألوان والورق والأحبار، فالرسائل الإعلامية هنا تعتمد على الصياغات اللغوية والتحريرية ومزاوجتها بالصور والبيانات والرسومات الإيضاحية والألوان بالدرجة الأولى، ولا يمكن للصحافة المكتوبة المطبوعة أن تخرج عن هذه الآلية الإنتاجية خاصة إنها تعتمد على الورق والرسومات اللغوية (الكتابة) التي يفترض إجادة المتلقي في لمهارات القراءة في المقام الأول (الطويرقي، عبد الله، 1997، ص 29)

إنّ الوسائل المطبوعة المكتوب وسيلة متاحة من وسائل الاتصال الجماهيري فإنه لا يستفيد منها مباشرة إلا القارئون أما الأميون سامحوا لهم ولا منها إلا عن طرف ثالث تتحول بوجوده القراءة إلى استماع (الخشاب، أ، النكلاوي، أ، 1979، ص 196)

على الرغم من المنافسة الشرسة التي واجهتها الصحافة المكتوبة (مطبوعة) من الوسائل الإعلامية الإلكترونية في المجال التسويقي والإعلاني، إلا أنها استطاعت الحفاظ على حضورها ولم تتضرر بالشكل الذي تتبأ به الكثيرون في بدايات ظهور التلفزيون ومن قبله الإذاعة المسموعة، وذلك لسبب بسيط هو إن الصحافة طورت آليات عملها الجماهيري، وأفادت من الثورة الإلكترونية بدرجة أقنعت جمهورها بالبقاء. إضافة الى أثبتت للكثير من الشرائح

المتعلمة مقدرتها على مواكبة اهتماماتهم وإشباع رغباتهم التي لن يكون بمقدور الوسائط الإلكترونية الوفاء بها، بسبب أجهزتها المكلفة إنتاجياً، ولعوامل التوقيت اليومي الصارم للمشاهدة والاستماع الذي لا يتيح التوسع في المعالجة أو التغطية وتبقى الصحافة وسيلة لا تروق الأميين أو أنصاف المتعلمين على الرغم من محاولاتها تشكيل وصياغة مضامينها لتوافق الثقافة الشعبية في كثير مما تطرحه من مواعد من مواد إعلامية (الطويريقي، ع، 1997، ص 61)

7- شبكة الإنترنت (Internet) :

هي من وسائل الاتصال الحديثة؛ حيث تُتيحُ شبكة الإنترنت إمكانيةً نُشرن وتوزيع البيانات، والمعلومات المقروءة بشكل أسرع، وعلى مساحة جغرافيةٍ أوسع من وسائل الإعلام المطبوعة (التقليدية)، وهي تُقدِّم للجمهور، والقُراء الرسائل، والمعلومات، والبيانات التي تتضمنها الصُحف، والكُتب، والمنشورات (وسائل الإعلام المطبوعة)، وبذلك تُوفِّر شبكة الإنترنت للشركات، والمؤسَّسات الفرصة؛ لعرض، وإيصال مادّتهم الإعلامية لمُستخدِمي الشبكة، بالإضافة إلى مُستخدِمي وسائل الإعلام التقليدية.

[/https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

المحاضرة الرابعة: وسائط الاتصال الخاصة

7 الأهداف الإجرائية

8 أن يعرّف بوضوح وسائط الاتصال الخاصة

9 أن يذكر أهم وسائط الاتصال الخاصة

10 أن يشرح بوضوح طرق تفعيل وسائط الاتصال الخاصة

11 أن يقدر الجوانب الإيجابية والسلبية لوسائط الاتصال الخاصة

مقدمة

وسائط الاتصال الخاصة هي وسائل لا يغلب عليها بعد الشبوع والذبوع، فهي أدوات تستخدم من قبل الأشخاص لغرض التواصل الشخصي، وتحمل إمكانية احاطة المراسلات بالطابع السري، كما يمكن للمستخدم في هذه الوسائط إمكانية مشاركة مجموعات محددة للرسالة المراد نشرها، ونذكر من اهم هذه الوسائط الخاصة ما يلي:

1- الواتس آب WhatsApp

يُعد الواتس آب (WhatsApp) تطبيق مراسلة مجاني، ومتاح على جميع الهواتف الذكية، فهو يستخدم للاتصال بالإنترنت الخاص بالهاتف، لبيح للمستخدم الاتصال، والتواصل بالأصدقاء والعائلة، ويمكن من خلاله إرسال الرسائل النصية، وإجراء المكالمات، والصور، ومقاطع الفيديو، والرسائل الصوتية، حيث يعمل التطبيق بشكل أساسي على دمج خدمات المراسلة التقليدية، والوسائط الاجتماعية والهاتف الخاص بالمستخدم، من أجل نظام مراسلة شامل تماماً، بالإضافة إلى خاصية الأمان

www.imore.com

1-1 - تاريخ الواتس آب

يُعتبر تطبيق الواتس آب أكبر تطبيق للرسائل على الإنترنت، وقد تأسس في عام 2009م، من قبل موظفي ياهو (Yahoo) السابقين، حيث تم بدأ كشركة صغيرة ناشئة، ثم تطورت وأصبحت تخدم 250,000 مستخدم في غضون بضعة أشهر، وفي

عام 2014م قامت شركة الفيس بوك (Facebook) بامتلاك الواتس آب، وقد شهد الواتس آب نمواً مستمراً، حتى وصل إلى مستوى مليار مستخدم في شهر تموز لعام 2017، أما الآن فيستخدم تطبيق الواتس آب أكثر من مليار شخص في أكثر من 180 دولة www.webwise.ie

1-2 استخدام الواتس آب

يمكن استخدام تطبيق الواتس آب على العديد من الأجهزة، والهواتف الذكية، مثل: الآيفون (iPhone)، والأندرويد (Android)، وهواتف بلاك بيري (BlackBerry)، وهواتف ويندوز (Windows Phone)، وهواتف نوكيا (Nokia phones)، ولكن من شروط وأحكام الواتس آب، فإنه يجب على المستخدم أن يبلغ من العمر 16 عاماً على الأقل لاستخدام الخدمة في أوروبا، [٢] من مميزات الواتس آب أيضاً أنه يستخدم رقم الهاتف المحمول لتحديد الهوية، ولا يحتاج إلى إنشاء حساب للتسجيل فيه، ويسمح بالمكالمات الهاتفية المجانية لأي مستخدم من مستخدميهِ، كما يمكن إجراء الدردشة الجماعية، حيث يمكن لمجموعة من الناس تبادل الرسائل النصية، واستخدام الرموز التعبيرية، كما يمكن التقاط الصور، وتسجيل مقاطع الفيديو.

<https://mawdoo3.com/>

1-3 خدمات الواتس آب

يُوجد العديد من الخدمات التي يُوفرها تطبيق الواتس آب لمُستخدِمِهِ، ومن هذه الخدمات الآتي:

- المكالمات الصوتية والمرئية:

يُوفر الواتس آب لمُستخدِمِهِ إمكانية إجراء مكالمات صوتية أو مكالمات فيديو مع المُستخدِمِينَ الآخرين سواء بشكل مُنفرد أو من خلال إجراء اتصال مع مجموعة من المُستخدِمِينَ؛ بحيث لا يزيد عددهم عن 8 أشخاص في المكالمة الواحدة.

- الدردشات النصية:

يُمكن إنشاء الرسائل النصية وإرسالها عبر الواتس آب بشكل آمن.

- الدردشات الصوتية:

يُوفر الواتس آب إمكانية إنشاء رسائل صوتية وإرسالها إلى أي مُستخدم أو مجموعة عبر التطبيق.

- مشاركة الوسائط المتعددة:

يُمكن استخدام الواتس آب لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، وإرسالها للمُستخدمين الآخرين عبر الرسائل، كما يُمكن مشاركة وإرسال المُستندات المُختلفة؛ كملفات (PDF) على سبيل المثال.

- الوصول إلى سطح المكتب:

يُوفر الواتس آب لمُستخدمي أجهزة الحاسوب نسخة وإصداراً خاصاً؛ وهو ما يُعرف بواتس آب ويب (WhatsApp Web).

1-4 أمان وخصوصية الواتس آب

يتضمّن الواتس آب العديد من ميزات الأمان والخصوصية التي من شأنها حماية حساب المُستخدم، حيث يتضمن التطبيق ما يُعرف بالشفير من طرف إلى طرف (End-to-end Encryption) حيث يتم وبموجب استخدام هذا البروتوكول تأمين كل الرسائل الواردة والصادرة إلى حساب المُستخدم على الواتس آب، ولا يُمكن لأيّ جهة أخرى حتى الواتس آب نفسه قراءة تلك الرسائل والاطلاع عليها، بالإضافة إلى إمكانية جعل الحساب خاصاً ليظهر لجهات اتصال مُعينة فقط دون غيرها، كما يُوفر الواتس آب إمكانية تفعيل بصمة الوجه والإصبع لفتح التطبيق؛ وهو ما يمنح ميزة أمان أخرى للتطبيق.

[/https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

2- تطبيق الفايبير Viber

1-2 ما هو تطبيق الفايبير؟

فايبير (Viber) هو أحد تطبيقات المراسلة الذي يسمح لمستخدمين الهواتف الذكية إجراء مكالمات صوتية ومكالمات الفيديو والتواصل أيضاً من خلال الرسائل النصية مع الآخرين في جميع أنحاء العالم، ويعد تطبيق الفايبير من أسهل التطبيقات استخداماً حيث أن المستخدم لا يحتاج أكثر من رقم هاتف واتصال بالإنترنت لاستخدامه، وهو تطبيق مشهور جداً في بعض المناطق في العالم. lifewire.com

2-3 إيجابيات تطبيق الفايبير

هنالك العديد من الإيجابيات التي يتميز بها تطبيق الفايبير منها:

- لا يحتاج التسجيل باستخدام اسم المستخدم وكلمة سر: يعتمد الفايبير فقط على رقم الهاتف.
- مكالمات صوتية، فيديو ورسائل نصية مجانية وغير محدودة.
- خاصية الرسائل النصية الجماعية.
- يتيح تطبيق فايبير لمستخدميه فرصة إقامة مكالمات إلى أرقام الهواتف المحمولة والأرضية بثمن رخيص. <https://tatbeekat.com/>

2-4 سلبيات تطبيق الفايبير

لم يعد الفايبير يتمتع بالشهرة الواسعة التي كان يتمتع بها من قبل، وذلك لبعض السلبيات الذي يتمتع بها:

- يعد أقل جودة من تطبيقات أخرى مثل السكايب والواتس أب.
- لا يقدم اتصالات آمنة مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

2-5 هل يعتبر الفايبر تطبيق آمن ويحترم خصوصية المستخدم؟

بشكل عام، هنالك العديد من التهديدات الأمنية في عالم الإنترنت وخصوصا عندما نقوم بنقل المعلومات الخاصة عبر الإنترنت، وتعتمد حماية هذه المعلومات بشكل كبير على الاحتياطات التي يأخذها المستخدم من أجل حماية معلوماتهم، إذ يقدم تطبيق الفايبر العديد من الإعدادات المتعلقة بالخصوصية التي يستطيع المستخدم التحكم بها لضمان خصوصيته على التطبيق ومنها:

- مشاركة أو إخفاء حالة الاتصال.
- السماح أو عدم السماح للمستخدمين غير الموجودين في قائمة جهات الاتصال الخاصة بك بالاطلاع على صورة ملف المستخدم الشخصي.
- إدارة قائمة الحظر الخاصة بالمستخدم.
- استخدام إعدادات الرسائل المخفية.
- وضع قواعد لجمع البيانات الشخصية. [/https://tatbeekat.com](https://tatbeekat.com)

2-6 نصائح أمان للفايبر

فيما يلي نصائح أمان لاستخدام تطبيق فايبر:

- تفعيل خيارات الخصوصية عن طريق الضغط على الإعدادات (Settings)، ثم الخصوصية (Privacy)، ثم اختيار الخيارات المناسبة، مثل: إدارة البيانات الشخصية، وطلبات الرسائل وجهات الاتصال الموثوقة.
- حظر الرسائل التي تأتي من الأشخاص غير المعروفين.
- عدم فتح الملفات والرسائل المشبوهة.
- إضافة جهات الاتصال الموثوقة إلى القائمة الموثوقة.
- استخدم الرسائل المخفية للمحادثات التي يريد المستخدم الاحتفاظ بها بشكل خاص.

[/https://tatbeekat.com](https://tatbeekat.com)

3- تطبيق الماسنجر Messenger

3-1 ما هو تطبيق الماسنجر

تطبيق ماسنجر Messenger هو تطبيق للرسائل المباشرة والفورية، تابع لموقع الفيسبوك Facebook، بحيث تم استبدال رسائل الموقع بشكل كامل، وجعلها فقط ضمن تطبيق أو موقع الماسنجر، إذ يمكن لمستخدمي الفيسبوك التواصل مع بعضهم البعض من خلاله، بإرسال الرسائل، والصور، والفيديوهات، وإجراء المكالمات وغيره، وبذلك فهو يأتي على شكل تطبيق، أو موقع إلكتروني، وقد تم إطلاق الماسنجر في أغسطس عام 2011، وهو متاح دون الحاجة لإنشاء حساب في الفيسبوك لدخوله، بل يمكن التسجيل والدخول إليه مباشرة <https://tatbeekat.com/b>

3-4 مزايا تطبيق الماسنجر

- يقدم الماسنجر العديد من المزايا الرائعة لمستخدميه، وهي تتمثل بالآتي:
- إرسال الرسائل، الصور، الفيديوهات، والأشكال والملصقات الهزلية مثل الإيموجي.
 - ثيمات الدردشة التي يمكن استخدامها لتغيير خلفية المحادثة، وفقاعة الرسائل فيها.
 - خاصية الدفع عن طريق التطبيق، بإرسال النقود إلى أحد الأصدقاء، وإضافة بطاقة الائتمان وحسابات الدفع المختلفة بطريقة آمنة.
 - خاصية الوضع المظلم (Dark Mode)، وذلك في حالة استخدام التطبيق في الليل، مما يساعد على استخدامه بسهولة ويسر.
 - الألعاب، حيث يوفر الماسنجر العديد من الألعاب التي يمكن أن يستمتع بها المستخدم، أو حتى ضمن مجموعة أشخاص أيضًا، دون الحاجة لتحميل تطبيقات أخرى خاصة بذلك.
 - مشاركة الموقع (Share location)، وهي خاصية يمكن استعمالها فقط في تطبيق الماسنجر، ويمكن مشاركة الموقع لمدة ساعة واحدة فقط.

- إمكانية التحكم بإعدادات الإشعارات، بجعلها صامتة لساعات، أو تجاهلها نهائيًا، وذلك في موقع الماسنجر وتطبيقه.
- إضافة جهات اتصال الهاتف في تطبيق الماسنجر، لإيجاد الأصدقاء بسهولة ويسر.
- خاصية غرف الماسنجر (Messenger room)، والتي يمكن من خلالها إجراء مكالمة فيديو مع مجموعة من الأشخاص يصل عددهم حتى 50، ومشاركة رابط هذه الغرفة أيضًا.
- تسجيل صوت بطريقة Hand free؛ أي بمجرد الضغط على التسجيل مرة واحدة فقط، وليس كما كان سابقًا، الضغط عليه مطولًا إلى الانتهاء منه.
- مشاهدة الفيديو من خلال خاصية المشاهدة معًا (Watch together)، من مثل مشاهدة فيلم، أو فيديو لأغنية، أو عروض تلفزيونية وغيره، وذلك خلال مكالمة الفيديو مع الأصدقاء. <https://tatbeekat.com/b>

3-4 استخدامات الماسنجر

يمكن للمستخدم الاستفادة من الماسنجر في العديد من الأمور، وذلك سواء في التطبيق، أو في موقعه الإلكتروني، وهذه الاستخدامات تتمثل بإرسال الرسائل واستقبالها، وإجراء المكالمات الصوتية أو الفيديو، وفي آخر تحديث تم تمكين مستخدم تطبيق الماسنجر من إرسال واستقبال النقود عبر التطبيق، كما يمكنه حجز سيارة أجرة من خلاله أيضًا، علاوة على ذلك، توفر خاصية إرسال الرسائل؛ إرسال الملصقات، الصور، والفيديوهات، والتسجيل الصوتي كذلك.

3-5 سلبيات تطبيق الماسنجر

- ربما يترأى لمستخدم تطبيق الماسنجر، مع جميع مزاياه وخصائصه أنه لا يحتوي على أية سلبيات، ولكن الحقيقة عكس ذلك، حيث تتمثل سلبياته فيما يلي:
- يمكن إرسال الرسائل من حسابات غير متواجدة على الفيسبوك، الأمر الذي قد يراه البعض غريبًا ومزعجًا.

- الرسائل والمحادثات غير محمية في تطبيق الماسنجر، إلا في حالة استخدام خاصية المحادثة السرية (Secret Conversations feature)، حيث يمكن للهacker، أو أي جهة قادرة على ولوج الماسنجر من مشاهدة الرسائل عليه، وذلك يعود إلا أنها ليست محادثات مبنية على أساس التشفير من طرف لطرف (end-to-end encryptions).
<https://tatbeekat.com/b>

محاضرة الخامسة: تصنيف وسائط الاتصال

- 4 الأهداف الإجرائية
- 5 أن يعدد بدقة تصنيفات وسائط الاتصال
- 6 أن يرتب زمنيا ظهور وسائط الاتصال الحديثة
- 7 أن يشرح بوضوح وسائط الاتصال الحديثة
- 8 أن يقيم وسائط الاتصال الحديثة بشكل شخصيا

مقدمة

تكاثرت وسائط الاتصال في عصرنا الحالي وشعبت تصنيفاتها؛ كونها امتدت الى جميع مناحي ومجالات حياة الانسان الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية ... فظهرت وسائط للاتصال لا حصر لها؛ وهي آخذة في التطور والشيوع، ومن ثمة سنذكر أهم وسائط الاتصال المؤثرة في حياتنا المعاصرة:

1- الاشهار

يعرف يلانوف " Ulanoff " الإعلان (الاشهار) بأنه « أداة تسويقية لتوصيل الأفكار والمعلومات والخدمات إلى جماعة ما، ويقوم باستغلال الخبر والوقت المدفوع أجرهما في الوسائل الإعلامية، أو يستخدم أي وسيلة اتصالية أخرى لنقل رسائله، ويقوم الإعلان بتوضيح هوية المعلن ، وعلاقته بالسلعة المعلن عنها. (عبد الله محمد، ع، ص 344)

تنتشر الإعلانات (الاشهارات) الموزعة على جميع صفحات الجريدة، ولعلها بالنسبة لكثير من القراء تكاد تكون مساوية للأخبار في أهميتها، لذلك فإن بعض من علماء الإعلام يرى أن الإعلانات هي أخبار، ولكنها أخبار سعيدة؛ وأنها بذلك تحفظ التوازن في الصحيفة التي تنشر الأخبار عن الفيضانات والاعتيالات والزلازل وما شابه ذلك (ليندا لبيض، ص 74)

لقد أصبح الإعلان موردا رئيسيا لوسائل الاعلام عامة وللصحف خاصة وبدونه لن تستطيع الاستمرار في نشاطها... كما أصبحت هذه الوسائل من خلال الإشعار وسيطا هاما بين المنتجين والمستهلك، وتمثل مكانا متميزا في ميدان التسويق (وليام ويفرز وآخرون، 2005، ص 50-51)

لقد كان لزيادة إيرادات الصحف من الإشهار أثر هام في تخفيض سعر بيع الصحف وهو الأمر الذي أحدث بعد ذلك انقلابا في الصحافة، إذ أدى إلى ظهور ما يسمى بالصحافة الشعبية أي صحافة التوزيع الكبير، وهو الأمر الذي أدى بعد ذلك ظهور وظيفة جديدة من وظائف الصحافة، وهي وظيفة التسلية أو الترفيه (فاروق أبو زيد، ص 62-63)

2- الإذاعة

ظهر المذياع كوسيلة اتصالية متطورة في تلك الفترة الزمنية وتحلقت من حوله الاسر في انصات واستماع كبيرين لكل ما كان فيه مجمله من الثقافة المحلية خاصة في الدول العربية، وتعد الإذاعة من بين أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بمختلف مستوياته، فالإذاعة تستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز أمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي منعت العديد من الوسائل الأخرى الوصول إلى مجتمعاتها، كما أن الإذاعة لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين؛ وتمتاز الإذاعة إلى جانب هذا كله الى دفع الصوت البشري وتأثيره، وهذا يجعل منها أكثر الوسائل استهواء، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت الأماكن (رشيد فيح، 2008، ص 4) ويبرز البعد الإبداعي في النص الإذاعي من خلال دور هذا الأخير المعد مسبقا في توحيد الأفكار والقيم والميولات والمعايير الفردية والجماعية، فالنص وفيها يتوجه إلى الفرد والمجموعة في الآن نفسه (العياري، المنصف، 2003، ص 71) والمجتمع الجزائري كغيره من بقية المجتمعات الأخرى تعرف في نهاية الثمانيات وبداية التسعينات حركة كبيرة وانتشار واسع لوسائل الإعلام

والاتصال كما ونوعا، بحيث تعددت الإذاعات وتوسع نطاق التغطية فيها، حيث أصبح لكل دائرة ثقافية واجتماعية محطة إذاعية عمومية ومحلية خاصة بها، هذا بالإضافة إلى التطور الحاصل في تعدد وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة (عيسى محمد المهدي، 2013، ص 1)

تمتاز الإذاعة بمخاطبتها لحاسة السمع، وهي وسيلة لا تكلف المتلقي المستمع كثيرا؛ إذ أن أجهزة الاستقبال أصبحت رخيصة بعد اختراع الترانزستور، و تكون بعض رسائلها محفوظة، ويمكن تكرارها، وتلعب الإذاعة دورا أساسيا كوسيلة للترفيه، وخاصة بعد منافسة التلفزيون، إذا أصبحت برامجها الغنائية والموسيقية تزيد على 50% من برامجها كافة، ورجع الصدى إلى لرسائلها منخفض وجمهورها واسع ومن مختلف المستويات والثقافات، هو قادر على السيطرة على عمليات التعرض الانتقائي (أبو اصبع، ص، 1999، ص 31)

وتتميز الإذاعة بمقدرتها على التنقل والوصول إلى الجمهور بغض النظر على مواقعهم الجغرافية والمعوقات الطبيعية التي قد تحول دونهم، إضافة إلى مزية أخرى وهي الآلية، فالإذاعة تتسم بالسرعة في ملاحقة الأخبار والمعلومات، وهو ما يميزها جماهيريا مقارنة بالصحافة المكتوبة (الطويرقي، ع، 1997، ص 61)

وفوق هذا وذاك فكون الإذاعة يعتمد على آليات إنتاجه الإعلامي على الصوت، فإن ذلك ساهم في رواجه في جماهيريا في كافة الأوساط وبالأخص في الأوساط الأمية وغير المثقفة التي أصبحت بمقدورها هذه المرة الأولى الانعتاق من العزلة الاجتماعية التي فرضتها عليهم حواجز الأمية -ربما الفقر-، والتي حالت دون انفتاحهم على الصحافة المكتوبة في وقت سابق (المرجع السابق، ص 62)

وعرف عن الإذاعة أنها وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، فالأخبار تعامل كعناوين وبشكل مهني مختلف كليا عن الصحافة المكتوبة، المعنية بالخبر والمعالجات المطولة في قوالب الرأي

والتعليق والتقارير، فطبيعة الوقت ونظام الاتصال القائم على ملكة الصوت البشري تستلزم إيقاعا مختلفا في الطرح الجماهيري يتسم إجمالا بالخفة وعدم التطويل في صناعة العمل الإعلامي اليومي، وكثيرا ما حظيت الاذاعة بمتابعة واهتمام الطبقات الشعبية غير المؤهلة علميا بمعرفة ما يدور في مجتمعاتهم من أحوال، بدرجة خلقت الكثير من الوعي الاجتماعي لدى الاميين والمهمشين والمعزولين جغرافيا عن المراكز المدنية في المجتمعات، وهذا ينسبنا الجانب النفساني التخيلي الذي يشترك فيه المتلقي مع وسيلة كالإذاعة؛ التي تعتمد على الصور الذهنية في كثير من الرسائل الاتصالية الموجهة للجمهور، فالخيال يلعب دورا في سد الفراغ الاتصالي الذي يتولد بسبب الاعتماد على حاسة السمع فقط، فالصورة والحركة والتفاعل المباشر بصريا معدوم تماما في الإرسال الإذاعي، وهذا ما يدفع المتلقي إلى توظيف خياله لإكمال معالم النقص في المشاهد والأحداث والوقائع الصوتية، فخيال المتلقي يبقى إمكانية هائلة في يد الإذاعة الصوتية تسهل مهمتها وتجعله أكثر تأثيرا في المتلقي. (بومخيلة، 2007، ص 62)

أما التسجيلات الصوتية (الاشربة والأسطوانات) فهي في أغلبها تسجيلات موسيقية وغنائية، وهي ذات طابع ترفيهي، ويمكن التأكد من رجوع صداها من خلال ارتفاع مشترياتها أو هبوطها، وهي تنتج لجمهور واسع ومتنوع. (أبو اصبع، ص، 1999، ص 32)

3- التلفزيون

يعتبر تلفزيون من بين أكثر وسائل إعلام استخداما في الوقت الحالي ويعني في معناه المركب من لفظين « Tel » والمقصود ي بها بعد و « Vision » الرؤية؛ أي الرؤية عن بعد، وقد استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900، ويعرف نظام التلفزيون من الناحية العلمية بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان لآخر، بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية (عيساني رحمة، 2008، ص 10) ويولي التلفاز أهمية بالغة لعدة مواضيع متفرقة منها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والترفيهية ...

وتوجه هذه المواضيع إلى جميع فئات المجتمع دون استثناء، وهي أداة لا تكتفي بنقل الأخبار المصورة، المسجلة، المباشرة فقط، بل تسعى أيضا إلى الإقناع والسيطرة على عقول المتتبعين، ومنه أصبح رمزا من رموز السلطة في عصر الاتصالات الحديثة (10) والجدول التالي يوضح تاريخ بدء الإرسال التلفزيوني في الدول العربية :

| الدولة | تاريخ الإرسال التلفزيوني |
|--------------------------|--------------------------|
| المغرب | 1954 |
| الجزائر | 1956 |
| العراق | 1956 |
| سوريا | 1960 |
| مصر | 1960 |
| الكويت | 1961 |
| السودان | 1963 |
| اليمن | 1964 |
| السعودية | 1965 |
| تونس | 1966 |
| الأردن | 1968 |
| ليبيا | 1968 |
| الإمارات العربية المتحدة | 1969 |
| قطر | 1969 |
| البحرين | 1970 |
| سلطنة عمان | 1974 |

الجدول رقم (10): يبين تاريخ الإرسال التلفزيوني في الدول العربية) عاطف عدلي العبد، 1997، ص 220)

فوسائط الاتصال المرئية تشمل التلفزيون، السينما، المسرح...، وهذا النوع من وسائل الإعلام يمارس فعالية أكبر على جمهور المشاهدين ويملك قدرة تأثيرية أعمق؛ نظرا لاعتماده على السمع والبصر في آن واحد؛ سواء كان ذلك من خلال جهاز التلفزيون أو السينما أو الفيديو ... (منال محمود طلعت، 2002، ص 192)

قد لوحظ أن هذه الوسائل تستحوذ على اهتمام كامل وكلي من جانب الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى، خلاصة اهتمام الطفل، فقد كشفت الدراسات أن أغلب الأطفال وكثيرا من الكبار يميلون إلى أن يقبلوا دون أي مناقشة أو تحليل المعلومات التي تظهر في الأفلام وتبدو واقعية، يتذكرون تلك المواد الإعلامية بشكل أفضل (خيرى الجميلي، 1997، ص 58)

تتميز هذه الوسائل أيضا بأنها تخاطب عواطف المشاهدين وتحرك مشاعرهم أكثر مما تحركها وسائل الاتصال الأخرى، كالوسائل المطبوعة المكتوبة والسمعية، وذلك بحكم الصبغة التي تصطبغ بها برامجها، والتي تتسم بالبساطة أحيانا والسطحية أحيانا أخرى؛ بخلاف الوسائل الأخرى التي يغلب عليها العمق في التفكير والصبر على البحث، وبالتالي فهي تحتاج إلى مساهمة أكبر من جانب جمهورها لدرجة تفوق المساهمة المطلوبة لجمهور الوسائل الإعلامية المرئية، فالمستقبل في حالة المطبوعات مثلا لا يحس بأنه شخصا جزء من عملية الاتصال كما يحس مشاهد التلفزيون، لأنه مضطر إلى أن يساهم بشكل خلاق في نوع من أنواع الاتصال غير الشخصي (بومخيلة، 2007، ص 63)

إن وسائل الاتصال المرئية وخاصة التلفزيون، هي الوسائل الترفيهية الأولى وبلا منازع في مجتمعات اليوم؛ حيث الغالبية من قطاعات الجمهور أصبحت شغوفة بالأداء الترفيهي والمعلوماتي الذي أخذت مؤسسات وشبكات التلفزيون في الاهتمام به لاحقا، وبالأخص المتابعات الإخبارية، ونظرا للاهتمام المتزايد بعالم الصورة في مجتمعات اليوم فقد أخذت المحطات التلفزيونية في الاحتفال بمن يظهرون على الشاشة من المذيعين ومقدمي البرامج حسب معيار الصناعة النجومية، فالمظهر الخارجي والأسلوب يعتبران من المعايير الصارمة

لانتقاء شخصيات إعلاميين التي يفترض فيها أن يكونوا مألوفين الوجوه وأصحاب حضور غير عادي ومثير بحكم الصورة

ومهما يكن يبقى التلفزيون وسيلة محببة ومرتبطة بالجمهور بشكل حميمي جذاب حتى أن الجمهور يثق في كل ما يعرضه هذا الجهاز ونجومه وشخصياته الإعلامية...، ومؤكد أن الصورة هي التي تلعب الدور الأكبر في موثوقية الجمهور في وسيلة كالتلفزيون في مجتمعات اليوم (الطويريقي، 1997، ص 65 - 66)

4- الهاتف النقال

4-1 تعريف الهاتف الذكي

يُعرف الهاتف الذكي بأنه جهاز كمبيوتر محمول مدمج ومصنع داخل الهاتف المحمول، حيث ينصع الهاتف الذكي بشاشة عرض وبرامج تقنية ذكية لإدارة المعلومات الشخصية، كما يعتبر الهاتف الذكي من الأجهزة التي تحمل نظام تشغيل يسمح بتشغيل برامج الحاسوب المختلفة، مثل: تصفح الويب، والبريد الإلكتروني، والموسيقا، والصور والعديد من التطبيقات المختلفة. [/ https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

4-2 مميزات الهاتف الذكي

يمتاز الهاتف الذكي بقدرته على القيام بعدة مهام ومسؤوليات، ومن أهمها ما يأتي:

- إدارة المعلومات الشخصية للفرد مثل التقويم، وقائمة المهام اليومية، والملاحظات الشخصية.

- القدرة على الاتصال بالأجهزة الأخرى مثل أجهزة الحاسوب المكتبية.

- القدرة على مزامنة المعلومات مع تطبيقات مايكروسوفت، وتطبيقات معالجة النصوص، وألعاب الفيديو.

- القدرة على صرف شيكات وحذف إيصالات.

- تخزين معلومات بطاقات الائتمان وتسديد الفواتير.

- القدرة على إنشاء اتصال عن طريق شبكات الواي فاي. [/ https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

3-4 مهام الهاتف الذكي :

للهااتف الذكي مهام كثيرة نذكر منها:

- الاتصالات الهاتفية

تعتبر الوظيفة الرئيسية لأجهزة الهواتف الذكية هي توفير المكالمات الهاتفية الصادرة والواردة، بالإضافة إلى أن معظم الهواتف الذكية توفر القدرة على اختيار مكبر الصوت للمكالمة، كما توفر الاستمتاع بخدمة ترك رسالة عند عدم الرد على المكالمات.

- التصوير:

تشمل الهواتف الذكية كاميرا رقمية عالية الدقة تساعد في الحصول على صورٍ رقمية، ويستطيع الفرد من خلال الهاتف الذكي مشاركة هذه الصور مباشرةً باستخدام الهاتف مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي أو باستخدام الرسائل النصية، كما توفر القدرة على تسجيل مقاطع الفيديو.

- الرسائل النصية

يتيح الهاتف الذكي القدرة على إرسال واستقبال الرسائل النصية القصيرة، حيث يحتوي الهاتف الذكي على لوحة مفاتيح تعرض على شاشة الهاتف عند الحاجة، مصممة كلوحة مفاتيح الحاسوب، بحيث تمّ تفضيلها على لوحة مفاتيح الهواتف التقليدية.

- الاتصال بالإنترنت

يوفر الهاتف الذكي خدمة تصفح الإنترنت من خلال برامج متصفح الويب تماماً كأجهزة الحاسوب، حيث تقوم هذه العملية من خلال استقبال شبكات الواي فاي أو استقبال الأبراج الخلوية، بالإضافة إلى أنه يمكن للفرد تصفح العالم من خلال شبكات

الويب. [/https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

5- الانترنت

تعددت التسميات المتخصصة بتكنولوجيا الاتصال الجماهيري، حيث يسميها البعض بتقنية الاتصال متعدد الوسائط التقنية الاتصالية التفاعلية، والانترنت هو الوليد الجديد للتكنولوجيا الاتصالية الحديثة، أصبحت الفضاء الذي تتلخص فيه العولمة؛ وبالتالي تعد الانترنت رمزها الحي (بن علي مليكة، 2019، ص 58) الإنترنت هو نظام اتصال عالمي لنقل البيانات عبر أنواع مختلفة من الوسائط، ويُمكن وصفه بأنه شبكة عالمية تربط شبكات مختلفة سواء كانت شبكات خاصة، أو عامة، أو تجارية، أو أكاديمية، أو حكومية بواسطة تقنيات لاسلكية أو ألياف ضوئية. ويستخدم الكمبيوتر بروتوكول التحكم في الإرسال / بروتوكول الإنترنت (TCP / IP) الذي يزوده بمضيف يُمكنه من الوصول إلى الإنترنت، وقد رفعت شبكة الإنترنت معايير الشبكات العادية إلى المعايير العالمية.

<https://mawdoo3.com>

1-5 ظهور الانترنت

ظهرت الانترنت نتيجة لمشروع أمريكي عسكري اسمه اربانت Arpanet الذي اطلق سنة 1969، أنشئ هذا المشروع من أجل مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسب الالي ، وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحاسوبية للحواسيب المتوفرة، ولم يجري استخدام الشبكة بشكل واسع حتى أوائل التسعينات من القرن العشرين (كامل خور رشيد، 2011، ص 207-208)، وبعدها بدأت التطورات في مجال الانترنت وأصبحت الشبكة كباقي وسائل التكنولوجيا الاتصال الدولي والعالمي، تتطوي على صفة التفاعلية؛ وتساهم في تنشيط معالم الساحة العالمية الجديدة، والانترنت هي اهم ثمار الثورة الاتصالية الأخيرة ومن أحدثها (بن علي مليكة، 2019، ص 56)

2-5 تطور الانترنت:

تتمثل اهم محطات تطور الانترنت فيما يلي:

- 1969 : وضعت أول اربعة نقاط اتصال لشبكة أربانيت في مواقع جامعات أمريكية.
- 1972 : أول عرض لشبكة أربانيت في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يصل والسيد راي توملنس يخترع البريد الالكتروني ويرسل أول رسالة على اربانيت
- 1973 : دخلت الشبكة انجلترا والنرويج.
- 1974 : الاعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل، وهو احدى التقنيات الي ستحدد انترنت.
- 1977: أصبحت لشركات الكمبيوتر تبضع مواقع خاصة بها على الشبكة.
- 1983 : أصبح البروتوكول tcclip معيارياً لشبكة.
- 1984: أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية ناسا مسئولية تقديم نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر
- 1990 : تم اغلاق اربانت ، وتتولى انترنت المهمة مكانها.
- 1991: تقدم جامعة مينيسونا برنامج غوفر لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة.
- 1996: اصبحت انترنت وويب كلمات متداولة العالم، وكانت بداية التصميم لشبكات التي اصبحت متواجدة اليوم ، وأصبح هناك مزودين لخدمة الانترنت يقدمون خدماتهم للجمهور .

<https://www.almrsal.com/post/504975>

3-5 مصادر الإنترنت

- يتمكّن المستخدمون من الاتصال بشبكة الإنترنت من خلال عدة طرق، تتضمن الآتي:
- الاتصال الهاتفي مع مودم جهاز الحاسوب من خلال الدوائر الكهربائية الخاصة بالهاتف.
 - النطاق العريض الممتد عبر الكيبل المحوري.
 - الألياف الضوئية أو عبر الأسلاك النحاسية.
 - تقنية الواي فاي (Wi Fi).

- الأقمار الصناعية.

- الهاتف الخليوي المزود بخدمة (G4) و(G3). <https://mawdoo3.com>

4-5 خصائص الانترنت:

تتميز الانترنت بالخصائص التالية:

- الشمولية: تمس الانترنت كافة جوانب الحياة
- السرعة: تختلف جذريا عن باقي الوسائط، تتميز بسرعة لا نظير لها
- العالمية: استخدام الانترنت لا يقتصر فقط على المجتمعات الصناعية المتقدمة فحسب، بل تستخدمه كافة المجتمعات في نفس الوقت (الهاشمي، مجد، 2012، ص 244)

5-5 استخدامات الانترنت:

يتم استخدام شبكة الانترنت بواسطة 4 طرق:

- الاتصال الدائم والمباشر: يقتصر هذا النوع على الجامعات والشركات الكبرى
- الاتصال المباشر عند الطلب: وهذا النوع يقدم خدمة ممتازة؛ بشرط يكون المودم فائق السرعة.
- الاتصال الظرفي الهاتفي: باستخدام هذا الأسلوب يتم الربط بأحد مقدمي الخدمة وبواسطته يتم استخدام كافة الانترنت وجميع أدواتها وبرامجها
- الاتصال البريدي فقط: ويمكن من خلاله إرسال واستقبال البريد الالكتروني فقط، وهو أرخص من كل أنواع الاتصال بالانترنت، وذلك من حيث قيمة الاشتراك، أخيرا أصبحت تقدم مجانا لكل من أراد الاشتراك (بهاء شاهين، 1996، ص 125)

6-5 خدمات الانترنت

تقدم شبكات الانترنت مجموعة من الخدمات أهمها:

- إرسال وتلقي الرسائل الالكترونية
- تبادل الملفات بين أجهزة الحاسوب
- البحث عن المعلومات (أبو الحجاج أسامة، 1998، ص 85)

يمثل الإنترنت منظومة تواصل ووسيلة لنقل البيانات بواسطة الألياف الضوئية أو التقنيات اللاسلكية، ويعتمد الحصول عليه على وجود أنظمة بروتوكولات تسمح بالاتصال بشبكة الإنترنت، حيث يتمكن المستخدمون من خلاله من التمتع بالعديد من الخدمات منها ما يلي:

- البريد الإلكتروني.
- خدمات المؤتمرات الصوتية والمرئية.
- مشاهدة وتحميل الأفلام والألعاب.
- نقل البيانات ومشاركة الملفات.
- المنتديات.
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- الرسائل أو الدردشة الفورية.
- التسوق أو التسويق عبر الإنترنت.
- الخدمات المالية.

5-7 الفرق بين الويب والإنترنت

يُعدّ الإنترنت شبكة ضخمة من الشبكات والبنية التحتية لربط ملايين أجهزة الكمبيوتر معاً على مستوى العالم، والتي تُمكن أيّ جهازي كمبيوتر من الاتصال بواسطته، أمّا شبكة الويب العالمية هي نموذج لتبادل المعلومات وطريقة للوصول إليها، تمّ بناؤها استناداً إلى شبكة الإنترنت. <https://mawdoo3.com>

5-8 فوائد الإنترنت

يتمتع الإنترنت بعدة فوائد أبرزها ما يأتي:

- إتاحة الاتصال والتواصل والمشاركة:

يمكن المستخدمون لشبكة الإنترنت من إرسال الرسائل أو المعلومات إلى أي شخص في العالم من خلال البريد الإلكتروني وتسليمها إليه على الفور، كما تُتيح تطبيقات الدردشة والمنتديات على الإنترنت إمكانية التواصل مع أي شخص وفي أي مكان من العالم .

- توفير المعلومات والمعرفة والتعلم:

يقدم الإنترنت كمًّا هائلاً من المعلومات في مختلف أنواع المواضيع، ويوفّر الإجابات على كافة أنواع الأسئلة المطروحة، إذ يشكّل الإنترنت قاعدة معلومات لا حد لها، وتُتيح محركات البحث المختلفة للمستخدمين إمكانية طرح الأسئلة والبحث عن إجاباتها والحصول عليها، وكذلك الحصول على الدورات التدريبية في كافة المواضيع.

- تحديد المواقع ورسم الخرائط :

يوفّر الإنترنت المعلومات التي تساعد المستخدمين على تحديد مواقع الأماكن والأشخاص في العالم وعلى الخريطة ولا سيما عندما تُستخدم تقنية تحديد المواقع (GPS) لتسهيل عملية البيع وكسب المال: يُشكل الإنترنت وسيلة تمكّن المستخدمين من بيع البضائع والخدمات وإدارة الشركات، وتسهّل وصول الأشخاص إليها من مختلف أنحاء العالم، وذلك من خلال البحث عن موقع الويب الخاص بالبائع والمتاح في كافة الأوقات، بالإضافة إلى إمكانية الترويج للمنتج من خلال نشر الإعلانات الإلكترونية.

- إتاحة الخدمات المصرفية ودفع الفواتير والتسوق:

يوفّر الإنترنت إمكانية وصول المستخدم لحسابه البنكي ومعرفة رصيده، كما يتيح للمستخدمين إمكانية تحويل وإرسال الأموال، ودفع الفواتير، وإتمام المعاملات المصرفية، بالإضافة إلى توفير ميزة التسوق الإلكتروني والبحث عن المنتجات وشرائها دون الحاجة إلى الذهاب للمتاجر.

- تقديم التبرعات والتمويل :

يمكنّ الإنترنت الأشخاص من تقديم المساعدة والتبرّع للمشاريع والجمعيات الخيرية مع سهولة الوصول إليها والبحث عنها. وسيلة ترفيهية: يُتيح الإنترنت للمستخدمين الحصول على الترفيه الذي لا حد له من خلال مشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو وممارسة

الألعاب الإلكترونية والاستماع إلى الموسيقى، مع إمكانية تحميل وتنزيل مقاطع الفيديو على أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة <https://mawdoo3.com>.

5-9 أضرار الإنترنت

ينجم عن استخدام الإنترنت أضرار عديدة، منها ما يأتي

- التمر الإلكتروني:

يساهم الإنترنت في تعريض الأشخاص للتمر وخصوصًا فئة الأطفال، وذلك يعود إلى إمكانية دخول المتتمرين إلى المواقع الإلكترونية بهوية مجهولة .

- مطاردة الأشخاص :

يتيح الإنترنت إمكانية ملاحقة الأشخاص من خلال مشاركة المعلومات الشخصية على مواقع الإنترنت واستغلالها من قبل المطاردين.

- الإصابة بإدمان الإنترنت والتشتت:

يترتب على قضاء كثير من الأوقات في تصفح الإنترنت وممارسة الألعاب الإلكترونية الإصابة باضطراب الإدمان على الإنترنت والتأثير على إنتاجية مكان العمل .

- وقوع الجرائم الإلكترونية:

قد يتسبب الإنترنت بالعديد من الجرائم الإلكترونية، ومنها: تعرض المستخدمون إلى سرقة بياناتهم الشخصية من قبل قرصنة الإنترنت واستغلالها في سرقة الهوية.

- التسبب في الوحدة الاجتماعية والانعزال عن العالم الواقعي:

إن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأشخاص وميلهم إلى مقارنة حياتهم مع الآخرين وقضاء الكثير من الأوقات في الألعاب الإلكترونية ومع الأصدقاء الافتراضيين قد يتسبب بأمراض نفسية واجتماعية، مثل: قطع العلاقات مع الأصدقاء الواقعيين.

- استلام الرسائل الإلكترونية المزعجة :

تشمل رسائل البريد الإلكتروني العشوائي والإعلانات عديمة الأهمية .

- التأثير على الصحة والإصابة بالسمنة :

يؤدي قضاء أوقات طويلة على جهاز الكمبيوتر وتصفح مواقع الإنترنت إلى اتباع نمط حياة غير صحي، مما يسبب السمنة المفرطة، وكذلك تؤدي حركة اليد المتكررة في تحريك الفأرة والكتابة على لوحة المفاتيح وبكثرة إلى إمكانية الإصابة بمتلازمة النفق الرسغي (Carpal Tunnel Syndrome)

- انتشار الأخبار المزيفة :

تتيح مواقع الإنترنت إمكانية استغلال بعض الأشخاص للمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر أفكارهم بدون أي تكلفة وبسهولة، ويشار إلى أنّ هنالك حكومات وأشخاص يحصلون على الفائدة من وراء نشر الأخبار المزيفة والأكاذيب عبر الإنترنت <https://mawdoo3.com>

6- محركات البحث

عبارة عن برامج يتم الوصول إليه على الإنترنت تستند في عملها على قاعدة بيانات تحتوي على معلومات كثيرة، وتعتمد في عملها على مبدأ الاستعلام، يوفر محرك البحث قائمة بالنتائج التي تطابق ما يحاول المستخدم العثور عليه على أفضل وجه فمع وجود المليارات من المواقع على الإنترنت اليوم، هناك الكثير من المعلومات عليها، لذلك فإنّ محركات البحث تسهل العثور على هذه المواقع والمعلومات. يوجد اليوم العديد من محركات البحث المختلفة المتاحة على شبكة الإنترنت، ولكل منها ميزاته الخاصة، اليوم أكثر محرك بحث معروف ويتم استخدامه هو Google ، ويوجد العديد من المحركات الأخرى، مثل AOL, Ask.com, Bing and Yahoo. <https://mawdoo3.com>

7- شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الدردشة

يرجع استخدام مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع جون بارنر عام 1954، فشبكات التواصل الاجتماعي في معناه التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة، (الديسي عبد الكريم، 2013، ص 76) ساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة به، وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك في هذه إنشاء موقع خاص بي ومن ثم ربطه بيني غام إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات (بن علي، ص 58)، ينظر إلى هذه الشبكات من منظور سوسيو اتصالي على أنها إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تخلق نوعا من الديناميكية الاجتماعية تطبيق لتصبح شكلا من التنظيم والعمل، ويرى كاستل Castle أنها تشكل قنوات اتصالية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البنية، إلى أنه يصعب تحديد هدف معين لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي (Castelle, M, 1988, P68)

7-1 موقع فايس بوك Facebook:

يعتبر موقع الفيس بوك من مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجيا سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. يعد الفيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية

إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد؛ والذي يتضمن وصفا من لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم، حيث تعود تسمية فيسبوك إلى الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية إلى طلابها الجدد؛ وفيه صور وأسماء زملائهم القدامى ومعلومات عنهم حتى لا يشعرون بالاعتراب (بهاء الدين محمود، 2011، ص11).

وقد قام مارك زوكربيرغ بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكان رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة؛ عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، امتدت الشبكة لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر، ويضم الموقع حاليا أكثر من 35 مليون مستخدم على مستوى العالم (فتحي عامر، 2011، ص203)، وذلك بعد اعتماده على تقنية الويب 2.0، فساعدت هذه الأخيرة في تطوير الشبكة وزيادة عدد المستخدمين، وفعلا حققت نوع نقلة نوعية وتزايد عدد المستخدمين من 12 مليون مستخدم سنة 2006، وصولا إلى 40 مليون مستخدم في بداية 2007، وصولا إلى 350 مليون مستخدم وأكثر، وأضافت التقنية إلى الشبكة استخدامات و التدعيمها هذه للغات العالمية، حتى أصبحت تدعم أكثر من 100 لغة حول العالم منها اللغة العربية وهذا ما زاد في الاقبال على الفيسبوك (بن علي مليكة، 2019، ص 59-60)

2-7 موقع تويتر Twitter

موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملائهم في العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع (بن علي، 2019، ص 61)

يعود إنشاء تويتر في مارس 2006 من قبل شخص يدعى جاك دورسي، وما لبث تويتر أن انتشر واكتسب شعبية بسرعة وفي كافة أنحاء العالم حتى بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم في عام 2011 على شبكة الإنترنت (الفندلجي عامر، 2013، ص 385)

تويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، وكانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام 2006 عندما أقدمت شركة Obivious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس السنة، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصة اطلق عليه "تويتر" وذلك في عام، 2007، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزا له

يوفر تويتر للمستخدمين إمكانيات عديدة منها معرفة ما يقوم به اصدقائهم دائما في أي وقت؛ كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية ارسال الأخبار الهامة جدا والسريعة كالاتغاثة أو الأخبار عن حادث مهم جدا وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها (المنصور محمد، 2012، ص 88)

يمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن" "What's happening now" ويجعل ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور

في ضوء ما تقدم للتويتر ميزات عديدة منها: يعلمك بالخبر حالة وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة من أخبار الذين تهتم بهم وتستطيع من

خلاله الحصول على الاستشارة الاستفادة من تجارب الأصدقاء ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة و إجراء حوارات مع ناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك ((بن علي مليكة، 2019، ص62)

2-8 موقع اليوتيوب Yutub :

اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الأمراض إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، غير أنه تم تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظر لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع. (بن علي، 2019، ص 63)

تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من خبرا من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة Pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية غير أن جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من جامعة ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور يوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجاحا في تكوين أحد أكبر الكيان في عالم الويب في الوقت الحالي(الدليمي عبد الرزاق، 2011، ص 194)

انطلقت نسخة تجريبية منه شهر ماي 2005، وانطلقت النسخة الرسمية في نوفمبر، وفي عام 2006 اشترت شركة جوجل هذا الموقع، ويعتمد الموقع على التقنية الأدوبي فلاش لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة والتي تضم أفلام مختلفة من قبل هواة ومحترفين (بن علي، 2019، ص 63)

يقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي: بث بنفسك أو ذع لنفسك

Your self broadcast، يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الإنترنت لمشاركة الفيديو ، إذ تحمّل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة

من حول العالم؛ بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المحمول لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواعٍ فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة (المرجع السابق، ص 64)

8- البريد الإلكتروني

هو وسيلة لتبادل الرسائل والمسجات القصيرة بين شخصين أو أكثر من خلال شبكة الانترنت، وتجدر الإشارة أنه في بادئ ظهور البريد الإلكتروني لم يكن متطوراً بالدرجة التي هو عليها الآن في وقتنا الحالي، حيث أصبح البريد الإلكتروني يسمح لمستخدميه بتبادل الصور والفيديوهات والملفات بالإضافة الي الرسائل الرقمية، فهو أحد اهم الخدمات المجانية المتاحة علي شبكة الانترنت، ويعتبر واحد من أشكال الرسائل الفورية التي يتم ارسالها واستقبالها في وقت واحد، ومن أهم الوسائل المبتكرة التي يستخدمها الانسان بشكل يومي في مختلف الاعمال، حيث أصبح من أهم التقنيات الحديثة من خلال الاتصال بالأنترنت، وهناك العديد من المواقع المختصة بهذه التقنية وهي معروفة و متميزة بخدماتها الجيدة؛ كالجي ميل، والهوت ميل، والياهو ميل، والآوت لوك https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html

- توملينسون Tomlinson Ray مخترع البريد الإلكتروني

توملينسون Tomlinson هو مبرمج أمريكي ابتكر الرسائل الإلكترونية واخترع البريد الإلكتروني، تخرج في معهد ماساشوستس للتكنولوجيا عام 1965م، ثم عمل مع فريق شركة بي بي أن في ولاية ماساشوستس، وقد جاء اختراعه للبريد الإلكتروني عن طريقة المصادفة دون أن يكون مخططاً لذلك مسبقاً مثل باقي اختراعاته، وقد أرسل توملينسون لنفسه أول رسالة إلكترونية في يوليو 1971، وقد وصلت رسالته إلى العنوان الذي حدده لها على الفور، علماً أنه لا يذكر من محتوى الرسالة شيئاً سوى أنها كانت تجميعاً لأحرف كتبها بصورة عشوائية .

https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html

1-8 استخدامات البريد الالكتروني

يتيح البريد الالكتروني لمستخدميه

- إرسال رسائل بالعديد من الاشكال مثل الوثائق المهمة من قبل الباحثين عن العمل لإرسالها الي الشركات، مما يساعد علي توفير الجهد والوقت علي كلا الطرفين، كما يتيح البريد الالكتروني تحميل الصور والملفات بمختلف الصيغ (ppt, pdf, doc, jpeg) بين المستخدمين وخاصةً طلاب المدارس والجامعات.

- يتم استخدامه في مختلف الاعمال التجارية مثل ارسال السندات والمقبوضات المختلفة التي تخص انواع التجارة.

- تدريب العديد من المبتدئين حول العديد من البرمجيات، مثل ارسال الملفات والفيديوهات، والتي لا يمكن لأي شخص رؤيتها، ومن خلال هذه الملفات والروابط يستطيع المستخدم فهم المبادئ الأساسية لها، كتعلم كيفية بيع وشراء الأسهم على الجهاز بصورة وهمية، قبل البدء ببيع وشراء الأسهم بشكلها الحقيقي .

- هناك العديد من المؤسسات الاعلامية الالكترونية التي تعمل علي ارسال الملفات والايخبار من خلال هذه المواقع، ويكون لكل موظف في هذه الشبكة حساب خاص يستطيع من خلاله التواصل مع الموظفين في نفس الشبكة .

- اصبح البريد الالكتروني الآن وسيلة إبلاغ سريعة بين المدرس الجامعي والطلاب، حيث يتمكن المدرس من إبلاغ الطلاب بأي حدث أو معلومة جديد وقتما يشاء، كما يمكن للطلاب التواصل مع المدرس من خلال ارسال البريد الالكتروني، ويمكن ربط البريد الإلكتروني بإدارة الجامعة لإرسال آخر أخبار الجامعة، والأحداث، والمؤتمرات، والمنح، والبعثات، والوظائف، وكل ما يهم الطالب، وهذا يساعد على توفير الوقت والجهد بين جميع الأطراف .

https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html

طريقة عمل ايميل او بريد الكتروني

في البداية يجب علي المستخدم أن يحدد مزود خدمات البريد الالكتروني او الموقع الذي يريد انشاء الايميل عليه، حيث أن هناك عدداً منها وهي (Yahoo) و (Gmail) و (Hotmail) وغيرها.

- الضغط علي تسجيل الآن وتسجيل بيانات المستخدم بشكل صحيح، دون القلق من هذه الخطوة حيث ان جميع البيانات والمعلومات تبقى سرية وآمنة، وهذه المعلومات هي الاسم

الاول والاسم الاخير واختيار اسم المستخدم، وإنشاء كلمة المرور الخاصة بالمستخدم، ثم تأكيدها مرة أخرى، تاريخ الميلاد والجنس والهاتف الجوال وعنوان البريد الإلكتروني الحالي إن وجد.

- يجب أن تثبت أنك لست روبوت من خلال الضغط علي الصندوق الموجود علي الصفحة، حتي يتسنى للموقع التأكد من آدمية المستخدم، لأنّ بعض الروبوتات صممت لاختراق الصفحات الإلكترونية .

- الموقع أو رمز تعريف البلد: وهو يمثل رقم مقدمة الهاتف خاصتك والذي زوت الشركة به.
- في النهاية يتعيّن على المستخدم قراءة اتفاقية خدمات ميكروسوفت للتعرفّ على شروط الاستخدام والخصوصية. ينقر على عبارة إنشاء حساب الظاهرة بوضوح أسفل الشاشة في مستطيل أزرق طويل، ثمّ تظهر صفحة جديدة وهي البريد الإلكتروني الجديد الخاص بالمستخدم-
https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html

[post_3.html](https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html)

9- قواعد البيانات والتعلم عن بعد

قواعد البيانات عبارة عن مجموعة، أو عدد معين، من البيانات المنظمة التي تعد مصدرًا لموارد التعلم عن بُعد، مخزنة في نظام الحاسوب. والتي يتحكم فيها نظام إدارة قاعدة البيانات، ويمكن أيضًا الاستفسار عنها واستخراجها، عادةً في أشكال إلكترونية. تستخدم معظم قواعد بيانات التعلم عن بعد استفسارًا عن البيانات ولغة الكتابة تسمى «SQL»

وتختلف أنواع قواعد بيانات التعليم عن بعد من حيث الأفضلية حسب اختلاف كيفية استخدام المؤسسات التعليمية لها، وتتكون من 5 أنواع هي:

- قواعد البيانات العلائقية
- قواعد البيانات الهرمية
- قواعد البيانات الهيكلية
- مستودعات البيانات

- قواعد البيانات الضخمة [/https://edtecharabia.com](https://edtecharabia.com)

ساهم ظهور تكنولوجيا التعليم عن بعد في عصرنا الحالي في تسهيل الكثير من الأمور، وساعدت على تطور المجتمعات وجعلتها تواكب الحياة الحديثة التي باتت تعتمد على السرعة وعلى الاتصالات، وكان للتكنولوجيا دورا كبيرا في التجارة والطب وفي جميع مجالات البحث، وكان للتعليم نصيب من هذه التكنولوجيا فظهر مصطلح التعليم عن بعد بمعنى أن الطالب يستطيع التحصيل العلمي والدخول في الجامعات والكليات دون أن يكون مضطرا للحضور على مقاعد الواقع، ونجد أيضا ما يسمى بالتعليم الإلكتروني الذي جاء بالنفع على المعلم والمتعلم، ولكن هل يمكن توظيف تكنولوجيا التعليم عن بعد في تطوير المنظومة التعليمية، وهل حققت النتائج المرجوة منها؟ هذا ما سنعرفه في السطور القادمة.

محاضرة السادسة: الآثار النفسية لوسائل الاتصال الحديثة

- الأهداف الإجرائية

- أن يحدد بدقة الآثار النفسية لوسائل الاتصال
- أن يربط بوضوح بين وسائل الاتصال الحديثة والآثار النفسية لها
- أن يميز بجلاء بين الآثار النفسية لوسائل الاتصال وبقية الآثار
- أن ينتقد وسائل الاتصال الحديثة

يعمل الاتصال أو التواصل على تطوير وتقوية العلاقات الإنسانية في المجتمع وبالتالي التماسك والترابط والتواصل بين الأفراد والجماعات والمؤسسات الاجتماعية. ويعتبر الفرد المحور الأساسي الذي يدور من حوله وبواسطته كل ما يتم في المجتمع الإنساني من عمليات اتصالية، فالإنسان يتصل بذاته ويتصل بغيره، فالتواصل شرط أساسي لتحقيق التكيف النفسي للفرد داخل الجماعة ويستدل على تحقيق هذا التكيف بحدوث الاتزان داخل المجتمع، ومما لا شك فيه أن التعرض لسيكولوجية الاتصال والتواصل ينطلق من مبدأ الإشارة إلى الشخصية ومكوناتها من جهة، والتوافق النفسي الاجتماعي من جهة أخرى، فالتواصل يتم أساساً من خلال شخصية الفرد وما ينظمها من مكونات مختلفة سواء كانت تلك الشخصية؛ شخصية المرسل أو المستقبل أو بمعنى آخر أن الاستجابة أو التأثير لعملية الاتصال إنما يتم أساساً من خلال العوامل النفسية التي تؤثر على سلوك الفرد واستجابته ومن أهمها الشخصية.

لقد أجريت عدة بحوث تناولت عملية التواصل وآثارها النفسية الاجتماعية من عدة جوانب، وكلها تبرز مدى أهميتها في تحقيق الاتزان داخل الجماعة على أساس الحد الأدنى من التوترات ولقد أوضحت هذه الدراسات الآثار المختلفة للتواصل بين أعضاء الجماعة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تحقيق التقارب الذهني

- تنميط الاتجاهات

- زيادة اندماج الشخص في الجماعة

- ازدياد كفاءة التفكير بزيادة موضوعيته نتيجة انخفاض نسبة العوامل الشخصية

- زيادة تمكين الأعضاء من التوافق المتبادل في مستويات الشخصية المختلفة

وعليه يحقق التواصل مهمته من خلال عمليتين رئيسيتين هما:

-انه يزيد من قدرة الأفراد على التوافق المتبادل

-يزيد من درجة اندماج الذوات في (النحن)(المرجع السابق، ص 24).

1- دور وسائط الاتصال في المجال النفسي

تلعب عملية الاتصال أو التواصل بين الأفراد داخل المجتمع على تغيير البناء المعرفي للإنسان، وبالتالي تعديل سلوكه تبعاً لمحتوى الاتصال بما فيه من تغيير الاتجاه، الدعاية، الإعلان، العلاقات العامة ضمن سيكولوجية تحدد معطيات مختلفة، يرجع جزء كبير منها إلى شخصية الفرد، مدى استجابته للتأثيرات المختلفة، مدى القدرة على التأثير على بناءه المعرفي، وبالتالي إحداث تأثير على سلوكه فيما بعد، وهنا تكمن أهمية النظر في أنماط الاتصال المختلفة وأثارها النفسية والاجتماعية، خاصة مع كثرة هذه الأنماط وتنوعها مع ظهور التكنولوجيات الحديثة من جهة، وميل الإنسان إلى كل ما هو جديد وخاصة الميل إلى الاستعمال المفرط لهذه التكنولوجيات بغرض تحقيق الرفاهية والراحة النفسية والمتعة من جهة أخرى. ومع ما قد ينتج عنه من تغيير في السلوك.

2- تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الفرد والجماعة

تؤثر وسائل الاتصال على الناحية النفسية للفرد من خلال:

- **تغيير الموقف:** المقصود بهذا النوع من أنواع التأثيرات قدرة وسائل الاتصال من خلال ما تنتشره وتبثه من مواضيع على تغيير نظرة وموقف واتجاه الناس إلى العالم، وذلك سواء على مستوى الأشخاص أو القضايا، أو على مستوى السلوك والقيم.
- **تغيير المعرفي** ومعنى هذا النوع من التأثيرات، أن لوسائل إعلام القدرة والاستطاعة في أن تؤثر في التكوين المعرفي، وذلك من خلال التعرض الطويل المدى لوسائل الإتصال كمصادر للمعلومات الموثوقة؛ فتقوم هذه الأخيرة بتوجيه معارفنا حسب المنحى الذي تريده، فتغير في أسلوب ونمط وطريقة تفكير الفرد وقناعاته المكتسبة.
- **التنشئة الاجتماعية:** إن التأثير " التنشئة الاتصالية" يفيد أن كل ما يُسمع أو يُرى أو يُقرأ؛ لا يخلو من هدف بقدر ما هو مشحون بالقيم، وهذا الذي يعرف عن بالتنشئة الاتصالية، فيعمل على تلقين المستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية، والتعرض المستمر الرسائل الإعلامية المشحونة بالقيم؛ والتي تعرض بقوالب جذابة تسمح لها بالتغلغل إلى اللاشعور لتشكل اتجاهها معيناً - دون وعي كامل من المتلقي - فليس هناك أخبار محايدة ولا ترفيه بريء؛ بل كل يحمل في طياته وبين سطوره كثيرا من القيم الخفية التي يراد ترويجها، فيُلجأ إلى هذا الأسلوب المغلف، الذي يظهر أثر هذه القيم على المتلقي عبر المدى البعيد.
- **الإثارة الجماعية:** وتسمى أيضا وسائل الاتصال الجماعية، وهي من أهم خصائص وسائل الاتصال؛ نظرا لاستطاعتها ومقدرتها على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين؛ عن طريق تكييف الجماهير معه، في الحروب مثلا وفي حالة الكوارث الطبيعية، ومن سلبيات هذا النوع من التأثيرات سوء استخدامه في المناسبات مثل صنع وسائل بلا مبرر له في أوساط الناس.

- الاستشارة العاطفية

يكمن دور وسائل الاعلام في عملية الاستشارة العاطفية، فيكون النفوذ القوي للعواطف الذي يسيطر على سلوك الإنسان والذي يمنح وسائل الإعلام هذه المكانة والفرصة الكبيرة في التأثير على المتلقي، فوسائل الاتصال تتمتع بقدرة متفوقة على التعامل مع عواطف الجمهور من خلال استخدام أساليب عرض مختلفة ومثال على هذا أنها تستطيع من خلال ما تعرضه وتبثه من مسلسلات وأفلام أن تجعلنا نتعاطف مع الضحية وقد يؤدي بنا الأمر أحيانا إلى أن نبكي معها حينما تعرض لمشاهد المعاناة والألم (لازار، 1995، ص 67)

- الضبط الاتصالي

يتجلى دور وسائل الاتصال في عملية الضبط الاتصالي من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة؛ يصبح الخروج عنها أمرا صعبا دون معنى، حيث تصبح مع مرور الزمن عرفا، كما تصبح جزء من ثقافة المجتمع؛ فأصبحت وسائل الاتصال هي التي تحدد للناس ما يصلح وما لا يصلح من خلال الإعلان عن آراء معينة وتكتم على أخرى فيخلق ذلك عند الناس ما يشبه العرف؛ الذي يُقبل ويُتبع ويُحذر من مخالفته.

- صياغة الواقع وتكريسه:

تؤثر وسائل الاتصال في هذا الباب عبر قيامها بعرض جزء صغير من حقيقة الواقع ليبقى في أذهان الجمهور على أساس أنه الواقع الحقيقي الكامل، وبذلك تعمل على صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها، وتعمل أيضا على صياغة نمط حياة من صنعها لتقدمه للناس على أنه هو الواقع المثالي؛ وتوحي للجمهور بتقليده عبر نشر صورته الإيجابية الجميلة فقط؛ فتختزل مجمل تفاصيله الحقيقية في هذا الجزء الصغير الذي تم عرضه فقط، كما أن وسائل الإعلام قد تعمل على تركيز ما هو قائم وتكريس ما هو موجود فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش، فأقرار الأمر الواقع وتبريره وتقديم المسوخ له من قبل وسائل إعلام يعمل على صنع رأي عام شبه موحد فلا يمكن

لأي شخص أن يثير تساؤلا حول صحة ما يجري (الطاهر، 2002 - 2003 ، ص

(34)

3- التأثيرات النفسية السلبية لوسائل الاتصال:

يمكن تلخيص التأثيرات السلبية لوسائل الاتصال فيما يلي:

- **الشك:** ويظهر هذا الجانب من خلال تأثير وسائل الاتصال على احتقار الفرد للعرف والدين والتقاليد والرأي العام والأخلاق الشائعة، كما يظهر في العزوف عن العمل السياسي وعدم الثقة في رجال الحركة السياسية.
- **عدم المبادرة والخمول:** يتمثل في عدم الاهتمام للأفراد أو المواقف أو الظواهر، بالإضافة إلى عدم الاعتراف بالمسؤولية الشخصية أو تحملها، وكذلك في فقدان الشعور والحساسية بعواطف الآخرين.
- **الاغتراب:** هو شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعينها أمره، وبأنه مزدرى من هذا المجتمع ولا قيمة له، ومن شأن هذا أن يؤدي إلى فقدان الفرد الحماسة والدافعية للمشاركة الفعالة. (جمعة، 2009، ص07)
- **التبعية:** تعني فقدان الفرد لحريته، لذاته، ذلك بسبب عوامل خارجية، اقتصادية، سياسية، وبذلك فحالة التبعية هذه تعتبر رد فعل لحالة الاغتراب السابقة الإشارة إليها، وذلك عندما يعتقد الفرد أن السياسة أو الحكومة في بلده يسيرها آخرون لصالح جماعات معينة، وأن يتم هذا على أسس وقواعد غير عادية، فتكون النتيجة أن يصبح الفرد أسيرا لأفكار خاطئة؛ وتأسره تيارات معادية لقيم المجتمع الذي يقطنه، هذا ويصاحب هذه الأزمات إضعاف كبير لدور قادة الرأي والفكر بفعل سلطة وسطوة الصورة والصوت؛ وإضعاف الفعل الاتصالي الاجتماعي وتعظيم قيم الاستهلاك المادي بفعل ضغوط الإشعار وكل هذا على حساب الخصوصيات المحلية.
- **تعمق الفجوة الإعلامية**

رغم ما أفرزته تكنولوجيا المعلومات من مفاهيم ديمقراطية المعرفة إلى إن المساواة

الاجتماعية في مجال التكنولوجيا لم تتحقق، فعدد من أعضاء جماعات الأقليات

والجماعات محدودة الدخل ليس لديهم تليفونات، وحتى في أكثر الدول ثراء و ليبيرالية مثل أمريكا نجد أن حوالي 95% من المنازل يوجد بيها تليفونات في حين أن هذا الرقم يصل إلى حوالي 85% من المنازل الأمريكية التي يقطنها أمريكيون من أصل إفريقي (حجازي، 1993 ، ص 14) هذا المثال داخل الدولة الواحدة أما الفجوة المعرفية بين الدول المحيط والمركز فعالية جدا، فالفرضية الخاصة بالفجوة المعرفية تثير قلقاً مشابهاً ومساويا فيما يتعلق بتأثيرات تكنولوجيا المعلومات، حيث أن هذا المدخل يميز بين الأثرياء والفقراء بالمعلومات، وبالطبع فإن المجتمعات التي تتسم بالثراء المعلوماتي هي التي تتمتع بمستويات عالية ومتميزة من التعليم وتستطيع الوصول إلى مصادر المعلومات مثل: المكتبات وأجهزة الكمبيوتر متصلة بشبكة المعلومات، في حين أن المجتمعات التي تعاني الفقر المعلوماتي تحصل على مستويات متدنية من التعليم والوصول إلى مصادر المعلومات وتميل إلى أن تكون فقيرة أيضا من الناحية الاقتصادية. (Kim and all, 2013, P67)

- تقمص أدوار جديدة

يبرز تقمص الأدوار في تقليد الممثلين والشخصيات التي يصنعها الإعلام، وقد أورد الباحث Bandura صاحب نظرية التعلم الاجتماعي أن تأثير وسائل الاتصال يكمن في التقمص Modeling ، يعني ذلك أن الجمهور يلاحظ ويشترك تجربة الآخر ثم يتخذ ذلك نموذجا، أما التأثير السلبي فيمكن في طبيعة صاحب القدوة فيما إذا كانت صفات قيمة أو غير ذلك. كما تساهم محتويات الاتصال كأفلام العنف والجنس واللغة التي تخل بالقيم إلى إضعاف درجة الانفعال والمقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها، وعلي هذا الأساس عمدت العديد من الثقافات إلى وضع حدود لما لا يمكن التلطف به خشية التحول ذلك إلى فعل؛ فتكرار الرسالة التي تخرج عن سياق

الثقافة قد يؤدي إلى إضعاف الحساسية La désensibilisation من ثم لا يفرز المتلقي نقد الرسالة أو شك فيها.

- تأثيرات أخرى

إن الوسيلة الإعلامية تخلق مجموعة من المشاعر لدى الأفراد مثل: الشعور بالغضب أو الوحدة؛ فمثلا التلفزيون تنوعت المشاعر حوله بين مؤيِّد ومعارض بوجوده كجليس للطفل، وهناك من يرى طلع أنه إيجابي ويولِّد مشاعر إيجابية، وهناك من يعارض ويصر على وجود مشاعر عدائية لدى الأطفال وتحرمهم من اللعب والتفاعل الاجتماعي مع أقرانهم ومع أسرهم. (Patricia grenfeeld، 1984، في بن علي مليكة، 2019، ص 35)

هناك العديد من الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال المختلفة على سلوك الأفراد مثل التصويت، أنماط اللعب، العدوانية وغيرها. فالفرد يبقى في احتكاك دائم مع مختلف أنماط الاتصال التي يزر بها عالم الإعلام، والتي تخاطب مشاعر الإنسان، عواطفه، إحساسه وفي محاولته للاندماج داخل المجتمع، يحاول الإنسان إشباع رغباته المختلفة وحاجاته النفسية المتنوعة. ويبقى فهما لتأثيرات وسائل الاتصال المختلفة من وجهة نظر علم النفس يرتبط أساسا بإدراكنا لأنواع الحاجات لدى الفرد، والتي يسعى إلى تلبيتها عن طريق استخدامه لمختلف هذه الوسائل، وما يمكن أن تحققه له هذه الوسائل من حاجة نفسية، اجتماعية تصل بدورها إلى تحقيق عملية التوافق لدى الفرد، وهي العملية التي تبدأ عندما يشعر الفرد بحاجة أو دافع ما، وتنتهي عندما يشبع هذه الحاجة أو يرضي هذا الدافع.

<https://mawdoo3.com/>

محاضرة السابعة : الاثار الاجتماعية لوسائط الاتصال الحديثة

- الأهداف الإجرائية

- أن يحدد بدقة الاثار الاجتماعية لوسائط الاتصال
- أن يربط بوضوح بين وسائط الاتصال الحديثة والاثار الاجتماعية لها
- أن يميز بجلاء بين الاثار الاجتماعية لوسائط الاتصال وبقية الاثار
- أن ينتقد وسائط الاتصال الحديثة

مقدمة

وسائل الاتصال الحديثة ساعدت العديد من الأفراد للتعرف على كل ما هو جديد حول العالم، وبالرغم من المميزات الكثير التي قدمتها، إلا إنها يوجد فيها بعض من الأثار والانعكاسات ننتجه للاستخدام المفروض لتلك الوسائل الحديثة، سواء كانت انعكاسات على الجانب النفسي أو الاجتماعي، وبالتالي تتزايد مع ذلك أثارها على الأفراد المستعملين وعلى المجتمع ككل، ولذلك فإن ظاهرة الإدمان الاتصالي جعلت الأفراد يغرقون في عالم افتراضي أو كما يسميه المختصون "المجتمعات الافتراضية، ومن خلال ذلك المقال سوف أوضح اثر الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة على الأفراد.

إن الحديث عن التأثير الاجتماعي يفترض مرحلة أساسية واستراتيجية، وهي التفاعل الاجتماعي باعتباره يتم بين طرفين أو جماعتين، وبعد هذه المرحلة والعلاقة الاتصالية الضرورية يحصل التأثير الاجتماعي حيث نتحدث عن مؤثر ومؤثر (أباه، 2001، ص64)، إذ الأول، هو ذلك الفرد أو تلك الجماعة التي اعتمدت القدرة على إثبات الصواب لديها عن طريق المهارة والبرهان، في حين الثاني هو ذلك الشخص أو تلك الجماعة المغيرة لسلوكها حيث انبهارها بصواب الطرف الآخر الذي أثر على في سلوكها وجعلها تغير موقفها ويتميز التأثير الاجتماعي بكونه شرطاً أساسياً يميّز عملية التفاعل الاجتماعي، ويعرف التفاعل بأنه التقاء سلوك شخص أو مجموعة أشخاص مع سلوك شخص آخر أو مجموعة أشخاص آخرين في عملية توافق تبادلية، يترتب عليها أن يتأثر سلوك كل طرف تعرف بسلوك

الآخر، حيث يكون سلوك أي منهما منبها أو مثيرا لسلوك الطرف الآخر، ويعرف التفاعل الاجتماعي العامة بأنه " العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عمليا وواقعا وفي الحاجات والرغبات والوسائل والغايات والمعارف" (ماقري، مليكة، 2022، ص276-277)

1- أهمية الاتصال الجماهيري بالنسبة للمجتمع

مما لا شك فيه أن وسائل الاتصال الجماهيري تؤدي عدة مهمات ووظائف لا تخفى عنا، تتجلى بالأساس في إفهام أفراد المجتمع لمهامهم واحتياجاتهم في التربية على الإعداد النفسي للعمل والحركة، كما تقوم بدور خاص في العمليات الاتصالية السيكولوجية لتراس ووحدة الذات الاتصالية للنشاط الاتصالي الجماهيري، كما ان للاتصال الجماهيري أهمية بالغة وكبيرة للاتصال الجماهيري بالنسبة إلى المجتمع حيث لا يختلف إثنان في صعوبة الحديث عن أي عملية اجتماعية تنتج بين أفراد وجماعات ومؤسسات دون قناة ووسيلة الاتصال؛ إذ لا تصح نماذج العملية الاتصالية في التوافق والاتفاق والتعاون والتخصص و التطبيق دون اتصال.

كما تتجلى أهمية الاتصال الجماهيري في عدم إمكان تصور علاقات منسجمة وتفاعلات حقيقية وأنماط سلوك واعية دون اتصال ودون وجود عمل وسائل الاتصال؛ حيث اختفاء الاتصال ووسائله يعني بالمقابل محو وموت الحياة الاتصالية المعاصرة؛ وانتفاء لكل أشكال التفاعل الاجتماعي وأنماط السلوك المتحضر

يرى الباحث وعالم الاجتماع البريطاني أنطوني جيدنز، أن لوسائل الاعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة، وكلما اتسع هامش الحريات التي تتمتع بها؛ وزاد اهتمامها بالقضايا المهمة مثل الحكم الصالح، والتمكين الاتصالي؛ تعززت الحوافز لتأسيس مجتمع المعرفة، غير أن أوجه القصور في وسائل الإعلام العربية حسب ذات الباحث جيدنز تقلل من فاعليتها في هذا المجال، كما أن السيطرة الحكومية وغياب الحريات الصحفية يقفان حجر عثرة ويحولان دون وصول عامة الناس

الى المعلومات، وبالمقارنة مع المعدلات العالمية عموماً فإن نسبة وسائل الإعلام لعدد السكان هي الأدنى في البلدان العربية، وإن أكثر من 70% من قنوات التلفزيون العربية هي تحت إشراف الدولة؛ التي تملك بدورها وكالات الأنباء. وكان من ذلك نشر أخبار سلطوية الطابع، هزيلة المضمون، تكاد تقتصر على الأخبار الرسمية أو أنشطة كبار رجال السلطة، ونادراً ما تحمل المعلومات التي تهم أغلبية الناس وتثري مخزون المعرفة الناقصة لديهم (عباس نور الدين، 2000، ص 164)

2- مستويات التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال

يتأثر التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال بمستويات منها:

2-1 التأثير بين الافراد

يظهر هذا النوع من التأثيرات عادة في العلاقات مثل علاقات الصداقة وعلاقات الزواج، ففي علاقات الصداقة؛ وإن كان التأثير متبادلاً إلا ويكون أحدهم أقوى من الآخر تأثيراً؛ فمثلاً الصديق (أ) يؤثر على صديقه (ب) لأن الأول مثلاً له القدرة والمهارة في آليات التواصل أو متفوق وناجح في حياته وما إلى ذلك من أشكال التأثير، كما نجده ذلك في علاقات الزواج؛ حيث الزوج يؤثر في زوجته نظراً لجديته وحسن تعامله؛ وقد تؤثر الزوجة في زوجها بحوارها الهادئ والهادف وقوة شخصيتها

2-2 التأثير بين الأفراد والجماعات

في هذا المستوى نتحدث عن تأثير متبادل، أي أنه قد يتأثر الفرد بالجماعة كما قد يؤثر هو أيضاً بدوره في الجماعة، غير أنه في كثير من الأحوال يكون الفرد في موضع تأثر إذا كان في تجانس مع الجماعة؛ حيث نجده يتأثر بالسلوكيات السائدة التي يراها في العديد من الأشخاص الذين هم بدورهم يشكلون جماعة، ومثال ذلك الطفل في وسط الأسرة يتأثر بكل فرد فيها، وبالمقابل قد يؤثر الفرد في الجماعة وذلك واضح في مشاهد القيادة والرئاسة؛ حيث نجد الفرد يؤثر كلية على سلوكيات الجماعة ويترك صدى عميقاً عليها؛ بسبب موقعه أو الكاريزما التي يمتلكها في شخصيته، وهناك أيضاً أمثلة أخرى

كثيرة تبين تأثير الفرد على الجماعة مثل تقليد الشخصيات المشهورة كالفنانين والرياضيين؛ حيث نجدهم يقلدونهم في لباسهم ومشيمهم وفي حلاقة شعرهم وحتى في طريقة كلامهم وما إلى ذلك. (ماقري مليكة، 2022، ص 277-278)

2-3 التأثير بين الافراد ووسائل الاتصال الجماهيري

يظهر هذا النوع من التأثيرات واضحا في كون وسائل الاتصال الجماهيري لها القدرة والاستطاعة من خلال نظرياتها المتنوعة وذات الدراسات القبلية على تغيير موقف واتجاهات سلوكيات الأفراد، بل وأن تأثيراتها أصبحت أكثر وضوحا وأشد خطورة ووطأة (زهران، 1979، ص 110)

2-4 التأثير بين الأفراد والثقافة

يتجلى هذا النوع من التأثير في كون الفرد يتأثر بثقافة المجتمع السائدة؛ ذلك لا نكاد نجد فردا ما يقوم بعادات وتقاليد من تلقاء نفسه؛ بل على العكس نجده متأثرا بها ويحافظ عليها حتى في خروجه من وطنه نحو ثقافة وطن آخر، كما أن الثقافة تتأثر بالمجتمع لأنها نابعة منه (ماقري مليكة، 2022، ص 277-278)

3- مظاهر التأثير الاجتماعي

يؤكد علماء النفس الاجتماعيين إن من أهم مظاهر التفاعل الاجتماعي: تقييم الذات والآخرين وإعادة التقييم والتقويم المستمرين، بالإضافة إلى أن التأثير في التفاعل الاجتماعي يتوقف على شخصية الفرد ومكانته الاجتماعية، وتستخدم كلمة تقييم لتدل على الجانب الوجداني؛ أي تحديد نظام مشترك تقيم في ضوءه الحلول المختلفة ويشمل طلب الرأي والتقييم والتحليل والتعبير عن المشاعر والرغبات وما شعورهم نحو المشكلة وأهميتها والحلول المتوقعة؟ ومن بين مظاهر التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال نشير باختصار إلى:

- **التعاون:** هو تفاعل بين شخصين أو جماعتين لتحقيق أشياء تصعب على الفرد إنجازها لوحده، وهو ضرورة من ضروريات الحياة.

التنافس: هو خاصية إنسانية؛ يتم بين فردين أو جماعتين؛ مثل تنافس التلاميذ للحصول على النقطة الأولى؛ وهو خاصية إنسانية، ويمكن اعتبارها جزء من النسق الاجتماعي

التوافق: وهو تواءم وتكيف وتأقلم فردين أو جماعتين على فكرة أو مسألة ما؛ وتكون الحالة النفسية مستقرة، يظهر في هذا الشكل التماسك وتقديم العون والمساعدة -**الصراع:** وهو عبارة عن شكل من أشكال التفاعل بين فردين أو جماعتين، ويتميز بالتوتر والانفعال والمقاومة من أجل الحصول على نفس الأشياء؛ ومثال ذلك الصراع بين الرياضيين من أجل الحصول على جائزة البطولة، أو فرق القدم من أجل الحصول على كأس العالم، والصراع صفة إنسانية...

إن التأثير الاجتماعي هو مرحلة جوهرية؛ لكونها تميز العملية التفاعلية؛ ويتخذ عدة مستويات ومظاهر كونها تشكل أساس البناء الاجتماعي (جابر، 2003 ص 190)

4- الاتصال وتأثيره على الأسرة والجماعة

أدى الاستخدام المفرط لشبكة الإنترنت والإقبال المتزايد على خدماتها، إلى تشكل ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، التي تتكون من هويات لأفراد حقيقيين، يتواصلون فيما بينهم لأغراض ودوافع مختلفة، فالمجتمع الافتراضي هو مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافياً، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الإلكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس والولاء والمشاركة.

لقد أدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والرقمية إلى إقامة علاقات جديدة بين صناعات المحتوى وصناعات وسائل الاتصال وتقنياتها، والصناعات الثقافية الرقمية. لذلك يقتضي أي مشروع تنموي قياس الآثار الاقتصادية والاجتماعية لهذه التغييرات، ودراسة خصائص اللاعبين الجدد في هذا القطاع في مختلف دول العالم، وابتكار نماذج جديدة لتنظيم الإنتاج والاستهلاك الثقافي... وكل هذا يتطلب إعادة تحديد الهياكل والاستراتيجيات المالية والصناعية، وتجديد السياسة العامة للتنظيم والمراقبة، وخلق عمليات جديدة للإنتاج والنشر واستخدام الإنتاج الفكري والفني،

ودعم وتشجيع استخدام واستهلاك المنتجات المبتكرة. فالصناعات الثقافية ليست فقط عاملا اقتصاديا هاما، بل هي أيضا فرصة لتعزيز الشعور بالانتماء والوعي بالثقافة الوطنية، مع حماية التنوع الثقافي العالمي والفهم المتبادل بين الدول...

مع كل الأزمات والتغيرات التي تشهدها، لا بد للدول العربية من اعادة بناء ثقافتها لتتمكن من اعادة تركيب أنظمتها الاجتماعية والاقتصادية. وهنا تعتبر وسائل الاتصال الاجتماعية أداة جديدة في غاية الأهمية والفعالية لتوزيع المعلومات وتسهيل التعبئة وتنظيم الأحداث، والاطاحة للشعوب لأن تعبر عن نفسها بشفافية وحرية ولأن تحاسب صناع القرار. هي أهم أداة للديمقراطية في تاريخ العالم العربي، وفي الواقع، لقد طوّرت امكانية التعبير عن القدرات الفردية والجماعية، بما لم يشهده تاريخ الاتصال الانساني من قبل. (مي العبد الله، 2004)

<https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/317281.html>

سوف يمضي وقت طويل قبل أن تستقر الأنظمة العربية الجديدة وتجد طريقها للديمقراطية، وتبقى الرقابة الذاتية هي المعيار للتعبير عن الذات، ولكنها الى الآن لا تزال محفوفة بالمخاطر. فمنظمات الدفاع عن حقوق الإنسان تناضل لحماية الذين يعبرون عن أنفسهم على الإنترنت في العالم العربي، وضد التدابير المتخذة من قبل الحكومات للسيطرة على الأنشطة عبر الإنترنت.. . وتقدم شبكة الإنترنت أملا جديدا وفرصة جديدة للمواطنين لأن يتعلموا كيف يعملون ويفكرون لأجل التعايش بوحدة وسلام. وهذا يستلزم بناء ثقافات جديدة، وهويات جديدة تقوم على تبادل المعلومات، ولا تأخذ في الاعتبار أصل، أو لون البشرة، أو المظهر الخارجي، أو دين الآخرين.. لكن الرهانات الاجتماعية التي تواجهها وسائل اعلام والاتصال الحديثة هي ذات أهمية قصوى بالنسبة لمستقبل الإنسانية، وتأتي من جهات ثلاث: الحكومات التي تسعى للحفاظ على السيطرة الاجتماعية على السكان، والشركات المصنعة التي تريد خلق سوق عالمية، وثالثا المستخدمين الذين يحلمون بالتقدم من خلال وجودهم العالمي على الشبكات الالكترونية. لكن قوة هذه الوسائل تنبع من حقيقة أن المعلومات تأتي من الناس والمستخدمون هم الجهة الفاعلة الحقيقية، فعلى المستوى السياسي مثلا، أصبحت شبكة الإنترنت أداة للمؤتمرات ولتوطيد ثقافات الاتصال وتجاوز

المواقف الدينية والمذهبية والفئوية المتطرّفة...الأمل هو اذن في هذا التفاعل، ف "ثقافات الاتصال" هي الأمل الجديد للشعوب العربية التي تتلمّس طريقها للتنمية الاجتماعية، والمستقبل رهن بهذا الأمل <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/317281.html> .

المحاضرة الثامنة: نظرة استشرافية لوسائل الاتصال المستقبلية

الأهداف الإجرائية

- ان يقوم الطالب ووسائل الاتصال عامة
- أن ينقد وسائل الاتصال المعاصرة
- أن يبني الطالب نظرة استشرافية لوسائل الاتصال المستقبلية

مقدمة

بدأت خلال القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصال الرابعة التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن 20 ، حيث شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، حيث أتى التوسع في التصنيع إلى زيادة في الطلب على المواد الخام؛ وكذلك التوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود الجغرافية؛ ومنه برزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات خاصة في المجال التجاري، ويشهد النصف الثاني من القرن 20 أشكال جديدة لتكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات؛ مما تضاءل أمامه إلى أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض؛ شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية؛ وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة؛ وكمية هائلة من المعارف المتعددة الأشكال وتخصصات واللغات، وتجسيد تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدأ بالاتصالات اللاسلكية مروراً بالتلفزيون وانتهاءً بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية، وثورة الحاسبات الإلكترونية التي أطلق عليها عدة تسميات أبرزها الاتصال المتعدد الوسائط، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية ومرحلة الوسائط المهجنة،

مما لا شك فيه أن وسائل الاتصال الجماهيري تؤدي عدة مهام ووظائف لا تخفى عنا تتجلى بالأساس في إفهام أفراد المجتمع لمهامهم واحتياجاتهم في التربية على الإعداد النفسي للعمل والحركة، كما تقوم بدور خاص في العمليات الاتصالية السيكولوجية لتراس ووحدة الذات

الاتصالية للنشاط الاتصالي الجماهيري، كما ان للاتصال الجماهيري أهمية بالغة وكبيرة للاتصال الجماهيري بالنسبة إلى المجتمع حيث لا يختلف اثنان في صعوبة الحديث عن أي عملية اجتماعية تنتج بين أفراد وجماعات ومؤسسات دون قناة ووسيلة الاتصال؛ إذ لا تصح نماذج العملية الاتصالية في التوافق والاتفاق والتعاون والتخصص و التطبيق دون اتصال.

كما تتجلى أهمية الاتصال الجماهيري في عدم إمكان تصور علاقات منسجمة وتفاعلات حقيقية وأنماط سلوك واعية دون اتصال ودون وجود عمل وسائل الاتصال؛ حيث اختفاء الاتصال ووسائله يعني بالمقابل محو وموت الحياة الاتصالية المعاصرة؛ وانتفاء لكل أشكال التفاعل الاجتماعي وأنماط السلوك المتحضر

يرى الباحث وعالم الاجتماع البريطاني أنطوني جيدنز، أن لوسائل الاعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة، وكلما اتسع هامش الحريات التي تتمتع بها؛ وزاد اهتمامها بالقضايا المهمة مثل الحكم الصالح، والتمكين الاتصالي؛ تعززت الحوافز لتأسيس مجتمع المعرفة، غير أن أوجه القصور في وسائل الإعلام العربية حسب ذات الباحث جيدنز تقلل من فاعليتها في هذا المجال، كما أن السيطرة الحكومية وغياب الحريات الصحفية يقفان حجر عثرة ويحولان دون وصول عامة الناس الى المعلومات، وبالمقارنة مع المعدلات العالمية عموما فإن نسبة وسائل الإعلام لعدد السكان هي الأدنى في البلدان العربية، وان أكثر من 70% من قنوات التلفزيون العربية هي تحت إشراف الدولة؛ التي تملك بدورها وكالات الأنباء. وكان من ذلك نشر أخبار سلطوية الطابع، هزيلة المضمون، تكاد تقتصر على الأخبار الرسمية أو أنشطة كبار رجال السلطة، ونادرا ما تحمل المعلومات التي تهتم أغلبية الناس وتثري مخزون المعرفة الناقصة لديهم (نور الدين، 2000، ص 164)

1- الاتصال وتأثيره المجتمعي

إن لوسائل الاتصال الجماهيري دورا كبيرا؛ وتؤثر تأثيرا واضحا في بناء أو تخريب الأسرة، وتعتبر وسائل الإعلام سلاح ذو حدين فقد تؤثر بالإيجاب على الأفراد من

خلال تعليمهم السلوكيات الصحية، وقد تؤثر عليهم سلبا حين تساهم في جعلهم مدمنين أو منحرفين أو مجرمين، لكن الملاحظ هو قلما نجدها في النوع الأول في مقابل كثيرا ما نجدها تؤثر سلبا وتحرض على الانحراف (جيدنز ، أ، 2011 ص168)

إن موضوع التأثير السلبي لوسائل الاتصال لاسيما التلفزيون والسينما؛ يثير جدلا كبيرا بين المهتمين بهذا الموضوع وعلى وجه الخصوص علماء النفس والاجتماع... ويكاد من المسلم به أن التأثير السلبي لوسائل إعلام يتجلى خصوصا لدى الأشخاص الذين لديهم الاستعداد للتأثر بالجوانب السلبية التي تبثها وسائل إعلام؛ بحكم تكوينهم الشخصي وتنشئتهم وظروفهم الاتصالية والحالة النفسية التي يوجدون فيها أثناء تلقيهم للرسالة الإعلامية.

اتفق عدد من المهتمين بقضايا التنشئة الاجتماعية على أن وسائل الإعلام ولاسيما التلفزيون يلعب الآن دورا معارضا لدور الإيجابي لكل من الأسرة والمدرسة فيما يخص التأثير على الأطفال والشباب، ويشير الخبير الإعلامي " هالوران " إلى أن إحدى الدراسات الميدانية في هذا المجال توصلت إلى نتيجة مرعبة على حد تعبيره وتتمثل هذه النتيجة في أن 87% من الأطفال في السن الحادية عشر الذين شملتهم الدراسة أعلنوا أنهم يثقون بالتلفزيون أكثر من ثقتهم بأي مصدر آخر، ويضيف عندما سألنا هؤلاء الأطفال إذا سمعتم قصة من والديكم أو من مدرسيكم أو من التلفزيون؛ فأى رواية تصدقون؛ أجاب 54% من هؤلاء أنهم يصدقون التلفزيون (المرجع السابق ، ص 93)

هذا ويبين عدد من الخبراء الذين تناولوا بالدرس والتحليل ظاهرة تأثير وسائل الإعلام على السلوك الإنساني إلى تأييد وجهة نظر "هالوران" حيث يرى هؤلاء أن الكثير من القيم التي كانت تتمسك بها الأسرة والمدرسة خاصة في المجتمعات الغربية أخذت في الاضمحلال لتحل محلها قيم مأخوذة من وسائل الإعلام ولا تستند إلى معايير أخلاقية واجتماعية، وهذه الظاهرة بدأت تغزو بلدان العالم الثالث بما فيها المجتمعات العربية حيث بدأ جيل الشباب يفقد تدريجيا المرجعية الثقافية الوطنية وأصبح

أكثر تأثراً بما ينقله إليه الإعلام الغربي، مما أضعف تمسكه بما يسود مجتمعاته من قيم روحية وأخلاقية ومن عادات وتقاليد . (ماقري مليكة، 2022، ص283)

يضيف **جيدنز** أن وسائل الاتصال في البلدان العربية مع استثناءات قليلة هي بنت السلطة أو ربيبتها، وهي الأدوات الأساسية للتعبئة السياسية أو الشحن العاطفي النفسي، وفي أخرى نجد **جيدنز** يعتبر أن المواطن العربي مجرد هدف للاتصال الذي يستهدف قولبته في قوالب ذهنية معينة ذات أبعاد محددة تزيد من سلبيته وقلة مشاركته في الحياة السياسية؛ هذا وإن كانت مشاركته السياسية مطلوبة أصلاً أو مرغوبة فيها من قبل النظم الاجتماعية القطرية.

2- مستقبل وسائل الاعلام

تتبادر إلى أذهان البعض منا، العديد من التساؤلات، حول مستقبل وسائل الإعلام المختلفة، ونحن نرى التنافس الشديد بينها، وتقلص دور بعضها، ومحاولة إعادة الهيكلة أو التغيير في الأهداف للبعض الآخر، أو الدخول في أسواق جديدة، ولعل التساؤل ينصب حول مستقبل هذه الأجهزة في العصر الرقمي، وفي زمن تدفق المعلومات وإتاحتها عبر الفضاء. أن مستقبل وسائل الاتصال مرهون بمصدر المعلومة ففي لقاء تليفزيوني مع الرئيس جورج بوش أوضح انه يفضل الحصول على الأخبار ليس من الصحفيين، ولكن ممن يثق بهم! (الذين يمدونني بالأخبار الحقيقية دون تحريف أو تعديل)، هذا الرأي يضاف إلى النظرة التي تعانيها وسائل الإعلام في كونها تبحث عن الربح وليس وسائل خدمات للشعوب، علمية التوزيع Fragmentation ويقصد بها التحول الكبير من وسيلة إعلام واحدة كانت في الماضي هي المصدر والوحيد للأخبار إلى عدة وسائل منافسة.

لم يعد هناك ما كان يقال في السابق (رأي عام) أو (لغة مشتركة) بل أصبحت هناك عدة آراء والكثير من اللغات؛ وذلك لأنه لم يعد هناك مصدر واحد يهيمن على الأخبار، بل عدة مصادر، لم يعد هناك من يقرر كون الأخبار غير حقيقة أو دعائية، لم يعد الصحفي هو المصدر الوحيد للأخبار.. كل شيء يشهد تغيراً واضحاً. إن وسائل الإعلام تشهد تحولاً كبيراً كما حصل عند اكتشاف التلفاز أو اكتشاف الهاتف، هذا لا يعني أبداً انه لم يعد لها

دور مهم في حياة الناس، إن كثرة المصادر التي يتلقى منها الناس الأخبار والتي تعود ملكيتها لشركات كبيرة مملوكة لعدد قليل من الأشخاص يتنافسون على تغطية أحداث محددة، لا يعني أبداً عدم إمكانية الوصول إليهم في لحظة واحدة، فالجميع يلتف حول التلفاز لمشاهدة مباراة في كرة القدم أو الاستماع إلى خطاب هام لأحد السياسيين، ويمتاز وقتنا الحاضر بتوافر الكثير من الأخبار والتقارير والمعلومات ذات الجودة العالية بأقل جهد وبأرخص الأسعار بل بالمجان، والذي يلعب فيه الصحفيون دور حكام المباريات للتفريق بين ما هو غث وسمين من الأخبار وذلك لتعدد المصادر، أي لم يعد لهم ذلك الحضور المؤثر كما كان سابقاً.

3- التصدي للتأثيرات السلبية لوسائل الاتصال الجماهيري

لعل من بين الموضوعات التي أخذت اهتماماً متزايداً في أوساط عديدة هي الآثار السلبية التي يمكن أن تتركها وسائل الإعلام على السلوك الإنساني، وكيف السبيل إذن لاستثمار هذا التأثير السلبي إيجاباً؟ وما هي الحلول المقترحة لمجابهة التغول الإعلامي:

- أولاً كيفية استثمار المضمون تأثير الإعلام إيجابي أخذت وسائل إعلام والاتصال الجماهيرية تلعب دوراً جوهرياً في المجتمعات الحديثة، وتتجلى هذه الوسائل في وسائط التواصل المختلفة مثل: المجالات، الكتب والصحف والتلفزيون والسينما والأقراص المدمجة وغيرها، التي تنقل المعلومات والمواقف والآراء للجمهور، غير أنه عبر هذه الوسائل يترك الإعلام آثاراً عميقة في حياة الناس، إذ لا نجده يقوم بتوصيل رسائل بريئة أو أخبار محايدة تزودنا بالتنقيف والتعليم، بل معلومات تستهدفنا وتؤثر على قيمنا، والسؤال الذي يجب أن يطرح في هذا الصدد؛ هو كيف التعامل مع المضمون الإعلامي من أجل أن يؤثر على أسرنا بالإيجاب؟

- يمكن استثمار مضامين التأثير الاجتماعي بالإيجاب على الأسر والأفراد من خلال انتقاء المسؤولين على الأسر لقنوات معدودة تهم الثقافة والتربية وتبث مناقشة مواضيع علمية تهم الحياة اليومية وخالية من كل توجهات أيديولوجية ومن كل التسمات

التي تتجلى في عرض أفلام ومسلسلات تعرض واقعا غير واقعا، أي قنوات تساهم في إفهام الناس لا في إعماء أبصارهم بالتوهّمات الخالية المعنى (عزي، 2013 ، ص92)

4- الحلول المناسبة لمواجهة هذا السيل الإعلامي الجارف

إن الاثر السيء والمدمر لمضامين وسائل الإعلام واضح وظاهر ولا يخفى على أي كان، فما يفتقد ويغفل عنه هو إعادة قراءة ومراجعة مهمة ووظائف الاتصال الجماهيري؛ أليست هي بالأساس والأحرى التنقيف والتربية والتعليم ترفيه وإفهام أفراد المجتمع لمهام واحتياجاتهم، وهل تقوم وسائل الإعلام فعلا بهذه الوظائف والمهام أم أنها على عكس ذلك تقوم بهدم أفكار أبنائنا، ويمكن القول من أجل مجابهة هذا السيل الجارف والتصدي لهذا التيار الإعلامي السيء على أسرنا ومجتمعاتنا اتخاذ توجيهات ونصائح إلى حد التمسك بها ومن بينها نذكر:

- النهوض بإعلام راق يعرض ويبث مواضيع وقضايا سليمة، ومضامين رصينة، وبلغة صادقة ومبدعة، تتعامل مع المتلقي على أساس افهامه، لا على أساس استهدافه بالأيدولوجيا الموجهة.
- فضح القنوات والإذاعات الإعلامية التي تبث وتعرض ما يتنافى مع القيم الأخلاقية أمام الناس لعلمهم يتوقفوا على الانبهار بها.
- أن تعود التربية والتنشئة للعب أدوارها من ضبط وتوجيهات وحماية وإرشادات إلى مكانها الصحيح المتمثلين في الأسرة والمدرسة باعتبارها مؤسسات التنشئة الاجتماعية
- أن يكون الأب " حارس البوابة" أي المسؤول والقائد داخل أسرته وإعطائه الاحترام والهيبة والمركز، ليكون أهلا لهذه المهمة.
- أن يعتني المسؤولون والمعنيون بهذا المجال الإعلامي وأن يحرصوا على هذه الأمة من كل دخيل وهجين يهدد ثقافتها، ويسم أفكارها، ومعتقداتها ويهدد أخلاقها ومبادئها وقيمها، والرجوع إلى الأصول الأولى والقادة الفعليين الذين أمرنا بنهج طرقهم واتباع سبلهم وهم الأنبياء والصحابة والعلماء وقراءة الأحوال المعهودة إليهم.

- ألا نثق في الإعلام، ونترك أبناءنا له دون توجيههم ومراقبة ما يقرأون وما يشاهدون (ماقري، مليكة، 2022، ص 279-293)

5- العوامل المؤثرة على مستقبل وسائل الإعلام

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على وسائل الإعلام وتؤدي إلى مزيد من التحول نذكر منها:

* استمرار العديد من وسائل الإعلام في متابعة ومطاردة عدد محدود وساكن غير قابل للزيادة من المستهلكين التقليديين، ونتيجة لذلك تستمر تلك الوسائل في فقدان المزيد من المستهلكين مع مرور الوقت، وهذا حتما سيؤدي إلى قلة المبيعات ومزيد من الخسائر بالنسبة للشركات، يستثنى من ذلك المستهلكون الجدد الذين يعتمدون على الإنترنت كوسيلة بديلة للوسائل التقليدية، حيث يشهد هذا المجال زيادة ملحوظة في عددهم، وتشير الدراسات إلى أن الصحف اليومية تعاني نقصا في حجم التوزيع منذ العام 1990م.

* تشهد وسائل الإعلام الكثير من الإنفاق والاستثمارات في مجال نشر الأخبار في حين لا نشهد أي إنفاق أو استثمار يذكر في مجال جمع الأخبار، يضاف إلى ذلك حالات ترشيد الإنفاق على العاملين والوقت في مجال تجميع الأخبار، وهذا بلا شك أدى إلى تدني في جودة الخبر.

* عدم الاهتمام بالجودة بسبب استمرار البث على مدار الساعة حيث نرى الاخبار تصل إلى المستهلك دون التأكد من المصداقية وهذا يجعل بعض الأخبار عاجلة في بعض الأحيان ثم ما تلبث أن تختفي، يضاف إلى ذلك حالات الخلط والفوضى وعدم الترتيب والتكرار المستمر لنفس الأخبار، وعدم التحديث الذي يصاحب الكثير من التغطيات.

<http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/129.html>

* اختلاف المعايير **Journalistic Standards** : الصحفية لتغطية الأحداث حتى داخل المنظمة الواحدة، فمثلا نجد بعض الهيئات الصحفية تسمح بالتطرق لموضوع معين ضمن مطبوعاتها أو برامجها المسموعة بينما تمنعه ضمن برامجها المرئية على سبيل المثال المراقب لوسائل الإعلام قد يتبادر إلى ذهنه ان البعض منها يعمل دون مراعاة لأي أخلاقيات مهنية Ethical Standards وذلك بسبب عدم وجود معايير متفق عليها.

ان البعد عن المعايير أو العمل وفق معايير مزدوجة يجعل المستهلكين غير قادرين على التمييز بين المصادر والمخرجات، بالإضافة إلى خطورة إمكانية الحكم على العمل في مجال الإعلام بأنه عمل يفتقر إلى الاحتراف Lack Professionalism وانه تحفزه الربحية والأغراض الشخصية وليس الصالح العام، وإذا لم تتجح وسائل الإعلام في بناء مجتمع استهلاكي جديد فان ذلك سيؤدي إلى اختفاء الكثير من تلك الوسائل على المدى الطويل. إن من الحقائق المسلم بها اليوم، استمرار العديد من وسائل الإعلام في العمل على الرغم من كثرة التحولات وذلك بسبب قدرتها على الإبقاء على هامش ربحي اعتمادا على تقليص النفقات، وهذا واضح من خلال قلة عدد المراسلين والاعتماد على الوكالات لتغطية الأحداث وكبر المساحة المعطاة للدعاية والإعلان والتي عادة تستهدف جزءاً بسيطاً من المستهلكين. أخيراً، تشير الدراسات الاجتماعية إلى انه في حال استمرار وسائل الإعلام على تقليص النفقات للمحافظة على الربحية فإن ذلك سيقود إلى فقدان شريحة كبيرة من المستهلكين. التقارب الحاصل بين وسائل الإعلام يبدو حتمياً ولا يشكل خطراً على العاملين في تلك الوسائل، في بعض الأحيان يكون التقارب أكثر وضوحاً وقد يصل إلى حد الاندماج بين الوسائل المباشرة Media Online الحديثة والوسائل القديمة، لقد شاهد العالم اندماج العديد من وسائل الإعلام في محاولة للبقاء.

*السؤال الأهم اقتصادياً وليس تقنياً: هل الصحافة الإلكترونية تمثل فرصة لوسائل الإعلام القديمة؟ إن الإجابة لا شك تكمن في الأمور المالية إذا لم تتجح وسائل الإعلام في جمع رسوم الاشتراكات الفورية Subscription Online والدعاية والإعلان فان حركة وسائل الإعلام تجاه الشبكة العنكبوتية «ويب» سوف تشهد انحداراً كبيراً في الحجم والجودة.. ليس ليعيب في الشبكة العنكبوتية ولكن بسبب عدم توافر الربحية المناسبة.

*الحرب الجانبية بين أولئك الذين يسعون للتأثير على الرأي العام من خلال وسائل الإعلام وبين العاملين في تغطية الأحداث، حيث تؤثر العديد من المتغيرات في هذا الجانب مثل العرض والطلب ويتنافس العديد من وسائل الإعلام على نفس المعلومة، وهذا يجعل السوق يبدو صغيراً. العامل الآخر هو ان حجم النشاط في أجواء العمل على مدار الساعة يؤثر سلبياً على تنوع المصادر. (المرجع السابق)

6- واقع الصحافة اليوم

تعاني الصحف Newspapers اليوم من إشكالية التوزيع مقارنة بالمطبوع، وذلك لتفشي ظاهرة الانحدار في عدد قراء الصحف اليومية على مستوى العالم، وقد شهد توزيع الصحف تراجعاً بنسبة 11% منذ العام 1990 أي منذ ظهور شبكة الإنترنت بشكل واسع. وهذا يحتم علينا طرح التساؤل حول مستقبل الصحافة التقليدية، وهل المدراء التنفيذيون لتلك الصحف على استعداد للاستثمار في مطبوعات جديدة من حيث المحتوى لجذب قراء جدد؟ أم أنهم يعتقدون ان هذه الصناعة قد شاخت وأصبح الاستثمار كمن لديه مال يشتري به حماماً ثم يطلقه في الفضاء؟

يعتبر تدني الرغبة في القراءة لدى الجيل الجديد من الشباب من الجنسين ظاهرة جعلت الكثير من دور النشر لا تعتمد على حجم مبيعات مطبوعاتها كوسيلة للبقاء بل اتجهت إلى الدعاية والإعلان بحثاً عن الدخل.

من هنا نجد ان الكثير من الصحف اليومية الناجحة (اقتصادياً) ليس بسبب كثرة عدد القراء بل بسبب حجم الإعلان الذي أصبح المعيار الذي يقيس مدى نجاح وفشل المطبوعة! على الرغم من أن الدعاية والإعلان يستهدفان شريحة معينة من المجتمع في وقت معين ومنطقة جغرافية معينة.

في دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية اتضح أنه يصدر حوالي 1457 صحيفة يومية، وهذا الرقم اقل بحوالي 154 عن العام 1990 مما يعني ان ظاهرة عدم الرغبة في القراءة أدت إلى اختفاء العديد من الصحف اليومية، وفي الدراسة نفسها وجدت ان تدني مستوى الرغبة في القراءة ظاهرة متفشية بين الأقليات الإسبانية بنسبة 35% والآسيوية 46%، هذه الدراسة وجدت أيضاً ان 41% ممن تقل أعمارهم عن 35 سنة يقرءون الصحف اليومية، وان 54% من 35 إلى 54 سنة يقرءون الصحف اليومية، و68% من الناس وأعمارهم بين 55 سنة أو اكبر يقرءون الصحف اليومية بصورة منتظمة.

<http://www.siironline.org/alabwab/alhoda->

شهد قطاع الصحافة اليومية على المستوى العالمي تحولا كبيرا في مجال الملكية من الملكية الفردية إلى الشركات حيث نجد اليوم ان الكثير منها حوالي 22 شركة تمتلك قرابة 40% من تلك الصحف والتي تعد أكثر الصحف اليومية توزيعاً على المستوى العالمي،

كذلك نجد على المستوى العالمي ان اكبر 10 شركات تمتلك 20% من تلك الصحف و51% من التوزيع، وبسبب الصعوبات التي تواجهها الصحف اليومية شهد العالم تحولا كبيرا في المحتوى والطرح، حيث تحاول الصحف اليوم إجراء الكثير من التغييرات على ما تقدمه من مواد رغبة في جذب المزيد من المعلنين في الدرجة الأولى والقراء في الدرجة الثانية، كما تركز الصحف اليومية على المحليات والأخبار الحكومية أكثر من ذي قبل، كما أن طبيعة هذه الوسيلة جعلتها تعتمد على بعض الوسائل الإعلامية الأخرى الأكثر ديناميكية مثل القنوات الفضائية، كذلك بدأت الصحف اليومية، في محاولة منها للبقاء، الابتعاد عن المواضيع الدولية التي لا تهم الكثير من شرائح المجتمع، وأصبحت المقالات قصيرة كما هو حال المواضيع التي تطرح في صدر الصفحات الأولى لتصل عدد كلماتها إلى 600 كلمة في المتوسط، كما توسعت الموضوعات التي تتطرق لها الصحف اليومية وأصبحت تصدر بملاحق تغطي موضوعات متخصصة كالأدب والشعر والأسرة والجمال والطب والحاسب الآلي وغير ذلك، وتتطرق الصحف اليومية للأحداث المحلية حيث نراها تطرح مواضيع مثل المخدرات والجريمة في محاولة منها لمنافسة وسائل الإعلام الأخرى، وتنتقل وفقا للأحداث المحلية حيث تركز على مواضيع مثل المخدرات والجريمة وبعض الموضوعات الدينية في محاولة منها لمنافسة وسائل الإعلام الأخرى، وخلال العقود الماضية أصبحت وسائل الإعلام تتركز في أيدي الأقلية المتمرسه في مهنة الأعلام، وأصبح شخصاً مثل روبرت مورдох يمتلك المحطات التلفزيونية والإذاعية والصحف ودور النشر في جميع أنحاء العالم ويستطيع أن يؤثر على الرأي العام العالمي من موقعه في استراليا، وكذلك فإنه على الرغم من سيطرة أقلية محترفة على وسائل الأعلام إلا أن هذه الوسائل تبدو عاجزة أمام المد الجماهيري الذي أصبح منفتحاً على مصادر متنوعة من المعلومات، وبالتالي فان القضايا الاستراتيجية الكبرى التي تحرك الأمة تفرض نفسها على وسائل الأعلام. ومثال على ذلك، فانه بالرغم أن شعوب منطقتنا العربية لا يجدون لهم متنفساً حقيقياً في وسائل الأعلام المتوفرة،

<http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/129.html>

7- تحديات الإنترنت

على الرغم من عدم وضوح الرؤية من الناحية الاقتصادية إلا إنها دون ادني شك أصبحت من وسائل الإعلام الهامة والتي تمثل المصدر الأساسي للكثير من الأخبار. في سبتمبر

2003 أكثر من نصف سكان الولايات المتحدة الأمريكية قرابة 150 مليون كانوا على اتصال بالإنترنت، في السنوات الماضية أجريت العديد من الدراسات حول الإنترنت والتي اتضح من خلالها ان نصف الى ثلثي ممن يستخدمون الإنترنت يبحثون عن الأخبار. يضاف الى ذلك ان الفئات العمرية ممن يستخدمون الإنترنت هم من الشباب أي إنها تشكل جذبا للفئات العمرية من 18 الى 34. الدراسات على تلك الفئات أوضحت ان 55 % من الشباب يتصلون بالإنترنت بحثا عن الأخبار من مصادرها، بعيدا عن الجوانب الأخلاقية والمصادقية المصاحبة للكثير من الأخبار التي مصدرها مواقع الإنترنت، تشكل مواقع شبكة الإنترنت تهديدا كبيرا للصحافة وبقية وسائل الإعلام ولعل الدراسات التي أجريت على أفضل المواقع والتي اتضح أنها مواقع إخبارية تؤكد على أهمية الإنترنت كوسيلة إعلامية إخبارية.

منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر أصبحت الإنترنت مهمة للكثير منا كمصدر إخباري وكان ذلك على حساب التلفزيون التقليدي والصحافة المقروءة. فاحتلت الإنترنت المرتبة الأولى على مستوى العالم كمصدر إخباري ثم القنوات الفضائية ثم الصحف اليومية، جاء هذا نتيجة دراسة مسحية أجرتها شركة Pew Project ولعل المصاعب المالية التي تعانيها مواقع الإنترنت تعد المعضلة الوحيدة في وجه انطلاقها إلا ان حل هذه المعضلة لا يبدو ممكنا في المنظور القريب على حد تقدير الكثير من المحللين. حيث تكبدت الكثير من الشركات خسائر مادية كبيرة. مع ضعف كبير في توفر أي مردودات مالية من وراء الإعلانات التجارية والدعاية في المواقع. كما أجريت العديد من الدراسات واتضح من خلالها إن اكبر شركات الأخبار والتي لها مواقع تشكل الإنترنت مصدر دخل لا يتجاوز 2% فقط. ولعل السبب في إصرار هذه الشركات على التواجد في شبكة الإنترنت على الرغم من عدم الجدوى الاقتصادية وعدم وجود أي ربحية نفسي ومحاولة للوصول الى المستفيد أيا كانت الوسيلة دون مراعاة لأمر الربحية، الواقع يشير الى إن الإنترنت تشكل فرصة كبيرة ووسيلة غير مسبوقه 69 % من أفضل 20 موقعا من المواقع الإخبارية مملوك لواحدة من اكبر 20 شركة إعلامية. ولكن هذا لم يبلغ الجهود الشخصية التي تبذل على مستوى العالم في منع الاحتكار على الخبر الذي قد تمارسه تلك الشركات الإعلامية حيث نرى العديد من المواقع الشخصية التي تقدم الكثير من الخدمات الإخبارية إضافة الى نجاح العديد من المنتديات في تقديم الرأي المتزن حول مجريات الأحداث السياسية.

يعاب على الإنترنت كمصدر أخبار ضعف المحتوى وعدم التأصيل فالكثير من الأخبار لا تزال تستقى من مصادرها القديمة مثل وكالات الأنباء وشبكات الأخبار وغير ذلك. وتشير الدراسات التي أجريت على شبكة الانترنت إن قرابة 78% من الأخبار مصدرها قديم و32% فقط تحمل الأصالة مصدرها نفس المواقع الإخبارية. كذلك التحديث حيث نرى ان أحد عيوب الخبر عبر الانترنت عدم القدرة على التحديث المستمر والمتابعة للخبر مقارنة بما يحدث في وكالات الأنباء والشبكات الإخبارية. حيث اتضح من خلال الدراسات على موضوع التحديث ان ما نسبته 14% فقط من الأخبار يتم تحديثه بينما الجزء الأكبر لا تطاله عمليات التحديث. كما ان ضعف البنى التحتية للاتصالات في الكثير من الدول يجعل الاستفادة من الأخبار المصورة محدودا جدا ويحصرها في الأخبار النصية. كذلك ارتفاع تكلفه استخدام الانترنت في الدول الفقيرة يجعل عدد المستفيدين منها محدودا، نعم هناك الكثير من الميزات التي توفرها الانترنت كوسيلة إعلامية جديدة مثل التفاعل وإمكانية التعليق على الأخبار ولكن لا يزال الوقت مبكرا لكي نطلق الأحكام بحقها ولكن ما يمكن قوله الآن هو إن الانترنت جعلت وسائل الإعلام الأخرى تحسب لها الف حساب وتهتم بموضوع جودة الخبر والتواصل المستمر مع المستفيدين كعوامل لم تكن في يوم من الأيام في بال القائمين على وسائل الإعلام المختلفة. <http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/129.html>

خاتمة

إن استخدام وسائل الاتصال اضحى حتمية بل لا مفر منه في وقنا الحاضر، نظرا لما تقدمه من تسهيلات ودقة وسرعة، فالتخلف عن ركب تكنولوجيايات الاتصال يكلف احقابا زمنية من التخلف، وتتجلى أهمية الاتصال الجماهيري في عدم إمكان تصور علاقات منسجمة وتفاعلات حقيقية وأنماط سلوك واعية دون اتصال ودون وجود عمل وسائل الاتصال؛ حيث اختفاء الاتصال ووسائله يعني بالمقابل محو وموت الحياة الاتصالية المعاصرة؛ وانتفاء لكل أشكال التفاعل الاجتماعي وأنماط السلوك المتحضر غير انه علينا ادراك مكامن خطورة وسائل الاتصال واستشراف مآلاتها وتحولاتها خدمة لمصالحنا ومستقبل شبابنا ومجتمعنا ختامًا ، حيث إنّ وسائل الاتصال تمثل سيقًا نو حدين فإن لم يُمسكه المستخدم من الوسط مال ذلك السيف فقطع جزءًا من حياته؛ وصار عبدًا للتكنولوجيا بعيدًا عن التحرر الذي امتنّ على الإنسان به.

قائمة المراجع

- 1- إبراهيم السيد. (1993). وسائل الاتصال الوثائقي المكتوب. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 2- عبد الباقي صلاح الدين محمد. (2003). السلوك التنظيمي. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- 3- أحمد ماهر. (1998). كيف ترفع مهارتك في الاتصال. الإسكندرية: الدار الجامعية .
- 4- صالح أبو اصبع. (1995). الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان الاردن: دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع.
- 5- محمد عبد المجيد. (1997). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- 6- أحمد زكي بدوي. (1994). معجم مصطلحات العلوم الادارية. ط2. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
- 7- صلاح الدين جوهر. (1979). علم الاتصال مفاهيمه، نظرياته، مجالاته. القاهرة: عين شمس.
- 8- حمدي حسن. (1987). مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 9- هناء حافظ بدوي. (2003). الاتصال. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- 10- فتحي خلوصي. (1964). الاتصال. القاهرة: معهد الإدارة العامة.
- 11- زيدان عبد الباقي. (1979). وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية، والتربوية والإدارية والإعلامية. ط2. القاهرة: مكتبة النهضة العربية المصرية.
- 12- عبد العزيز شرف. (2003). نماذج الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 13- مكاوي حسن السيد وليلى حسين السيد. (2002). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 14- لطفي راشد. (1974). الاتصالات الإدارية، دراسة نظرية وتطبيقية على شركات القطاع العام. القاهرة: جمعية إدارة الاعمال العربية.
- 15- جيهان أحمد رشتى. (1978). الأسس العلمية لنظريات الاعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.

- 16- ماقري مليكة. (2022). التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية. المجلد 10. عدد: 03 .
- 17- السيد ولد أباه. (2001). اتجاهات العولمة، إشكالات الالفية الجديدة. المغرب: المركز الثقافي العربي .
- 18- بن خلف الله الطاهر. (2002-2003). البعد الثقافي للاتصال السياسي، نحو ثورة سياسية بالمعلومات. الجزائر: المجلة الجامعية للعلوم السياسية.
- 19- أنطوني جيننز. (2011). علم الاجتماع. ترجمة فايز الصباغ. بيروت: مؤسسة الترجمان. المنظمة العربية للترجمة .
- 20- حامد عبد السلام زهران. (1979). علم النفس الاجتماعي. ط4. القاهرة: عالم الكتب.
- 21- عذراء جمعة. (2009). التفاعل والتكامل الاتصالي. جريدة الصباح .
- 22- مصطفى حجازي. (1993). التنشئة الاجتماعية للطفولة العربية من أجل اشباع شراكة عالمية. ندوة المشروع الحضاري العربي.
- 23- جودة لازار. (1995). سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري. ترجمة علي اسعد وطفة وهيثم سطايجي. دمشق: دار الينابيع.
- 24- سامية محمد جابر. (2003). علم الاجتماع العام. بيروت: دار النهضة العربية.
- 25- عبد الرحمن عزي. (2013). نحو فكر اعلامي متميز. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 26- بن علي مليكة. (2019). التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام والاتصال ومظاهر التغير في المجتمع - دراسة ميدانية لعينة من الاسر بمدينة مستغانم نموذجا. أطروحة دكتوراه. جامعة وهران 02.
- 27- أسامة أبو الحجاج. (1998). دليل شخصي الى عالم الانترنت. القاهرة: نهضة مصر للطباعة والنشر.
- 28- بهاء الدين شاهين. (1996). شبكت الانترنت. ط2. القاهرة: نهضة مصر العربية لعلوم الحاسوب.
- 29- أسامة أبو الحجاج. (1998). دليل شخصي الى عالم الانترنت. القاهرة: نهضة مصر للطباعة والنشر.

- 30- رحيمة الطيب عيساني. (2008). مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة. عمان (الاردن): جدار للطباعة والنشر والتوزيع.
- 31- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد. (2008). نظريات الاعلام والتطبيقات العربية. القاهرة: دار الايمان.
- 32- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية. عمان (الاردن): دار وائل للنشر والتوزيع.
- 33- فتحي حسين عامر. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 34- فضيل دليو. (1998). مقدمة في الاتصال الجماهيري. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 35- فضيل دليو. (2003). الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 36- مجد الهاشمي. (2012). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. عمان (الاردن): دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 37- مراد خور رشيد. (2011). الاتصال الجماهيري والاعلام، التطور، الخصائص، النظريات. عمان (الاردن): دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 38- بهاء الدين محمود يزيد. (2011). المجتمعات الافتراضية. جامعة الامارات العربية المتحدة.
- 39- مكاوي حسن عماد وعاطف عادل العبد. (2008). نظريات الاعلام. القاهرة: مركز بحوث الرأي.
- 40- مختار رفيق صفوت. (2010). وسائل الاتصال والاعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب. القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع.
- 41- البادي محمد محمد. (2013). سيكولوجيا الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة. دون دار النشر.
- 42- عزوز أحمد. (2016). الاتصال ومهاراته، مدخل الى فن التبليغ والحوار والكتابة. وهران: جامعة أحمد بن بلة. مختبر اللغة العربية.
- 43- ملفين ل. ديفلر، ساندرابول-روكيتش. (2004). نظريات وسائل الاعلام. ط4. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.

- 44- المنصور محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية. رسالة ماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة. الدنمارك.
- 45- علي محفوظ. (1984). فن الخطابة واعداد الخطيب. القاهرة: دار النصر للطباعة الاسلامية.
- 46- عبد الجليل عبده شلبي. (1981). الخطابة واعداد الخطيب. القاهرة: دار الشروق.
- 47- عيسى محمد المهدي. (2013). من أجل سوسيولوجيا لمجتمع الاتصال، الإذاعة المحلية في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة ورقلة.. العدد: 10. مارس. الجزائر.
- 48- عامر إبراهيم القنديجلي وعلاء الدين عبد القادر الجنابي. (2005). نظم المعلومات الادارية. عمان (الاردن): دار المسيرة.
- 49- خلاف بومخيلة. (2006-2007). جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة - دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة-. رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال. جامعة منتوري. قسنطينة.
- 50- أحمد الخشاب وأحمد التكلوي. (1973). المدخل السوسيولوجي للإعلام. القاهرة: دار الكتب الجامعية.
- 51- خيري خليل الجميلي. (1997). الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- 52- صالح خليل أبو اصبع. (1999). الاتصال الجماهيري. عمان (الاردن): دار الشروق.
- 53- عاطف عدلي العبد. (1997). مدخل الى الاتصال والرأي العام. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 54- عبد الله الطويرقي. (1997). صحافة المجتمع الجماهيري. الرياض: مكتبة عبيكان.
- 55- فاروق أبو زيد. (1998). مدخل الى علم الصحافة. ط 2. القاهرة: دار عالم الكتب.
- 56- محمود منصور هيبة. (2002). قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير. الاسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- 57- منال طلعت محمود. (2002). مدخل الى علم الاتصال. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- 58- وليام ويفز وآخرون. (2005). الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر. ترجمة أحمد طلعت البشيشي. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

- 59- ليندا لبيض. (2002). اسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات. رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال. جامعة منتوري. قسنطينة.
- 60- أبو العلا، محمد علي. (2013). فن الاتصال بالجمهور بين النظرية والتطبيق. دسوق (مصر): دار العلم والايمن.
- 61- مكاوي حسن عماد وليلى حسن السيد. (1989). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 62- محمد عباس نور الدين. (2000). قضايا الشباب في المجتمع المعاصر. المغرب: مطبعة فضالة.
- 63- مكاوي حسن عماد. (1997). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 64- ادوين امري وفيليب ه أولت ووارين ك. آجي. (2000). الاتصال الجماهيري. ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم. مصر: المجلس الأعلى للثقافة. المشروع القومي للترجمة.
- 65- محمد براي. (2019). تأثير وسائط التواصل الرقمية في إعادة تشكيل المنظومة القيمية للشباب الجزائري، دراسة ميدانية بجامعة العربي تبسي . رسالة دكتوراه. جامعة محمد الأمين دباغين. سطيف 2.
- 66- عاطف عدلي العيد ونهى عاطف العيد. (دس). مدخل الى الاتصال، مفاهيمه، مجالاته، أنواعه، وسائله، تاريخه، وتأثيراته. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 67- محمد علي النوبي. (2010). ادمان الانترنت في زمن العولمة. عمان (الاردن): دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 68- محمد فريد محمود عزت. (1983). وكالات الانباء في الوطن العربي. جدة: مكتبة العلم . دار الشروق.
- 69- المنصف العياري. (2003). البعد الإبداعي في النص الإذاعي والتلفزيوني، اذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية. العدد: 02.
- 70- مي العبد الله. (2006). نظريات الاتصال. بيروت: دار النهضة العربية.
- 71- عصام محمد المشهراوي. (2011-2012). الخطاب الادبي في الشعر الجاهلي، دراسة وصفية تحليلية. أطروحة دكتوراه في الادب العربي . كلية الآداب والفنون. جامعة وهران.

- 72- رشيد فيح. (2007-2008). الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري. ماجستير في الاعلام والاتصال. قسم الاعلام والاتصال. جامعة الجزائر.
- 73- فاطمة همال. (2011-2012). الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة وتأثيرها في الطفل الجزائري. رسالة ماجستير. تخصص: الاعلام والتكنولوجيا. قسم العلوم السياسية. جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 74- Sorrels, Bobby, D. (1984). Business communication fundamentals. London Charles: Merrill publishing company.
- 75- Harrison, D. (1987). Non verbale communication. Chicago: Rand Mc Nally. Journal of publishing.
- 76- Sahni, S.K. (1975). Office organization management. Oxford: FBH publishing.co.
- 77- Barnlund.D.C.(1998). Interpersonal communication : Survey and studies. Boston: Houghton Mifflin company.
- 78- Berlo.D.k.(1963). The process of communication: An introduction to theory and practice. N. Y: Holt, Rinchart & Winston.
- 79- Man-lin.(1977). The study of human communication. Indiana polis: The Bobbes-merril company.
- 80- Kim. Y. and All. (2013). Use of social media on discussion network heterogeneity. Journal of communication.
- 81- <https://www.edarabia.com/ar/> (الاحد، 10:30، /2023-02-19)
- 82- <https://mawdoo3.com/> (الاحد، 11:30، /2023-02-19)
- 83- <https://www.almrsal.com/post/504975> (الثلاثاء: 2023/02/21، الساعة: 22(04:))
- 84- <https://www.almrsal.com/post/504975> (الثلاثاء: 2023/02/21، الساعة: 22 (19:))
- 85- <https://ar.wikipedia.org/wiki/> (الاثنين، 10:30، /2023-02-19)
- 86- <https://www.almrsal.com/post/504975> (الاثنين، 10:30، /2023-02-19)
- 87- <https://www.almrsal.com/post/> (الثلاثاء، 00:30، /2023-02-19)
- 88- <https://www.startimes.com> (الثلاثاء، 01:30، /2023-02-19)
- 89- <https://mawdoo3.com/> (الاربعاء، 09:30، /2023-02-19)
- 90- www.imore.com (الاربعاء، 08:30، /2023-02-19)
- 91- www.webwise.ie (الخميس، 10:30، /2023-02-19)
- 92- <https://mawdoo3.com/> (الخميس، 10:30، /2023-02-19)
- 93- <https://tatbeekat.com> (الجمعة، 10:30، /2023-02-19)

- 94- . <https://tatbeekat.com/b> (2023-02-19/ ،10:30 ،الجمعة)
- 95- <https://mawdoo3.com> / (2023-02-19/ ،10:30 ،السبت)
- 96- <https://www.almrsl.com/post/504975> (2023-02-19/ ،10:30 ،السبت)
- 97- <https://mawdoo3.com> (2023-02-19/ ،10:30 ،الاحد)
- 98- https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html (2023-02-19/ ،10:30 ،الاحد)
- 99- .<https://www.ta3limkom.com/2022/02/blog--02>
(2023post_3.htmlhttps://www.ta3limkom.com/2022/02/blog-post_3.html)
- 100- <https://edtecharabia.com/>
- 101- <https://mawdoo3.com> / الخميس : 2022/03/09 الساعة : 09:30
- 102- <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/317281.html>
- 103- <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/317281.html>
- 104- <http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/129.html>