



جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الماستر

ملخص محاضرات في

تكنولوجيا الاعلام والاتصال

لطلبة السنة الأولى ماستر كل التخصصات

من إعداد الدكتور

جنان سيد علي

أستاذ محاضر قسم "ب" جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية-

الخطة

مقدمة.

الفصل الأول: الاتصال: مفهومه، أنواعه، وأشكاله.

الفصل الثاني: نماذج الاتصال، إتجاهاته، مكونات عمله وعوامل فعاليته.

الفصل الثالث: عوامل الاتصال، دعائم الاتصال، الوسائل التكنولوجية الحديثة، مهارات الاتصال، مبادئ الاتصال الناجح، تقسيم الاتصال، أشكال الاتصال ووظائف وسائل الإعلام.

الفصل الرابع: الأنترنيت، الأمن الرقمي، الإدارة الإلكترونية ومواقع التواصل.

الفصل الخامس: أهم التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والإعلام.
-المخطط الاتصالي الذي أعطي لكم.

الخاتمة.

الفصل الأول: الاتصال، مفهومه، وأنواعه وعناصره، وعوامل فعاليته.

1-نبذة تاريخية عن علوم الاعلام والاتصال. 2-تحديد مفهوم الاتصال. 3-أنواع الاتصال:

أولاً-نوع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:أ-الاتصال اللفظي. ب-الاتصال غير اللفظي

ثانياً-نوع الاتصال من حيث حجم الاتصال في العملية الاتصالية:

-الاتصال الذاتي،-الاتصال الشخصي،-الاتصال الجمعي،-الاتصال العام،-الاتصال الوسيط.

-الاتصال الجماهيري،. خصائص الاتصال الجماهيري.

4- مكونات عملية الاتصال.

5- عوامل فعالية الاتصال:1-نبذة تاريخية عن علوم الإعلام والاتصال: 2-مفهوم الاتصال:"

أولاً: تعريف الاتصال :الاتصال في حدود مفهوم وعي الإنسان بحركته، هو تلك العلاقة التبادلية الواعية، هو تلك العلاقة التبادلية الواعية، التي تدخل الانسان مع طرف ثاني يمكن أن يكون شخصا مثله(وهو هنا يحقق إتصالاً)، أو تكون ذاته، عبر القيام بعمليات فسيية داخلية مثل: الشعور والتذكر..الخوهو يشمل على العناصر التالية : مرسل ← الرسالة ← وسيلة ← مستقبل.

الاتصال إجرائياً : يعني تلك العملية الاجتماعية التي تتم بالتفاعل بين الطرفين فرادى أو جماعات، الاتصال في المؤسسات الدينية في إطار التوعية والإرشاد والنهي من اجل إصلاح المجتمع وأغراض أخرى محددة سالفا الانتماء إلى غاية ما، فالإتصال في اللغة أساس الصلة والعلاقة وبلوغ غاية معينة من تلك الصلة⁽¹⁾. __ فنياً: عملية يقصد مصدر نوعي بواسطتها، إشارة استجابة معينة لدى مستقبل نوعي⁽²⁾.

أ-الاتصال اللفظي Verbal Communication: لقد تجلّى استخدام اللغة في التفاهم الاساني عدما تطوّرت المجتمعات وأصبحت بوسعها صياغة كلمات ترمز إلى معان محددة يلتقي عدها أفراد المجتمع ويعتمدون على دلالاتها في تنظيم علاقاتهم والتعبير عن مشاعرهم حيث تستخدم اللغة كوسيلة لقل رسالة من المصدر إلى المتلقي ويكو هذا اللفظ منطوقا فيدركه المستقبل بحاسة السمع.

⁽¹⁾مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية، الطبعة الأولى، دار الطليعة، بيروت، سنة 1982، ص: 6.

⁽²⁾MUCHIELLI Roger, Communication et Réseau de Communication, Entreprise Moderne, LIBRAIRE TACH Ed., Paris(France), 1980, P.4.

- ب-الاتصال غير اللفظي Nonverbal Communication: يطلق على هذا النوع من الاتصال أحيانا اللغة الصامتة⁽³⁾ Silent Language، ويقسم بعض العلماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات كما يأتي:- لغة الإشارة Silent Language: وهي تكون من الاشارة البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الانسان في الاتصال بغيره. - لغة الحركة أو الانفعال Action Language: ويتضمن جميع الحركات التي يأبها الانسان لينقل إلى الغير ما يريد من معان أو مشاعر.
- لغة الأشياء Object Language: ، ويقسم "هارسون" أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة كما يأتي: أ-رموز الأداء Performance Code: ويشمل حركات الجسد... كما هو الحال في: تعبيرات الوجه وحركات العيون والإيماءات، وكذلك ما أطلق عليه "شبه اللغة"...مثل: نوعية الصوت الضحة.
- ب-رموز إصطاعية: كما هو الحال في: نوع الملابس وأدوات التجميل، والأثاث، والمعمار والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان.
- ج-رموز إعلامية: وهي كنتيجة للاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الإتصال الجماهيرية كما هو الحا في: حجم "البنط"، ونوع الصورة، والألوان والظلال، ونوع اللقطة التليفزيونية...بعيدة أو متوسطة أو مقربة وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية.
- د-رموز ظرفية: وتتبع من استخدامنا للوقت والمكان ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم...مثل: ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة".
- وحسب "مارك ناب" Mark Knapp⁽⁴⁾ المهام التي يؤديها الاتصال غير اللفظي في علاقته بالاتصال اللفظي على النحو الآتي:
- أ-التكرار أو الإعادة: حيث يقوم الاتصال غير اللفظي بإعادة ما قلناه لفظيا، وما يؤكد ذلك هو: حين نذكر لشخص عن وجود شيء ما بالقول "هنا"، ثم نشير إلى مكان هذا الشيء.
- ب-التناقض: بإمكان السلوك غير اللفظي أن ياقض السلوك اللفظي...مثل: المدير الذي يطلب من موظف أن يحضر أوراقا معينة أمام أحد العملاء، ثم يعطي الموظف إشارة ما بعدم إحضار هذه الأوراق ويعود الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد تلك الأوراق...في هذه الحالة تلقى الموظف رسالتي..إحداهما: لفظية، والثانية: غير لفظية.
- ج-البديل: يمك للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلا للاتصال اللفظي، فتعبيرات الوجه أحيانا تغي عن الاتصال اللفظي.

⁽³⁾ Knapp,Mark L.,Nonverbal Communication In Human Interaction,N.Y., :Holt, Rinehart&Winston,1972,P.13.

⁽⁴⁾Knapp Mark L.,Op.Cit. ,PP.9-11.

د-مكمل أو معدّل: يمكن للاتّصال غير اللفظي أن يكون مكملًا للاتّصال اللفظي، مثل: الابتسامة بعد أن نطلب شيئًا من شخص...

ه-التأكيد: كأن يقوم الشخص بالتركيز صوتيًا على كلمات معيَّة للتأكيد على الرسائل اللفظية، وقد يصاحب ذلك تعبيرات الوجه الدالة على التأكيد.

و-التظيم: يمكن للاتّصال غير اللفظي أن ينظم الاتّصال بين المشاركين كما هو الحال في حركة الرأس أو العينين أو تغيير المكان، أو إعطاء إشارة لشخص ليكمل الحديث أو يتوقّف عنه، وكلها وظائف تنظيمية يقوم بها الاتّصال غير اللفظي.

ثانياً-نوع الاتّصال من حيث حجم المشاركين في العملية الاتصالية⁽⁵⁾:

يمكن تقسيم نوع الاتّصال من حيث حجم المشاركين إلى ستة أنواع هي: الاتّصال الذاتي، والشخصي، والجمعي، والعام، والوسطي، والجماهيري.

أ-الاتصال الذاتي Intrapersonal Communication: الاتّصال الذاتي هو ما يحدث داخل الفرد، حين يتحدث الفرد مع نفسه وهو إتّصال يحدث داخل عقل الفرد ويتضمّن أفكاره وتجاربه ومذكراته، ويتضمّن الاتّصال الذاتي الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك، أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى وتقييم للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به⁽⁶⁾.

ب-الاتصال الشخصي Interpersonal Communication: وهو الاتّصال المباشر أو الاتّصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك، ونتيجة الاتّصال المواجهي تتكوّن الصّدقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد، ويتيح هذا النوع من الاتّصال فرصة التّعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة، ومن ثمّ تصبح الفرصة أمام القائم بالاتّصال سانحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعاً⁽⁷⁾. ويتميز الاتّصال الشخصي بما يلي:
أ-إخفاض تكلفة الاتّصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، ويتطلب ذلك جمهوراً معروفاً ومحدوداً وغير مشنّت.

ب-إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين تحدث إليهم.

ج-سهولة تقدير حجم التّعرض للرسالة.

د-تلقائية الاتّصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة⁽⁸⁾.

(5) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتّصال ونظرية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص: 29-34.

(6) Blake, R.J., & Haroldsen, E.O., A Taxonomy of Concepts In Communication, N.y., Hastings

House, 1975, P ;25.

(7) صالح أبو إصبع: الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1، دار آرام للدراسات وأشر، الأردن 1995، ص: 14-15.

(8) علي عجوة وآخرون: المرجع السابق، ص: 32.

ج-الاتصال الجمعي Group Communication: يحدث الاتصال الجمعي بي مجموعة م الأفراد مثل: أفراد الأسرة، زملاء الدراسة أو العمل، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحدث، أو إتخاذ قرار أو حل مشكلة..حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي.

د-الاتصال العام Public Communication: ويعني وجود الفرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد كما هو الحال في المحاضرات والندوات والأمسيات الثقافية وعروض المسرح. ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه مرتفع، كما يتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة، ويضم أعضاء الجماعة تنظيم داخلي وإن كان غير رسمي، وعادة ما يتم هذا النوع من الاتصال في أماكن التجمعات أو تلك التي تقام خصيصا لهذه الأغراض⁽⁹⁾.

هـ-الاتصال الوسطي Medio Communication: يسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري. ويشتمل الاتصال الوسطي على الاتصال السلبي من نقطة إلى أخرى مثل: الهاتف، والتلكس والراديو المتحرك والريديو، والأفلام التلفزيونية م خلال الدوائر المغلقة. ويشبه الاتصال الوسطي اتصال المواجهة من حيث قلة عدد المشاركون في الاتصال- وفي الغالب يكون المتلقي شخصا واحدا- وكذلك يكونون معروفين للقائم بالاتصال، وتكون الرسالة ذات طابع خاص، فهي محظورة على التعميم، والمشاركو فيه عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي، وغالبا ما يكون الاتصال الشخصي غير محكم البناء Unstructured. ويمتلك الاتصال الوسطي بعض خصائص الاتصال الجماهيري، إذ يمكن أن يكون جمهوره غير متجانس، ويمكن أن يكون المشاركون فيه بعيدي مكانيا عن بعضهم بعضا، حيث يستقبلون نفس الرسالة في أماكن متعددة، وكذلك فإن الرسالة تنقل بسرعة وتصل الأفراد في آن واحد، وقد يكون المتصل شخصا عاديا، أو عضوا في مؤسسة، إلا أنه يستخدم قنوات اتصال باهظة التكاليف(كما هو الحال في الاتصال بشبكات المعلومات وعقد المؤتمرات عن بعد) ويشبه الاتصال الوسطي الاتصال الجماهيري من حيث استخدام معدات ميكانيكية أو إلكترونية في نقل الرسالة⁽¹⁰⁾.

و-الاتصال الجماهيري Mass Communication: هو الاتصال الذي يكون مصدره المؤسسة الإعلامية أو الفرد، الذي يعمل فيها. ونريد بالمؤسسة الإعلامية هنا كل ما تعلق بوسائل الشر الإعلامي. مثل: الدوريات ومحطات الإذاعة والتلفزيون، ودور السينما ووكالات الأنباء، وقاعات المسرح والمعارض..الخ. كما يشهد العالم اليوم ميلاد وسيلة شر إعلامي جديد متمثلة في شبكة الربط المعلوماتي المعروف: "Internet"، الذي هو عبارة عن إختصار للكلمتي الإنجليزيتين: "Inter Connecteds"، "Net Wors" وهي شبكة معلوماتية عالمية تكمن المشتركين فيها، سواء كانوا أفرادا أو جمعيات أو مؤسسات

⁽⁹⁾ محمد عبيد الحميد: المرجع السابق، ص:34.

⁽¹⁰⁾ صالح أبو إصبع: المرجع السابق، ص: 17-18.

كبرى من إستقبال المعلومات، وإرسالها بصورة حرّة بعيدة عن أي رقابة، متجاوزا في ذلك الحدود، ومختصرا المسافات الفاصلة بينها بسرعة فائقة جدا. حيث أصبحت هذه الشبكات قنوات أساسية في خدمة مؤسسات الإعلام والاتصال في مجال النقل المعلوماتي.

-**خصائص الاتصال الجماهيري**⁽¹¹⁾: تؤثر وسائل الاتصال الجماهيرية في الأفراد والمجتمعات سواء أكان بشكل مباشر أم غير مباشر، غير أنّ الاتصال الجماهيري يختلف عن أنواع الاتصال الأخرى من عدة نواحي هي: أ-يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائط النقل- سواء أكانت ميكانيكية أم إلكترونية-مثل: الصحف والمجلات والرديو والتلفزيون والسيما أو توليفة من كل ذلك، بهدف نشر الرسائل على نطاق واسع، وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرين ويغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال إلى حد ما.

ب-يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذي لا يعرفو بعضهم بعضا معرفة شخصية، فالمساحات الشاسعة والتمايز بي الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الاتصال الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقة.

ج-تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها اتجة عن منظمات رسمية مثل: الشبكات والسلاسل، فالالاتصال الجماهيري عبارة عن إنتاج جماعي إعادة مايتم بالبروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.

د-تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة. ه-يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية، ففي حي يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال المواجهي، إلا أنه في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام.

و-يكون رجع الصدى متأخرا في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى، وسواء أكان رجع الصدى إقصاء أم بطيئا فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالسبب للمرسل والمستقبل.

(11) حسين عماد مكاوي، ليلي حسي السيد: المرجع السابق ص:34.

الفصل الثاني: نماذج الاتصال، إتجاهاته، مكوناته وعوامل فعاليته:

أولاً- نماذج الاتصال: ويصنّف "بارنلد"⁽¹²⁾ النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما:

أ- النماذج البنائية التي تبرز الخصائص الرئيسية للحدث أو الظاهرة، أي المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المفصلة للظاهرة التي صفها.

ب- النماذج الوظيفية التي تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة. وتخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية هي:

أ- تنظيم المعلومات: فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التي درسها، وذلك في شكل رمزي أو مادي.

ب- تطوير الأبحاث العلمية: فالنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه عن المتغيرات المهمة في الظاهرة في شكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.

ج- التنبؤ: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، وذلك لأننا بعد أن فهم الظاهرة، سنحاول أن ننفذ من النتائج التي حصلنا عليها، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي إكتشفناها نتائج أخرى، أو حاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة.

د- التحكم: بعد التنظيم والفهم والتنبؤ تصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج وهو التحكم وذلك من خلال محاولة السيطرة على الظواهر، وإستخدامها لصالح الإنسان.

وهناك مجموعة من الصعوبات التي تواجهنا عند وضع نماذج الاتصال هي:

أ- العمل على تجميد عملية الاتصال لكي نصف عناصرها أو مكوناتها.

ب- إغفال بعض العناصر، أو الفصل بين عناصر لا يمكن الفصل بينها في الواقع.

ج- إستخدام اللغة في الوصف، واللغة نفسها عملية متغيرة من وقت لآخر.

ويمكن تقسيم نماذج الاتصال إلى نوعين رئيسيين هما:

- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه) Linear Models

- النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه) Interaction Models

أولاً- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه):

1- نموذج "أرسطو": يرى "أرسطو" في كتابه "فنّ البلاغة"، أنّ البلاغة- ويعني بها "الاتصال"- هي: "البحث عن جميع وسائل الإقناع المتاحة"، وقد نظم "أرسطو" دراسته تحت العاوين الرئيسية الآتية:

(12) Barnlund, D.C., Interpersonal Communication : Survy and Studies, Houghton Mifflin Company, Boston, 1988, P.18.

- أ- الخطيب..(المرسل)، ب-الخطيبة.(الرسالة)، ج-المستمع..(المتلقي).
- ونظرا لأنّ الخطابة كانت الوسيلة الأساسية للاتّصال السياسي في المدن الإغريقيّة فقد كان الإقناع الشّفهي هو أقرب الشبه بالاتّصال الذي نعرفه الآن.
- 2- نموذج "هارولد لازويل، Lesswell H. D."⁽¹³⁾: يقترح هارولد لازويل "خمسة أسئلة للتعبير عن الاتّصال هي: أ-من؟ Who، ب-يقول ماذا؟ Says What، ج-بأيّة وسيلة(قناة)؟ In Which Channel، د-لمن؟ To Whom، ه-وبأيّ تأثير؟ With What Effect،
- 3- نموذج "جورج جرينر"⁽¹⁴⁾: يتضمّن نموذج "جرينر" عشرة عناصر للاتّصال هي:
- 1- شخص Some One، 2- يدرك حدثا Perceive an Event، 3- ويستجيب Reacts، and Reeacts، 4 -في موقف ما In a Situation، 5- عبر وسائل Through Some Means، 6- ليصنع مواد مناسبة To Make Available Materials، 7- بشكل ما In Some Form، 8- وسياق and Context، 9- ينقل محتوى Conveying Content، 10- له نتائج With Some Consequences.
- 4- نموذج "شاو" وويفر "Shannon, & Weaver": يعتمد هذا النموذج على نظريّة المعلومات التي قدّمها الباحث "كلود شانون" عام 1948، وتقوم هذه النظريّة على مفاهيم رياضيّة تجعل الاتّصال شبيها بعمل الآلات التي تنقل معلومات، والمكوّنات الأساسيّة التي تضع النظام الاتّصالي وفقا لهذا النموذج هي:
- أ-مصدر المعلومات Source، ب-ينقل رسالة Message، ج-عبر جهاز إرسال Transmitter، د- يحمل الإشارة(الرّموز) Signal(Encoding)، ه-يحدث تشويش Noise، و-جهاز إستقبال يتلقّى الإشارة(Decoding)، ر-الهدف Destination. ويتّضح من ذلك وجود مصدر يختار رسالة، ويضعها في كود(رموز)، بواسطة جهاز إرسال يحوّل الرسالة إلى إشارات، ثمّ يقوم جهاز إرسال يحوّل الرسالة إلى إشارات، ثمّ جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات، ويحوّلها إلى رسالة يستطيع الهدف(المتلقي) أن يستقبلها. والتغيّرات التي تطرأ على الرسالة في جهاز الاستقبال ترجع إلى التشويش الذي يشير إلى المصدر الخطأ الذي يسبب حدوث إختلافات بين العلاقات أو الإشارات أو الإشارات التي تدخل جهاز الإرسال وتخرج من جهاز الاستقبال"⁽¹⁵⁾.
- 5- نموذج(ديفيد برلو) David Berlo: يتضمّن نموذج "برلو" للاتّصال أربعة عناصر رئيسيّة هي:

⁽¹³⁾Lesswell H. D., The Structure and Function of Communication, University of Illinois Press, 1971, P.84.

⁽¹⁴⁾Man Lin, The Study of Human Communication, Indiana Polis : The Bobbs-Merril Company, INC, 1977, P.4.

⁽¹⁵⁾جيهان أحمد رشتي: المرجع السابق، ص: 123-141.

- أ-المصدر Source، ب-الرّسالة Message، ج-الوسيلة Channel، د-المتلقي Receiver، ويحتوي هذا النموذج على عنصرين فرعيين هما: الرمز Codes الذي يضع الرّسالة في شكل رموزمثل: الجهاز الصّوتي في الإنسان في حالة الاتّصال الشّفوي أو الآلة الميكانيكيّة في حالة الاتّصال المطبوع أو المسموع والمرئي. والعصر الثّاني: هو جهاز فك الشّفرة الذي يقوم بفك رموز الرّسالة...مثل: الأذن في حالة الاتّصال الشّفوي اللفظي أو العين في حالة الاتّصال غير اللفظي⁽¹⁶⁾.
- ثانياً-النّمادج التّفاعليّة(ثانيّة الاتّجاه):حيث نصف أمرا ما على أنه "عملية"Process فنحن نعي بذلك أنّه ليس له بداية أو نهاية، فالعملية هي أي ظاهرة تتغيّر بشكل مستمر بمرور الوقت⁽¹⁷⁾. وسوف نكتفي بعرض نموذجين للاتّصال التّفاعلي هما: نموذج "روس"، ونموذج"ولبورشرام".
- 1-نموذج(روس): يعتمد نموذج"روس" التّفاعلي على ستّة عناصر أساسية هي:
- أ-المرسل Sender، ب-الرّسالةMessage، ج- الوسيلة Channel، د-المتلقي Receiver، هـ-رجع الصّدى Feedback، و-السّياقContext.
- 2-نموذج "ولبورشرام" :إستخدم "ولبورشرام" في نموذجه التّفاعلي الذي قدّمه سنة1954، ثمّ طوّره سنة1971العاصر الأساسيّة في نموذج "شانون" و"ويفر"، مع إضافة عنصرين جديدي هما: رجع الصّدى، والخبرة المشتركة، وأضاف إلى النّظام البنائي الذي أشار إليه "شانون"(النّظام الوظيفي)، أي تأثير التّعلم على السّلوک، والجواب الدّلاليّة وتأثيرها في نموذج جديد يطرح مفاهيم هامّة.
- ثانيا-مكوّنات عمليّة الاتّصال: تعتمد عمليّة الاتّصال على مجموعة من العاصر المتّصلة والمتداخلة والمتشابكة مع ظروف نفسيّة واجتماعيّة تؤثر في النّهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات، وتشمل هذه العمليّة مايلي:
- 1-المرسل Sendere: ويحدّد"ديفيد برلو"أربعة شروط أساسيّة يجب أن تتوافر في المرسل:
- أ-مهارات الاتّصال عند المصدر - ب-إتجاهات المصدر -ج-مستوى معرفة المصدر:
- د-النّظام الاجتماعي والثقافي:
- 2-المتلقي Receiver:
- 3-الخبرة المشتركةField of Experience:
- 4-الرّسائلMessage: أ-كود الرّسالة-ب-مضمون الرّسالة-ج-معالجة الرّسالة
- 5-الوسائل (القنوات)Channels: ويتحكّم في استخدام وسيلة الاتّصال العوامل الآتية:
- أ-طبيعية الفكرة المطروحة أو الهدف الذي نسعى إلى تحقيقه من خلال رسالة معيّنة.

⁽¹⁶⁾Berlo,D.K.The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice,N.Y., Holt Riinehart &Winston,1963,P.30-38.

⁽¹⁷⁾Id.,Ibid.,P.23-24.

- ب- خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية وقابليته للتأثير من خلال أسلوب معين يتحقق بشكل فعال عن طريق وسيلة معينة.
- ج- تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه.
- د- أهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال.
- هـ- مزايا كل وسيلة وما تحققه من تأثير على الجمهور المستهدف.
- 6- التثويش Noise: التثويش هو أي عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال. ويقسم التثويش إلى نوعين: أ- التثويش الميكانيكي - ب- التثويش الدلالي:
- 7- رجع الصدى Feedback: وهناك أربعة طرق للنظر إلى رجع الصدى هي:
- أ- قد يكون رجع الصدى إيجابياً Positive أو سلبياً Negative ويشجع رجع الصدى الايجابي المصدر على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة، فهو يقوى ويدعم السلوك بشكل مطرد. أما رجع الصدى السلبى فهو لا يشجع المصدر على توجيه رسائل مشابهة، ويتطلب تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية.
- ب- رجع الصدى قد يكون داخلياً Internal ينبع من إحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها، وقد يكون خارجياً ينبع من المتلقين.
- ج- قد يكون رجع الصدى فورياً Immediate كما هو الحال في الاتصال المواجهي أو مؤجلاً Delayed كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيرية.
- د- رجع الصدى يمكن أن يكون حرّاً Free يصل من المتلقي إلى المرسل مباشرة وبدون عوائق أو تنقيّة، وقد يكون مقيداً Limited بضرورة المرور على حراس البوابة الإعلامية، ويستغرق ذلك وقتاً أطول حتى يحقق أهدافه. وبعد الافتقار إلى الفعل الحرّ المباشر، والفوري أحد عيوب وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية.
- 8- الأثر Effect: الأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسى أو إجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والافئاع وتحسين الصورة الذهنية.
- 9- السيقاق (بيئة الاتصال) Context: كل إتصال يحدث في مكان ما، لابد أن يعبر عن سيقاق ما، وأحياناً يكون السيقاق طبيعى لاحظته، وفي أحيان أخرى يتولد الانطباع بضرورة بذل الجهد لفهم وإدراك هذا السيقاق، فمثلاً إلى أي حد يمكن أن يتغير سلوك الفرد حين ينتقل من مكان للنزهة إلى مؤثر علمي، أو من الإقامة داخل الوطن إلى الإقامة خارجة. فالسيقاق هو البيئة الاجتماعية التي تمدنا بقواعد وأحكام للتفاعل معها، وتتمثل البيئة الاتصالية في المكان والزمان والأشخاص، وكل ذلك يؤثر في عملية الاتصال، حتى لو لم نعي ذلك. ولا يمكن فصل السيقاق الاجتماعى أو الثقافى عن عملية الاتصال فكلاً

كان السياق الذي يتم فيه الاتصال ذا جوانب مشتركة بين المرسل والمتلقي، كلما كانت فرص النجاح للعملية الاتصالية أكبر.

ثالثا- مجال أبحاث الإعلام والاتصال:

رابعا- اتجاهات أبحاث الإعلام والاتصال⁽¹⁸⁾:

-الاتجاه السياسي لأبحاث الإعلام والاتصالية:

-الاتجاه السيكولوجي الاجتماعي: ظهور تيارات تتضمن هذه التخصصات العلمية التي

ذكرها: "Berslon برسلون" على النحو الآتي⁽¹⁹⁾:

-التيار الإصلاحية: -التيار التاريخي: -التيار الذي يدرس فلسفة اللغة والمعاني:

- تيار شبكات الاتصال:

خامسا-عوامل فعالية الاتصال:

1-عوامل فعالية المصدر: أ-المصادقية، ب-الجاذبية، ج-السلطة(النفوذ):

2-عوامل فعالية الرسالة:

أ-القابلية للاستماع أو القبلية للقراءة وهي صفات ترتبط بفهم الرسالة.

ب-أن تتضمن الرسالة إهتمامات المتلقي ومصالحه.

ج-تنوع المفردات ويعني ذلك تجنب تكرار الكلمات.

د-الواقعية بمعنى التعبير عن الواقع وتجنب استخدام التجريد سواء في الأحداث والظروف والمواقف.

هـ-القابلية للتحقق، ومعناها إشمال الرسالة على جمل وعبارات عملية يمكن إختبارها والتأكد منها في

الواقع. كذلك توجد متغيرات أخرى ترتبط بالاستمالات المستخدمة في الرسائل، وتتضمن ثلاث إستمالات

رئيسية هي:-الاستمالة العاطفية:-الاستمالة العقلية:-إستمالة التخويف:

3-عوامل فعالية الوسائل الإعلامية:عنيت بحوث شكل الاتصال Communication Modality

4-عوامل فعالية المتلقي: فعالية الرسالة وتشمل مايلي:

أ -ليس بالضرورة أن يتجنب الناس المعلومات التي تناقض آرائهم وإختياراتهم وسلوكهم.

ب-الإدراك غالبا ما يكون ذاتيا، فنحن لدينا إتجاه لتنظيم ظروفنا، حتى عندما تكون المعلومات الملائمة

غير متاحة، ونحن غالبا ما ننصّر الأشياء باعتبارها تحقق لنا هدفا فوريا، ولتحقيق حاجة، أو تدعيم

موقف عقلي أو قيمة ثقافية.

ج-يمكن تقديم تصورات الرسائل الدقيقة والمرغوبة بثلاث طرق هي:

⁽¹⁸⁾أحمد ب مورسلي: ماهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: ديوا المطبوعات الجامعية الساحة المركزية ب عكون،

الجزائر، 2003، ص:42.

⁽¹⁹⁾جيهان أحمد رشتي: المرجع نفسه، ص:36.

- إستخدام الأشياء والتصنيفات المألوفة للجمهور .
- إقامة روابط إيجابية مع الجمهور منذ التفاعل الاتصالي المبكر معهم.
- إستخدام "رموز" الرسالة التي يمكن أن يفهمها الجمهور بسرعة.
- د- هناك دلائل على أن المتلقين يعيرون إنتباها للرسائل التّدعيمية أكثر من ميلهم للرسائل المعارضة لآرائهم.
- هـ- لكي يحقق القائم بالاتصال نجاح الرسائل ذات الطبيعة الخلاقية مع المتلقين، يقوم بتعديل الرسائل للتقليل من الاختلافات بين تطرف الجمهور، وتأكيد أوجه التشابه بين أفرادهم. وتنتج هذه الاستراتيجية قبول الجمهور للرسائل⁽²⁰⁾. وقد صنّفها دينيس هوبيت⁽²¹⁾ إلى نوعين رئيسيين هما: -الجمهور العنيد-الجمهور الحساس:

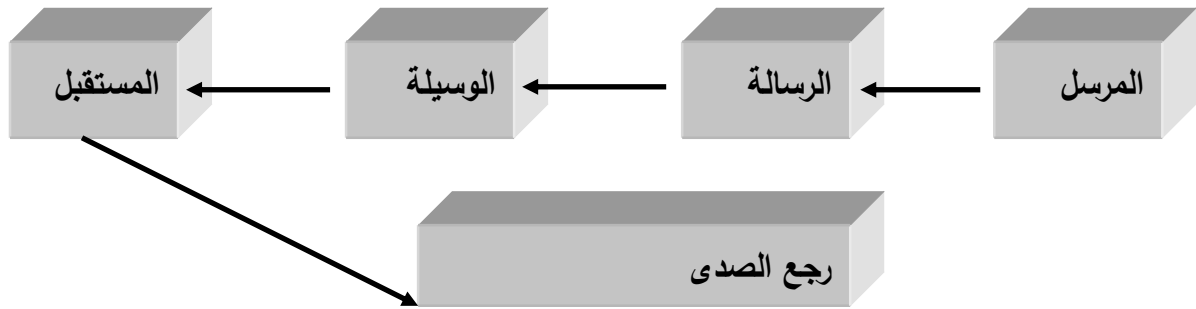
⁽²⁰⁾صالح أبو إصبع:المرجع السابق، ص:119-126.

⁽²¹⁾Dowitt,D.,Mass Media and Social Problems,London :Oxford Program On Press,1982, P.21.

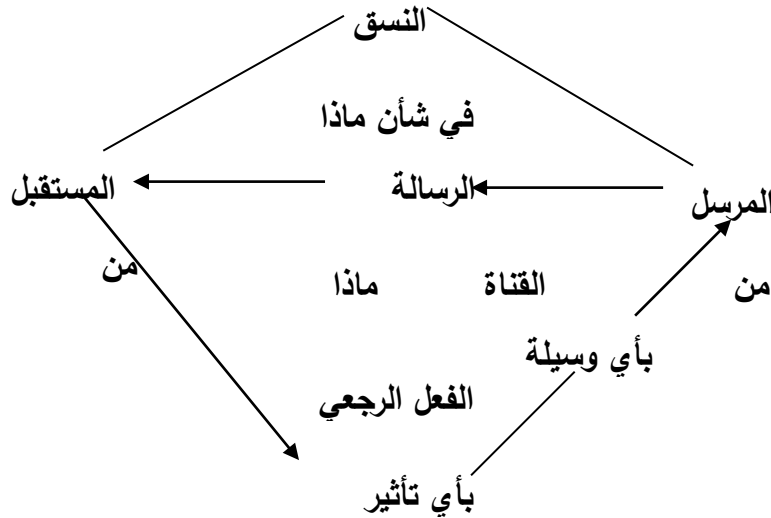
الفصل الثالث: الاتّصال: عوامله، دعائمه، وسائله، مهاراته، مبادئه النّاجح،

تقسيم الاتّصال، أشكاله ووظائف وسائل الإعلام.

أولاً- عوامل الاتّصال : كل فعل اتصالي هو عملية (Processus) مركبة ومعقّدة ونصفه حسب اللّغوي، جاكوب سون، عن طريق عوامل الستّة التي تتبناه ومنها الرّسالة، المرسل، المستقبل، النّسق، القناة الوسيلة ولكلّ هذه العوامل الستّة دور يلعبه ونستطيع أن نستغني عن عضو من هذه التّركيبة⁽²²⁾. والتي على ضوئها تتكوّن عمليّة الاتّصال من ستة عناصر أساسية هي:



1- المصدر 2- الرّسالة 3- الوسيّلة 4- المتلقي (المستقبل) 5- رجع الصّدى أو رد الفعل 6- التّأثير.



ثانياً-دعائم الاتّصال.- دعائم الاتّصال داخل المنظّمة(المؤسّسة):

أولاً: الوسائل التقليديّة: تتمثّل الوسائل التقليديّة عادة في ما يأتي:

1-المحادثة المباشرة (وجها لوجه) بين المسؤولين، أو بين الرّئيس والمروّوس، ومواجهة الجمهور مباشرة:مقابلات،اجتماعات...).

2-الحديث غير المباشر(المكالمات الهاتفية، الوسائل السّميّة البصريّة...).

⁽²²⁾مصطفى حجازي، المرجع السابق، ص: 18.

3- الرسائل المكتوبة (الخطابات، المذكرات، والرسائل الإعلامية، الرسائل المكتوبة والبرقيات والتقارير والماشير، النشرات الإدارية، التلكس أو الفاكس.. الخ).

4- المستندات الرسمية (الوثائق والقوانين والتعليمات).

5- المنشورات (كتب، جريدة داخلية، جريدة حائطية، الملصقات، دليل المنظمة الخ)

النشر الإلكتروني:

6- الاجتماعات واللقاءات الشخصية:

ثانيا- الوسائل التكنولوجية الحديثة: 1- قاعدة المعطيات والمعلومات- 2- الأنترنت:

3- البريد الإلكتروني- 4- الأقراص المضغوطة- 5- الصحيفة الإلكترونية الدخلية

أ- دعائم الاتصال خارج المنظمة (المؤسسة): أولاً: الدعائم التقليدية- ثانياً: الوسائل الحديثة.

ثالثاً- خلية الاتصال دعامة إضافية:

رابعاً- مهارات الاتصال: نستعرض أهمها:

- ضرورة الانتباه للطرف الآخر أو الأطراف الأخرى.

- الاستماع لما يقوله الطرف الآخر ليس بكلامه فقط بل ما يقوله أيضا بجسمه وحركاته بتعابير وجهه وحركات يديه... وغيرها.

- الفهم الدقيق لما يفكر فيه الآخرون و ما يشعرون به.

- إبلاغ الطرف الآخر بأنك تفهم أو تحاول أن تفهم ما يريد إبلاغه إليك.

- الأطر العامة للاتصال: لا تتم عملية الاتصال في فراغ بل لها عدة أطر تقرّر مصيرها وتحدّد درجة فعاليتها أهمها ما يأتي:

- الإطار التقني: ويتعلّق بنوعية قنوات الاتصال المستخدمة ومدى قدرتها على النقل الجيد للرسائل.

- الإطار النفسي الاجتماعي: منها خاصة كل عمليات الإدراك وصياغة الرسائل، وعمليات الانتقاء والتجهيزات المختلفة والدوافع الذاتية وكذا التفاعلات العقلانية بين أطراف عملية الاتصال وما يحدث بينهم من توافق أو صراع، إلى جانب الأدوار النفسية الاجتماعية (رئيس، مرؤوس...) وتأثيرها في الاتصال.

- الإطار التنظيمي: لا بد لعملية التواصل بين مجموعات العمل في الإدارة على سبيل المثال أن يتمّ من خلال التنظيم بما يوفّره من قنوات للاتصال ولذلك يتوقّف تحقيق الأهداف على مدى فعالية شبكات الاتصال المتوفرة ومدى ملاءمة كل منها لأهداف المؤسسة وبنيتها.

- الإطار الثقافي: وهو الإطار العام الذي يشمل المستويات الثلاثة السابقة و يسبغها جميعا بطابعه. فاتصالنا بالآخرين مرتبط بشكل أو بآخر وفي جميع المواقف الحياتية بخلفتها الثقافية وضميرها الجمعي.
- معوقات الاتصال: من القيود التي تكبل قدرتنا على الإرسال والاستقبال ما يأتي ذكره:

- أ- المعوقات النفسية: 1..معوقات خاصة بالمرسل ومنها-2.معوقات خاصة بالمستقبل ومنها
 ب-المعوقات التنظيمية ومنها:3.المعوقات نابعة من قنوات الاتصال-4.معوقات ثقافية اجتماعية.
 أ-الحوار المنهجي:-مبادئ الاتصال الناجح-مبادئ الاستماع الجيد.
 ب- المحور الإنساني:-الاتصالات الرسمية-الاتصال النازل:
 ب-الاتصالات غير الرسمية:أ-تعريف الاتصال الداخلي-ب-الاتصال الخارجي:
 ج-عناصر الاتصال الداخلي وأنواعه:

ثانياً: عناصر عملية الاتصال:

- أ- الترميز وفك الترميز: إن نقل الرسالة في ثلاث مراحل:
 أ-1-الترميز من طرف المرسل-أ-2-النقل في حد ذاته: يتمثل في مرور الرسالة عبر قناة اتصال.
 أ-3-فك الترميز: المستقبل هنا يقوم بترجمة الرموز التي تلقاها من أجل فهمها وفهم الرسالة ككل.
 ب-الاتصال اللفظي: معظم الاتصالات تتم عن طريق الرمز اللغوي المستعمل في الكتابي أو الكلامي، وهذا الاتصال نستطيع أن نجده في مستويات مختلفة من اللغة، هذا حسب الجمهور المستهدف وحسب
 الوضعيات التي تتواجد فيها، ويمكننا أن نفرق بين (03) مستويات:
 ب-1-مستوى اللغة المتقن - ب-2-مستوى اللغة العادي: ج-الاتصال غير اللفظي:
 ج-1-الاتصال السلوكي-ج-2-أشكال أخرى للاتصال غير اللغوي:
 القناة:

- سابعاً-أهمية الاتصال: 1-الإعلام -2-التعليم-3-الترقية-4-الإقناع:.
 ثامناً-العملية الاتصالية: وتتقسم الاتصالات في مؤسسة إلى قسمين أساسيين:
 1-إتصالات رسمية، 2-إتصالات غير رسمية. ويهدف الاتصال إلى تحقيق ثلاث أهداف هي:
 - نقل الأوامر وفق التسلسل في المؤسسة.
 - نقل الاقتراحات والتقارير وردود الأفعال التفسيرية للمؤسسة.
 -إعلام كل أعضاء المؤسسة بالأهداف الإستراتيجية التي تسعى إلى إستخدامها وفقاً لاتجاه سريان
 المعلومات يصنف علماء الإدارة شبكة الاتصال الرسمي إلى 3 أنواع:

أ - الاتصال النازل-ب - الاتصال الصاعد:

الاتصال الأفقي:

(2) الاتصال غير الرسمي: وهذه الأنواع المختلفة للاتصال هي:

أ-الاتصال الذاتي (Intracommunication):

ب-الاتصال الشخصي (Intercommunication):

جدول يبين أنواع الإتصال ووظائفه الأساسية.

أنواع الإتصال	الوظائف الأساسية	الوسائل الأكثر فعالية
هابط	الإعلام: اتصال المعلومات والأوامر والتوجيهات العلمية. التحفيز: تشجيع المشاركة.	- المذكرات والاجتماعات - رسائل المسؤول - مرتبات موظفين
صاعد	- الالتزام بأهداف المؤسسة والشعور بالمسؤولية. - معرفة الأوضاع الداخلية من مشاكل موضوعية وذاتية. - الاستفادة من الآراء والاقتراحات.	- سبب الآراء والتحققات - المقابلات فردية وجماعية - صناديق الاقتراحات - إستعمال جريدة المؤسسة
أفقي	- تنسيق العمل بين المصالح المختلفة. - توطيد العلاقات الإنسانية والاجتماعية. - حل الأزمات بين الأفراد والجماعات.	- الاجتماعات التنسيقية. - الاجتماعات وتبادل الآراء - إستقبال عمال جدد. - استعمال الجريدة اليومية - حضور قنوات وخطب في المسجد.

الشكل رقم (4) يوضح وظائف الاتصال و أنواعه⁽²³⁾

تاسعا-وظائف وسائل الإعلام:

- للإعلام خمس وظائف رئيسية هي: 1-الوظيفة الإخبارية. 2-التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات. 3- زيادة الثقافة والمعلومات. 4- تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي. لترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ، 6- الإعلان والدعاية.

⁽²³⁾فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 130.

الفصل الرابع: الآتريت، الأمن الرقمي، الإدارة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً-الآتريت" منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهما إهتمامات والهويات نفسها"⁽²⁴⁾ وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته"⁽²⁵⁾. ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة إلى الأقسام الآتية:

1- شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني... وتبقى الدراسات المتعلقة بتدويل الاتصال قليلة نظراً لعدم تجديد محاور العمل في ميدان الاتصال على المستوى الدولي على حد تعبير المفكر الفرنسي "أرمون ماتلار" Armand Mattelard⁽²⁶⁾، وتعود البدايات الأولى للتدويل في مجال الاتصال إلى القرن التاسع عشر، أين توفرت تقنيات كثيرة أدمجت لإثراء عملية الاتصال بين الدول خلال الحرب والسلم. لأن عمليات التوسع الإستعماري قد اعتمدت على وسائل لإنجاز مهامها واستمرت في ذلك بعد إنتهاء هذا العهد إلى عهد التوسع التكنولوجي لوسائل الاتصال.

-نشأة وخدمات ومشروعية التعاقد بالانترنت.

-نشأة الانترنت وفوائدها: نشأة وتاريخ الانترنت،-فوائد الانترنت.

-خدمات الانترنت:- خدمة المواقع،-خدمة البريد الإلكتروني،-خدمة المحادثات الشخصية.

- مشروعية التعاقد بالانترنت ومبررات ذلك:-مدى مشروعية التعاقد بالانترنت،-مبررات

مشروعية التعاقد بالانترنت.

يجب التفريق بين الاتصال، الذي يعني التبادل المعلوماتي بين طرفين أو أكثر ومدلول مصطلح الإعلامية: "Informatique"، الذي ظهر سنة 1939 على يد الباحث: "Claude Shanon"، -،

⁽²⁴⁾ زاهر راضي: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص: 23.

⁽²⁵⁾ عباس مصطفى صادق: "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص: 9.

⁽²⁶⁾ Mattelard Armand, La Communication-monde, Histoire des Idées & des Stratégies, Paris, La Découverte, 1992, P.20.

كلود شانون"، ليثير من خلاله إلى نظرية وتقنية المعالجة الآلية الإحصائية للمعطيات، الخاصة بمشكل معين. كما يجب أن نميز بين الاتصال وفق التعريف المحدد له سابقا ومصطلح: "LaCybernetique-السبرتيك"، الذي ظهر عام 1948 على يد الباحث: " Norbert Wiener-ويربارت وينر"....⁽²⁷⁾ فالإنترنت إسم لنظام منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد ومعلومات وحواسيب وبروتوكولات لتنظيم الاتصال عبر الشبكة وحتى تقترب رويدا رويدا من مفهوم شبكة الأنترنت يتبادر إلى أذهاننا شبكة الاتصال العادية عبر الهاتف إلا أن الأنترنت تتميز عنها بالسرعة والمرونة والاتساع، وبالأحرى فإنها تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تخزن وتستقبل وتبث جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة وفي كافة جوانب الحياة من قضايا فلسفية إلى أمور العقيدة والهندسة الوراثية متجها نحو الحرف اليدوية ومن البريد الالكتروني إلى البث الإعلامي، ومع مرور الوقت ستجد الآلات مكانا لها في حياتنا لا لأنها تقدم وسيلة مريحة ومفيدة وموفرة للجهد فحسب بل لأنها تدفعنا إلى آفاق إبداعية جديدة ستترك أثرا كبيرا في جميع مناحي الحياة، ولهذا سنتناول الفصل التمهيدي بالدراسة عبر ثلاث مباحث: الأول هو نشأة الأنترنت وفوائدها والثاني خدمات الأنترنت والثالث مشروعية التعاقد عبر الأنترنت ومبررات ذلك.

-نشأة الأنترنت وفوائدها: قبل أن تصبح الأنترنت على ما هي عليه اليوم مرت بنقاط تغير كثيرة وتطورات كبيرة وتعددت فوائدها تبعا لهذه التغيرات، وسنتناول في هذا المبحث نشأة وتاريخ الأنترنت ونعرج على ذكر بعض الفوائد.

-نشأة وتاريخ الأنترنت: وظهرت النواة الأولى لشبكة الأنترنت كمشروع أمريكي رعته ومولته وكالة مشاريع البحوث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية التي إهتمت آنذاك ببناء شبكة متماسكة يمكن أن تصمد في ظروف صعبة خاصة في نقل المعلومات الحكومية والعسكرية خلال حدوث كارثة نووية وهو مشروع "ARPA" في عام 1960⁽²⁸⁾، والذي كان يستهدف تحقيق هدف إستراتيجي وهو إرسال تعليمات التصويب من خلال مركز التحكم إلى قواعد الصواريخ حتى ولو بعد تدمير جزء من شبكات الاتصال نتيجة لتعرضها للهجوم، وقد إتسع نطاق هذه الشبكة سريعا لتدخلها وتتقاسمها جميع مصادر المعلوماتية في الولايات الأمريكية إذ ربطت 50 جامعة ببعضها البعض عن طريق نظام "ARPANET"، وقد أدى ظهور هذه الشبكة إلى ربط كبرى المواقع المعلوماتية ببعضها البعض وهو ما سمح لها جميعا باستعمال

⁽²⁷⁾Mucchielli Roger ;Communication & Réseaux de Communications, 5^{eme}Ed.,Les Editions

E.S.F,Entreprise Moderne d,Edition,Librairies Techniques, Paris, 1980., P.4.

⁽²⁸⁾أحمد خالد العلجوني، التعاقد عن طريق الانترنت دراسة مقارنة، دار الثقافة و الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع، 2000، ص:

المعلومات المتداولة عليها من خلال بناء مرن ومستقل عن الحاسبات المستعملة فيها⁽²⁹⁾، وفي نهاية السبعينات بدأت شبكة تسمى "UNEX" في الظهور، وفي بداية الثمانينات ظهرت شبكة تسمى "BITNET" والتي كانت شركات الانترنت تنافسها بشدة وبعد ذلك ظهرت شبكة "Computer Science Network"، ثم تحققت لهذه الشبكة إنطلاقة أقوى عندما تبنتها المؤسسة العلمية القومية "NSF" وذلك بمناسبة إنشاء خمسة مراكز كبرى للحاسبات الفائقة وذلك بهدف السماح بدخول المجتمع العلمي كله إلى المعلومات المخزونة، وهكذا أصبحت كل المراكز الجامعية الكبرى متصلة بالشبكة التي أخرجتها إلى حيز الوجود المؤسسة العلمية القومية والتي لعبت فيها دور العمود الفقري أو المعبر لحركة مرور المعلومات الخاصة بكل الشبكات الداخلة فيها، ومنذ ذلك الحين أصبح من الممكن الدخول إلى أي نقطة على الشبكة من خلال أي موقع جامعي متصل بها. وقد أبرمت في عام 1987 عقدا مع بعض الشركات الخاصة من أجل إدارة شبكة المؤسسة العلمية الوطنية وزيادة كفاءتها. ومنذ 1992 توقفت المؤسسة العلمية الوطنية عن الاستثمار في الشبكة تاركة المجال مفتوحا لأنواع أخرى من التمويل ومن ثمة لأنواع أخرى من الاستعمال لغير الأغراض العلمية، وهكذا أصبحت الانترنت بمثابة إتحاد للشبكات، فإنها لم تتوقف عن التطور وأصبح الدخول إليها في الوقت الحالي متاحا للكافة، ولم يعد إستخدامها قاصرا على باحثي الجامعات وموظفي المؤسسات العامة فقد وجد الأفراد والمشروعات الخاصة فائدة كبيرة في الإبحار عبر الشبكة. ويهنا هنا أن نؤكد على أن شبكة الانترنت لم تعد مجرد وسيلة لتبادل المعلومات والحصول عليها من شتى أنحاء العالم بل أنها قد أصبحت أيضا وسيلة يتم من خلالها إبرام العقود بمختلف أنواعها وهو ما يسمى بالتجارة الإلكترونية⁽³⁰⁾، حيث تشير الدراسات الأمريكية أن رقم الأعمال لمبيعات المنتجات والخدمات على الانترنت بلغ حوالي 225 مليار دولار أمريكي في عام 1996 بزيادة قدرها 500% عن عام 1995 وقد حققت المشروعات الفرنسية رقم أعمال يقرب من 50 مليار فرنك سنويا.

-فوائد الانترنت: ومن أهم الفوائد:

-توفير الوقت: -البحث عن كافة المعلومات:

-الاستقلالية والمرونة: -خدمات الانترنت: عبر الانترنتيتهي خدمة المواقع أو شبكة المواقع، خدمة البريد الإلكتروني وخدمة المحادثات الشخصية.

- خدمة المواقع: خدمة World Wide Web المسماة شبكة Web إختصارا وهذه الكلمة الأخيرة تعني بالعربية شبكة العنكبوت والكلمة معبرة إلى درجة توضّح مدى تشابك وتوسع الانترنت في شتى مناطق العالم، وهاته الخدمة يعبر عنها البعض بالعربية بشبكة المعلومات العالمية فهي الخدمة التي يمكن من

(29) أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر 2002، ص: 03

(30) أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع نفسه، ص: 3-4-9.

خلالها زيارة مختلف المواقع على شبكة الأنترنت وتصفح ما بها من صفحات من أجل الوصول إلى معلومات معينة أو من أجل إبرام عقد مع أحد التجار الذي يعرض منتجاته على الشبكة مثلا⁽³¹⁾.

-خدمة المحادثات الشخصية:-غرفة الفيديو:

-مشروعية التعاقد بالانترنت ومبررات ذلك: -مدى مشروعية التعاقد بالانترنت:

-مبررات مشروعية التعاقد بالانترنت:

مفهوم الأمن:

فهناك تشابك بين الاقتصادات الوطنية لكون معظم السلع المركبة تنتج في نقاط عديدة من العالم..

أ- تطوّر التكنولوجيات الحديثة الإعلام والاتصال على المستوى الدولي

ب-التكنولوجيات الحديثة وعولمة الاتصال:

ج-الإشكالات السياسية والقانونية للتكنولوجيا الحديثة للاتصال:

1_التكنولوجيا الحديثة للاتصال والدولة الأمة:

2-تكنولوجيا الاتصال الحديثة والديمقراطية:

-أثر تكنولوجيات الاتصال الحديث على الحدود والسيادة:

-التكنولوجيا الحديثة للاتصال والدبلوماسية:

-إستخدام الفضاء المعلوماتي في حماية أمن العملية السياسية :

معالجة جرائم الحاسوب:

رابعا-مداخل نظرية لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

-مواقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي:

-مقاربة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام البديل

⁽³¹⁾أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص:7.

الفصل الخامس: أهم التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والإعلام:

أولاً: أهم التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

1- الأقمار الصناعية:

-تستخدم الأقمار الصناعية في مجالات مختلفة من الحياة، وهي تلعب دوراً كبيراً في جعل الإعلام ينتشر على المستوى العالمي، ولقد عرف استخدام أقمار الاتصال في عمليات الإرسال في الستينات، وبالتحديد عام 1964، وأدخل استخدامها في مجال الالتقاط والبث على نطاق واسع، وهي مستمرة في التقدم السريع، خصوصاً بعد اكتشاف تكنولوجيا الألياف الضوئية، التي توفر العديد من الخدمات منها: اتصالات هاتفية بواسطة الفيديو، عرض بوساطة التلفزيون الكابلي أو مكتبة لبرامج الفيديو تسمح بانتقاء البرامج المرغوبة، فضلاً عن نظام فيديو داتا DATA، الذي يسمح للشخص بالاتصال بالحاسوب بوساطة الهاتف وهو في منزله واختيار الصور أو المعطيات التي يرغب في رؤيتها على شاشة التلفزيون لديه. -إن أقمار الاتصال مكنت الإنسان من التغلب على معوقات الزمان و المكان، خصوصاً بعد أن ارتبطت بينوك المعلومات في مختلف مجالات الحياة، إذ تقوم أقمار الاتصال بجمع المعلومات والمشاركة في التحليلات على مستوى العالم، عن طريق أجهزة الاتصال الالكترونية، ومعالجتها عن طريق الحواسب الآلية وبثها عبر القنوات الفضائية. لذلك فاستخدام أقمار الاتصال أتاح المجال أمام دول الجنوب للمشاركة في البث الفضائي المباشر، والانفتاح على العالم الخارجي لتتجسد فكرة الحرية، حين تصبح الحرية تصب في كل و من كل الاتجاهات. صحيح أن الدول المتقدمة تمتلك الوسائل في مجال الاتصال لذلك فهي تستغلها لتنفيذ سياستها الخارجية.

2- التلفزيون والبث الفضائي المباشر: -لقد كان لتكنولوجيا الاتصال تأثير كبير على تطور البث

التلفزيوني وتوسيع طاقات الكابل التي تنقل الصور المرئية من خلال أشعة الليزر، وأصبح البث الفضائي المباشر السمة المميزة لعقد التسعينيات، إذ انتقل التنافس إلى الفضاء الخارجي. وساهمت الأقمار الصناعية في إعطاء دور هام للتلفزيون، وذلك فقط بالتزود بهوائيات الاستقبال والنقل الحي والمباشر للأحداث وتجديدها في كل لحظة، فلقد أصبح بإمكاننا أن نعيش الحدث أينما كان بصورة آنية، حين أصبحت تجوب الفضاء بكل اللغات وبمختلف البرامج. فالتلفزيون شهد تطورات وتجديدات مرتبطة بشقه التقني أهمها: -التلفزيون الكابلي والألياف الضوئية وأقمار الاتصال والحاسوب، فضلاً عن التلفزيون التفاعلي... في خضم هذه التحولات أصبح المجال الإعلامي مفتوح أمام التعدد في القنوات، والتنوع في البرامج، وزيادة في كم المضامين، وما على الإنسان إلا أن يختار وما عساه يختار أمام زخم من المعلومات؟ وعليه فرزها واختيار ما يتوافق مع هويته، وأفكاره ومبادئه أمام المضامين الهابطة باسم العولمة الثقافية والحرية الفكرية والشخصية، مع مراعاة فارق أننا لا نملك التفوق والتحكم في التكنولوجيا، نحن من نمثل الضفة الثانية من العالم. ولأن يتم التحكم في الوضع أو إيجاد صيغ من شأنها أن تكبح

طبيعة هذا الاستهلاك الناجم من حجم التضيق على الحريات، والهروب من البرامج المحليّة والأوضاع السياسية والاقتصادية، الاجتماعية والفكرية... فنحن مستهلكون فقط.

3- ثورة الكمبيوتر:

-تعتبر ثورة الكمبيوتر من أكثر الثورات العلميّة من حيث المدى والانتشار والتأثير في الحياة البشرية، والزيادة السريعة في قدرة الكمبيوتر التي لم يعرف لها مثيل في أي صناعة أخرى في عالم التكنولوجيا زادت من أهميته: فبالرجوع إلى التطور التاريخي نجد أنّ الحواسيب الالكترونية مرّت بثلاث مراحل أساسية⁽³²⁾. -الكمبيوتر الرئيسي المركزي الذي تميز بضخامته وقوته (حدث أهم تحول في ثورة الكمبيوتر بآتشاف الترانزستور، ثم بعدها بعقد واحد آتشف الليزر الضروري للانترنت و لطريق المعلومات السريع). -الكمبيوتر الشخصي في أوائل السبعينيات والذي وصل إلى ذروته باستخدام برنامج النوافذ الشهير Windows. -الاستعمال واسع الانتشار للكمبيوتر في جميع مجالات الحياة، وهو ما يصطلح عليه "الحوسبة" وما يزيد من أهمية الكمبيوتر اليوم أنّه أصبح الدعامة الأساسيّة للوسيلة الإعلاميّة الجديدة، التي تجمع بين جميع خصائص الوسائل التقليديّة للإعلام، وعن طريق النشر الالكتروني وخصائصه التي سمحت بإحداث ثورة في عالم الإعلام عن طريق الأنترنت. بالإضافة لما سبق لا يمكن أن ننسى شبكة الأنترنت وانصهار وسائط الاتصال المتعدّدة وتأثيره على عالم الإعلام والاتصال. -لقد عمدنا على حصر هذه التطورات في هذه النقاط، لتوضيح تأثير خصائص القطاع السمعي البصري على العملية الإعلاميّة³³، من خلال نقل الصورة المصاحبة بالصوت، وتسهيل العمليّة من خلال الإشارات والقدرة على مواكبة الأحداث من خلال تحديث المعلومة ورصد الأثر. أهمية تكنولوجيا الاتصال: -ترجع أهمية تكنولوجيا الاتصال إلى عدد من النقاط والعوامل التي باتت تشكل لها رافدا من روافد تطورها وزيادة أهميتها، ولعل أهمّها يرجع إلى:

1-العولمة الاقتصادية: التي باتت تحكم العالم اليوم، وأصبحت تشكل العصب الاقتصادي له، الذي بات هو الآخر يشكل الأرضيّة المفروضة على كل التعاملات الاقتصادية المحليّة والدوليّة، بل وحتى العالمية. فلغة الاقتصاد التي تلغي الحدود، وتخلق فضاءات اقتصادية مشتركة بين البلدان على المستوى الإقليمي وحتى القاري...تخلق بالموازاة كل ما من شأنه أن يجعل من طبيعة هذه العملية أكثر حرية وديناميكية، بتوفير الهياكل والبنى الاتصالية المناسبة، ربحا للوقت واختصارا للجهد. إن هذا الأمر يستدعي توفير طرق اتصاليّة سريعة ومضمونة في ذات الوقت، وهذا ما تعززه وسائل

⁽³²⁾نبيل غزلان: سيناريوهات الأفق الرقمي، مستقبل الثورة الرقمية، مجلة العربي، ط 1، العدد:15، 1-1-2004، ص:195.

⁽³³⁾Cristina,Marino,De la presse écrite à la presse électronique :un nouveau média ?A.D.B.S.

Editions,1996,P.14.

تكنولوجيا الاتصال اليوم. فالانترنت لوحدها باتت تلعب دور أساسي في تسيير العملية الاقتصادية، من خلال ربط المؤسسات الاقتصادية عبر الأنترنت ويظهر ذلك جليا في القارة الأوروبية وأستراليا خاصة التي انطلقت منذ البداية في هذا المنهج وسعت له من خلال تواجد مؤسساتها الاقتصادية عبر هذه الشبكة بصورة مكثفة وينسب مرتفعة وملفتة للانتباه 99.4%: في فنلندا، 98.9% في استراليا، 98.8% في السويد، 73.2% في فرنسا⁽³⁴⁾ سنة 2001.

2- الدور المتنامي للمعلومة: التي أضحت القاسم المشترك بين جميع سكان المعمورة في مختلف أشكالهم، سواء في أشكال فردية أو في صور جماعات رسمية أو تكتلات اقتصادية، فلقد تغير معيار تحلف وتقدم الأمم على أساس الغنى أو الفقر في التحكم في المعلومة، كل شيء بات يعتمد عليها من خلال تنوع مصادرها في: عمليات اتخاذ القرار، التعاملات السياسية محليا ودوليا، التبادلات التجارية، الأنماط التربوية في إعداد النشء وتهيئة المجتمع...

3- الثورة الرقمية: تعود أهمية الثورة الرقمية نظرا لما أحدثته في الوسائل الاتصالية نفسها، إذ أصبحت عملية نقل المعلومة من المرسل إلى المستقبل تتم بصورة أسرع وأسهل.

وحتى وإن ارتبطت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في بعدها التتموي بالقطاعات الأربعة التالية³⁵:
-قطاع الاتصالات،-الإلكترونيك،-الإعلام الآلي،-ووسائط الإعلام،إلا أنّ الجانب الالكتروني كان له الفضل الكبير في تنمية وتطوير البنى الاتصالية وجعل نموها بهذه السرعة، والابتعاد شيئا فشيئا عن التماثلي والقرب من الرقمي في صورة 0 "1" ولنا أن نتصور من خلال هذه التكنولوجيا الرقمية كيف أصبح العالم بأسره يقوم على انسيابية المعلومة في جميع ميادينها.

-ولقد حتم حجم التحولات والتطورات التي يعرفها مجال تكنولوجيا الاتصال على البشرية.

4- الانتقال إلى مجتمع المعلومات:

-إن هذا المجتمع الذي نعتبر جزء منه، نتفاعل فيه ونتصرف من منطلق التحول الكلي من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات. وإنه ذاك المجتمع الذي يعرف من خلال خصائصه العامة، فهل يكفي إن قلنا:- المعلومة كحقيقة باتت مكشوفة للجميع بدون استثناء داخل نفس المجتمع وخارجه، فلم يعد بالإمكان إخفاء الحقيقة ولا تزييفها فهي ملك للجميع.

-سيل المعلومات أصبح أقوى بكثير من السدود التي تضعها الدولة للسيطرة على المعلومة وتدققها.

⁽³⁴⁾ خليل أبو رزق: مؤشرات مجتمع المعلومات، ندوة مجتمع المعلومات بين المفهوم والتطبيق، معهد الكويت للأبحاث العلمية، الكويت 12-13-01-2004، 23.

⁽³⁵⁾ Djamel Bouadjimi, Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication et Développement: L'arrimage de l'Algérie à la « société de l'Information », Thèse de Doctorat d'Etat en science de l'Information et de la Communication, octobre 2004, P.28.

- العالم بات يشترك في صناعة واتخاذ القرارات على المستوى العالمي.
- زيادة التوجه نحو الفكر الديمقراطي ونمو فكرة المناداة نحو التحرر، ولكن بكثير من التحفظ لأسباب وعوامل اقتصادية باتت هي من تشكل عراقيل أمام منافذ الحرية.
- في ظل مجتمع المعلومات هذا، أصبح العالم مرتكز على الإعلام في معناه الواسع، إلا أنه تظل هناك مؤشرات على انتقال البشرية إلى مجتمع المعلومات، يمكن أن نوجزها خاصة فيما يلي:
- نمو قطاع الاتصالات بالنسبة للنتائج المحلي الإجمالي في العالم: حيث أن الاهتمام بقطاع الاتصالات بدأ يتزايد بشكل كبير ومتواصل إلى حد فيه زادت نسبة هذا النمو من % 1.5 سنة 1975 إلى % 3 سنة 2000، ثم نلاحظ تلك القفزة التي سجلها هذا القطاع سنة 2002 بـ % 6.6 ما يعادل 2.066 بليون دولار من الناتج الإجمالي العالمي⁽³⁶⁾.
- مكونات اقتصاد تكنولوجيا المعلومات:** فاققتصاد تكنولوجيا المعلومات أصبح يشكل قطاع الاتصالات به النسبة الأكثر ارتفاعا بـ % 39 أمام الصناعات الصلبة بنسبة % / 30 و % 31 للصناعات المتبقية سنة 2002.³⁷ لهذا الأمر بالذات أصبح لاقتصاد التكنولوجيا الحديثة دورا هاما وبارزا في الاقتصاد المحلي لكل دولة والاقتصاد العالمي، وله انعكاسات على كل مناحي الحياة البشرية خاصة الاجتماعية منها: "إن الاتصالات تعتبر عملية اجتماعية أساسية، وحاجة إنسانية أساسية، والأساس الذي يقوم عليه كل التنظيم الاجتماعي. وهي ضرورية لمجتمع المعلومات. وينبغي أن تتاح الفرصة لكل شخص في كل مكان للمشاركة في مجتمع المعلومات ولا ينبغي استبعاد كائن من كان من الفوائد التي يتيحها هذا المجتمع. فحرية التعبير وحرية الرأي، والحق في استقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونشرها بغض النظر عن الحدود الجغرافية". -إننا حين نتحدث عن مجتمع المعلومات لا يمكن لنا أن ننسى أو نتناسى مجتمعاتنا في ظله، لذلك لا بد من أن نعترف بوجود تأخر ملموس في مجتمعاتنا عموما، وتسعى جهات كثيرة من خلال منظمات المجتمع المدني ومختلف الهيئات الناشطة إقليميا إلى تطوير وتهيئة المجتمع للتبني الصحيح لمجتمع المعرفة في جميع أوجه الحياة المختلفة، وحمل في هذا الصدد:
- تقرير التنمية الإنسانية العربية لسنة 2003: خمسة نقاط لتحقيق إستراتيجية إقامة مجتمع المعلومات:
- إطلاق الحريات والتعبير والتنظيم وضمانها بالحكم الصالح.
- النشر الكامل لتعليم راقى النوعية. -توطين العلم وبناء قدرة البحث والتطوير التقني.
- التحول الحقيقي نحو إنتاج المعرفة في البيئة الاجتماعية والاقتصادية العربية.
- تأسيس نموذج معرفي أصيل. -إعلان القاهرة 2003 لشروط دخول المنطقة العربية إلى مجتمع المعلومات، حيث تستدعي هذه الشروط: -تنمية البنية الأساسية لشبكة اتصالات عربية ذات ساعات عالية.

(36) خليل أبو رزق: المرجع السابق، ص: 3-4.

(37) خليل أبو رزق: المرجع السابق، ص: 4.

- تنمية الثروة البشرية بإدراج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المدارس والجامعات.
- الارتقاء بالأداء الحكومي إلكترونيا بتوفير البيئة لنشر التجارة الإلكترونية.
- تشجيع أنماط الشراكة المختلفة بين مؤسسات القطاع الخاص.
- متابعة تنفيذ الإستراتيجية العربية لمجتمع الاتصالات وتقنية المعلومات التي أقرتها قمة عمان عام 2001 وبيروت 2002 وتحويلها إلى برامج وخطط تنفيذية ومشاريع محددة تخدم البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات، ومشروع التكامل العربي لخدمات وتعريف الاتصالات العربية⁽³⁸⁾.
- دونما أن ننسى التذكير أنه نظرا لأهمية هذا المجتمع في مفهومه الجديد جرى الإعداد لدراسة مجتمع المعلومات عالميا من 12 ديسمبر 2003 كمرحلة أولى ممهدة لموعد القمة العالمية في تونس 2005.
- من خلال هذه النقاط حاولنا ضبط الملامح العامة للمجتمع التكنولوجي إن جاز التعبير بالنظر لما تحققه هذه الوسائل من قلب كل المعايير والقيم وتجسيد فكرة "العالم قرية واحدة".

ثانيا: الخلفية النظرية للإعلام في ظل التطور التكنولوجي:

1- المعالجة النظرية للإعلام:

1-1 - التوجه السبرنطريقي: فتعريف الإعلام ينصب في سياقين:

- أ- تعريف الإعلام لغويا: لقد جاءت تعاريف كثيرة للإعلام من الناحية اللغوية، لكن أهمها ذلك الذي ارتبط أكثر بطبيعة وظيفة كلمة "إعلام" في إيصال وتوصيل المعلومة. -"الإعلام من كلمة أعلم بمعنى نقيض الجهل ومعرفة الشيء"⁽³⁹⁾، " فيصبح المرء على دراية بالأمر ولا يصبح يجهله.
- ب- تعريف الإعلام في الدراسات الإعلامية: سنتناول مفهوم "الإعلام" من خلال الدراسات الإعلامية تجنباً للتعريف الكثيرة كما سردناها من قبل والتي تعطي لهذا المفهوم على أساس الارتباط بالميدان الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي... فطبيعة الموضوع تحتم تناول هذا المفهوم في سياق الدور الإعلامي المنوط به، والذي هو أشمل وأوسع، فالإعلام هو: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم"⁽⁴⁰⁾.
- "-نشر للأخبار والحقائق والأفكار والآراء، يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض، من خلال أدوات ووسائل محايدة، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان

(38) خليل أبو رزق: المرجع السابق، ص: 69-70.

(39) لفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، بيروت، دار الجيل، "غير متوفرة سنة الطبعة وعددها".

(40) إبراهيم أمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة 03، 1981، ص: 11.

للقوف على الأخبار والحقائق والآراء والأفكار، ليكون قادر على تكوين فكره الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه مناسباً⁽⁴¹⁾.

-لقد وردت تعريف كثيرة للإعلام جاءت من منطلقات مختلفة من قبل الباحثين والدارسين الذين كتبوا في ميدان الإعلام، والذين حاولوا تقديم تعريفات كل حسب مفهومه الخاص، لكن وعلى العموم تتشابه كل التعريفات من ناحية المضمون مع اختلاف الصياغة أحياناً، واختلاف العناصر أحياناً أخرى. قد يرجع الأمر إلى المنطلقات كما أسلفنا الذكر، أو الخلط بين مفاهيم وتعريفات الإعلام وبعض أشكال الاتصال الأخرى، أو تناول زاوية من زوايا الإعلام وإغفال أخرى، ويظل أبرز تعريف وأشمله هو تعريف "أوتوجرت" أن الإعلام هو:

"-التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاته في الوقت نفسه⁽⁴²⁾" حتى وإن أغفلت هذه التعريفات فكرة تأثير الجمهور على الرسالة وصاحب الرسالة، باعتبار أن الرسالة الإعلامية بفضل تطور الوسائل الاتصالية باتت تصب في اتجاهين، يتميز بالآثر والتأثير المتبادل.

1-2- التوجه المحدد التكنولوجي: العامل التكنولوجي هو المحدد الحاسم في تطور وسائل الاتصال

الجماهيري، والطبيعة التكنولوجية لوسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد نمط تفكير الأشخاص وسلوكهم، بل تربط بعض الانجازات الهامة والمعقدة التي حققتها البشرية، كالقومية مثلاً، وبعض النظم الاجتماعية والسياسية والعمرائية بسيادة هذا النمط الاتصالي أو ذاك⁽⁴³⁾.

2- المعالجة الالكترونية للمعلومة:

-لقد سمح التطور التكنولوجي من ظهور دعامة الكترونية جديدة تعمل على نشر المعلومة بطريقة الكترونية، بدلا من النشر عبر وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يصطلح عليه بالنشر الالكتروني:

1-2- ماهية النشر الالكتروني:

-شهد العالم تطورا كبيرا في عالم التقنية التكنولوجية الحديثة عموما وبصورة خاصة وسائل الإعلام والاتصال، من خلال تلك البوادر والتجليات لتطور ابتداء مع الستينات بظهور وسيلة النشر الإلكتروني، الذي بدأ يتنوع يتعدّد مع بداية سنوات 2000 . لذلك يعتبر النشر الالكتروني أنه:

-هو استخدام أجهزة وأنظمة تعمل بالكمبيوتر في الابتكار والإبداع والصحف، وتوظيف الصفحات وإنتاج وإخراج "صفحات نموذجية كاملة ومنتهية، متوسطة أو عالية الجودة، وهو كذلك النشر المطبوع الدوري للصحف) جرائد مجلات، (والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والكتيبات والمطبوعات

(41) محمود محمد سفر: الإعلام موقف، جدة، تهامة، الطبعة 01، 1982، ص: 24 .

(42) محمد عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، الرياض 2-محمد عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، الرياض، ط01 ، 1996، ص: 28.

(43) محمد مزيان: المرجع نفسه، ص: 85-86.

والملصقات وغيرها، بالاستعانة بالحاسبات الالكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج من جمع وتوظيف وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع ثم الطباعة، وفي حجرة التجهيز للتوزيع في مكان واحد أو في أكثر من مكان في وقت معا⁽⁴⁴⁾.

2-2- أنواع النشر الإلكتروني:- النشر الإلكتروني على الأقراص-النشر الإلكتروني على الانترنت:

-أصبحت تجمع الصحافة المطبوعة الانترنت علاقة تتجسد معالمها من خلال النقاط التالية:
1-تقريبا كل الصحف العربية والغربية لها مواقع الكترونية وتصدر طبعات الكترونية، وتشير مؤسسة "نيوزلينك" الأمريكية في نهاية عام 1998 إلى أن عدد الصحف التي تدير مواقع على شبكة الانترنت، قد وصل إلى 4900 جريدة منها 2000 جريدة أمريكية، بينما لم يتجاوز عدد الصحف الالكترونية في نهاية 1994ثمانين 80 صحيفة يومية كانت أم أسبوعية والدورية وحتى المجلات. لذلك تقدر نسبة المواقع الأمريكية ما عدا ب43%.

2- ما يقع الآن هو الفصل بين المحتوى المنشور في عملية استقبال الصور من الوكالات، ففي الوقت الحالي تبت كل الوكالات الدولية صورها بشكل رقمي ما يسمح بإمكانية البحث عن الصور المطلوبة وتحميلها على الصفحات مباشرة مع الاحتفاظ بالنعوية نفسها للصورة.

-وكواقع مشهود، كانت الولايات المتحدة الأمريكية من الدول الأوائل في العالم الذين استخدموا هذا النشر الإلكتروني إلى حدود سنة 1964، فاستعمل كدعامة إلكترونية في ميدان بنوك المعلومات، ليتم بعد ذلك تشجيع هكذا عملية في فرنسا مثلا 15 سنة بعد هذا التاريخ.⁽⁴⁵⁾

2-3-مزايا النشر الإلكتروني: يمكننا النشر الإلكتروني من:

-سهولة البحث دون الحاجة إلى قراءة النص بكامله وبالتالي اختصار وقت الباحث وضمان حصوله على ما يريد. -سهولة الحذف والإضافة والتعديل والتغيير في أي وقت يشاء المؤلف دون جهد كبير أو تكلفة مالية باهظة أو مشاكل تعترضه أثناء عمليات التصحيح والتغيير.

-يمكن نقل أجزاء مقتبسة من النصوص الالكترونية دون الحاجة إلى إعادة طباعتها، أو كتابتها.

-صغر حجم وسائط التخزين وقدرتها الهائلة على نقل مكثبات بكاملها في قرص واحد، وبحجم صغير ينقل ويحفظ بكل سهولة. الأمر الذي يجعل نقل موسوعات علمية بكاملها بما في ذلك الصوت والصورة بنوعيتها الثابت والمتحرك. -سهولة الرجوع إلى المصادر والمراجع المستخدمة في الدراسات العلمية وبشكل مبدع أيضا. فالهوامش أصبح لها معنى مختلف تماما مع النشر الإلكتروني، فما على القارئ سوى التفرع بمؤشر جهاز الكمبيوتر على إسم الكتاب أو البحث المستخدم كمصدر والذي عادة ما يذكر ضمن النص، إلا وانتقل إليه ليتصفح وربما يتوسع في القراءة إن أراد ثم يعود ثانية إلى موضوعه ونصه الأصلي.

(44)حنا جريس: الهيبيرتكت عصر الكلمة الالكترونية:مستقبل الثورة الرقمية،مجلة العربي، ط1، العدد:2004،15، ص:128-133.

⁴⁵ Alain, Vuillemin, Op.Cit.P.01,

-الطباعة باستخدام الأوامر الصوتية دون الحاجة لإستخدام لوحة المفاتيح، وقد تطوّرت هذه العملية بشكل سريع وأصبح بإمكان جهاز الكمبيوتر التعرف على صوت مستخدميه وطباعة كل ما يلقيه له بصوته وبالسرعة الطبيعية للمتحدث.

-تطور إمكانيات التدقيق الإملائي واللغوي للنصوص المطبوعة الكترونيا بل إن الكثير من برامج تنسيق النصوص بإمكانها التعرف على الأخطاء الشائعة لمستخدم الجهاز وتصحيحها قبل وأثناء الطباعة. وعلى هذا الصعيد أيضا تتطور الترجمة الآلية للنصوص الالكترونية من وإلى الكثير من لغات العالم. إلا أنّ هذا الأمر لا يزال في مراحل الأولى على الرغم من التطور الهائل فيه. ويعود ذلك طبعا إلى صعوبة فهم الآلة للنص كما يريده الكاتب، فذكاء الآلة يظل نسبي.

-المنشور الالكتروني سواء كانت جريدة أو مجلة أو كتاب أو غير ذلك يمكن تحديثها وربما تصحيح أخطائها بشكل مستمر بينما ما ينشر في الصحيفة أو المجلة أو الصحيفة الورقية لا يغير إلا في العدد التالي له وفق ما يسمى عملية التصحيح، التي غالبا ما لا يهتم لها القارئ لأنها تفقد معناها بسبب عنصر الزمن وخاصةً آنية الخبر. كذلك فإن الموضوعات التي تتناقلها الصحافة سواء كانت محلية أو دولية يتم تعزيزها وتغييرها وتحديثها كلما وصلت أخبار ومعلومات جديدة عن الموضوع ذاته⁽⁴⁶⁾.

3-3- صعوبات النشر الالكتروني:

خلاصة : ما حققته ثورة الاتصالات والمعلومات شيء مذهل، حيث أنّ ظاهرة "الاتصال" هي متنفس العولمة أين حوّلت كوكبا إلى قرية كونية ذات سماء وفضاء مفتوح، يتم عبرها اجتياح كل الحواجز في مختلف المجالات وبخاصة الثقافية منها... ونشير إلى أنه قد بدى عقد الاتفاقات الدولية بخصوص الفضاء السابيري عام 1998. ويشمل قانون الإنترنت العديد من فروع المعرفة القانونية كالقانون المدني والقانون التجاري والقانون الجنائي وتشريعات البنوك والقانون الدولي وغيرها من التشريعات.

⁽⁴⁶⁾سعود راشد العنزي: آيف يستخدم العرب الانترنت؟ مستقبل الثورة الرقمية، مجلة العربي، العدد:55، 15-01-2004، ص:13-15.