****

**الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**

**جامعة الدكتور يحي فارس**

**قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية**

**قسم علم الاجتماع**

**السنة الأولى ماستر علوم التربية**

 **مطبوعة مقياس الاتصال**

**الأستاذ: حسيني عمر**

**السنة الجامعية: 2024- 2023**

**إسم الوحدة**: الإستكشافية.

**إسم المقياس:** الاتصال.

**أهداف التعليم:** تعريف الطالب بآليات الاتصال وكيفية التعامل مع مختلف وسائل الاتصال الحديثة.

**المعار المسبقة المطلوبة**: أن يكون الطالب قادرا على استخدام مختلف وسائل الاتصال الحديثة و التحكم في تقنياتها.

 **المعامل:** 01

**الرصيد:** 02

**محتوى المقياس:**

**1-** ماهية وسائط الاتصال.

2- وسائط الاتصال القديمة والحديثة.

3- وساط الاتصال الجماهيري.

4- وسائط الاتصال الخاصة.

5- تصنيف وسائط الاتصال.

 - الإشهار.

 - الراديو والتلفاز.

 - أهم خدمات الانترنت

 - محركات البحث

 - البريد الإلكتروني

 - الشبكات الاجتماعية

 - مواقع الدردشة

 - الآثار النفسية لوسائل الاتصال الحديثة

 - الآثار الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة

**المحاضرة الأولى: ماهية وسائط الاتصال**

تعرف وسائل الاتصال أو القديمة و الحديثة بكونها العمليات التي يتم من خلالها نقل المعلومات أو بيانات أو افكار أو مهارات معينة إلى جهنة أو مجموعة من الجهات، كما تساهم وسائل الاتصال تبك في توليد نوع من التبادل السلوكي أو الذهني والفكري ما بين الأفراد في مختلف بقاع العالم

**1- وسائل الاتصال القديمة:**

ويمكن إجمالها فيمايلي:

**1-1- العدائين:**

كان الانسان قديما يعتمد على العدائين السريعين في الركض لإيصال المعلومات والرسائل، كما كان يعتمد على العدائين المتسلسلين، وهو الاستعانة بعدد من العدائين السريعين لتسليم المعلومة فيما بينهم من منطقة إلى أخرى إى حين وصولها للتسليم.

**1-2- الخيول والجمال:**

استعان الإنسان قديما بفرسان الخيول و الجمال، نظرا لسرعتهم الكبيرة في الوصول إلى مكان وجود المستلم مقارنة بالعدائين.

**1-3- الحمام :**

اشتهر الحمام الزاجل بنقله للرسائل المكتوبة ما بين المناطق البعيدة، حيث كانت تلف الرسائل وتربط في قدم الحمام، ثم يحرر الحمام من قفصه متوجها نحو وجهته المحددة ، وقد انتشر استخدام هذه الطريقة بشكل واسع فيما مضى نظرا لكونها أأمن من الطرق السابقة مع تناقص احتمالية اعتراض مرسل الرسالة أو تتبعه.

**1-4- الكتب والمطويات:**

تعتبر من أكثر وسائل الاتصال استخداما وانتشارا في نقل المعلومات والمعارف ما بين الناس وما بين العصور.

**1-5- الصحف:**

تندرج تحت قائمة وسائل الاتصال المطبوعة وتنتشر بشكل واسع بين جميع فئات المجتمع، وذلك لسهولة الوصول إليها وانخفاض أسعارها، وعملها على نقل الأخبار العالمية والمحلية وغيرها من المعلومات المستجدة بشكل يومي.

**1- 6 – التلغراف:**

ظهر التلغراف لأول مرة في نهاية القرن التاسع عشر، وقد أحدثت نقلة نوعية في وسائل الاتصال من التقليدي القديم إلى العصري الحديث، واعتمد التلغراف في ذلك الوقت على جهاز يقوم بترميز الأحرف إلى نبضات كهربائية وإرسالها إلى جهاز أخر يعمل على طباعة هذه النبضات.

**2- وسائل الاتصال الجديدة:**

**2- 1- الأقمار الصناعية:**

وتعرف باسم وسيلة الوسائل، وذلك بسبب اعتماد معظم وسائل الاتصال الحديثة عليها، حيث تقوم مهمتها على استلام الموجات الصادرة من المحطات الأرضية وتعديل وتضخيم ترددات تلك الموجات ثم ارسالها مرة ثانية إلى المحطات الأرضية.

**2-2- الإذاعة والتلفزيون:**

وتندرج تحت قائمة وسائل الاتصال المسموعة والمرئية، وهي ذات تأثير كبير على أفكار المجتمع ومعتقداته على مختلف الأصعدة.

**2-3- الهواتف:**

شكل ظهور الهواتف وخاصة المحمولة منها نقلة كبيرة في عالم الاتصال حيث تمتاز بصغر حجمها وسهولة حملها والتنقل بها واستقبالها للموجات وارسالها من وإلى أي مكان في العالم.

**2-4- الحاسوب:**

ترك ظهور الحاسوب أثرا كبيرا على العالم وخاصة في الجانب التربوي والتعليمي، حيث ساهم في حدوث عدد من التغييرات الجذرية في هذين المجالين.

**2-5- الأنترنت:**

يعرف بكونه من أحدث وسائل الاتصال وأهمها وأكثرها استخداما، وقد لاقى استحسانا كبيرا من جميع المجتمعات لما له من ايجابيات.

**المحاضرة الثانية: الاتصال الجماهيري**

**1- تعريف الاتصال الجماهيري:**

يعتبر الاتصال الجماهيري من المفاهيم المرتبطة بوسائل الإعلام، فهو يعبر عن عملية تواصيل الرسائل والأخبار والمعلومات لأكبر قدر ممكن من الجمهور باستخدام وسيلة إعلامية قادرة على ذلك، مثل التلفاز أو الصحافة وغيرها كما يعتبر الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي إحدى تلك الوسائل القادرة على ايصال مضمونها لعدد كبير من الناس في نفس اوقت.

**2- تعريف وسائل الاتصال الجماهيري:**

وسائل الاتصال الجماهيري هي تلك الأدوات التي توظف لإخبار الناس وإعلامهم في الوقت ، فمعظم وسائل الإعلام هي وسائل للاتصال الجماهيري، كما أن طبيعة استخدامها قد تؤثر إيجابيا أو سلبيا في مدى وضوح الرسائل الإعلامية ومصداقيتها، كالصحافة، والبث الإذاعي والتلفاز، واليوم يشهد العالم ثورة تواصل جديدة بوجود الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، تلك الوسائل التي حققت منعطفا مهما في تعدد مزاياها، وقدراتها في إيصال المضمون بعدة أساليب.

**3- أهم أنواع الاتصال:**

يصنف الاتصال بمفهومه العام إلى عدة أقسام تتفرع حسب أنماطها والوسائل المستخدمة لأن فهم هذه الأنواع و ألية تفعيلها معا ضمن عدم حدوث سوء في الفهم. أو نقص في المعلومة المرسلة وهي:

**3-1- الاتصال اللفظي:**

وهو أساس الاتصال في أصله، حيث يستخدم فيه التواصل الشفهي إما وجها لوجه أو عن بعد، إلا أنه قد يفتقر للدقة لعدم توضيح أو إظهار الإيماءات ذات طابع غير لفظي.

**3-2- الاتصال غير اللفظي:**

هو تواصل يعتمد على ملاحظة الإيماءات والحركة التعبيرية اتي تساهم في إيصال جزء من الرسالة المطلوب إيصالها كالحزن أو الغضب أو التفاؤل أو الرضى، وهذا يساعد في فهم وسائل مفهومة دون الحاجة إلى النطق بها .

**3-3- الاتصال المرئي:**

تعتبر اللوحات الإرشادية والأيقونات التحذيرية والخرائط و اللوحات من طرق توصيل الرسائل البصرية دون الحاجة لقراءة أو سماع مضمونها.

**4- أهمية الاتصال الجماهيري:**

- تتمثل أهمية الاتصال الجماهيري في الأدوار التي يلعبها ويتمكن منها، فالاتصال الجماهيري مهمته توصيل المعلومة الصادقة للمتلقي، وتوعيته في مختلف الظروف، لأن ما تقدمه وسائل الإعلام يؤثر بشكل مباشر في أراء الناس ومواقفهم.

- تساهم في ترقية الناس وتنمية ثقافتهم واهتمامهم، وهذا يجعل لدور الاتصال الجماهيري أهمية كبرى في المجتمع، لذلك نجد أن قيمة الاتصال الجماهيري تتركز في التوعية والتثقيف والترفيه والمراقبة والإعلام، فهي حلقة الوصل بين صانع القرار والمجتمع وبين المرسل والمتلقي، وتساهم اليوم شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بتنوع أكبر وفرص لا محدودة لتقنية الاتصال الجماهيري.

**المحاضرة الثالثة: وسائط الاتصال الجماهيري**

**1- تعريف الاتصال الجماهيري:**

يعرف الاتصال الجماهيري بأنه: " عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، والأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وانماط سلوك غير موجودة أصلا، والقدرة على نقل المعارف والمعلومات".

ولوجد الاتصال الجماهيري لا بد من توفر شروط أساسية وذلك لتزدهر وتتطور في أي مجتمع من المجتمعات ومن هذه الشروط:

1- وجود عدة اقتصادية متينة من التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال كالمطابع ومحطات الإذاعة والتلفزيون، كذلك توفير البنى الأساسية اللازمة مثل شبكة الطرق والنقل والكهرباء، مما يسهل عمليات التوزيع للرسائل المطبوعة للإذاعتين المسموعة والمرئية.

2- وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع بحيث يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع.

3- أن تكون كثافة سكانية معقولة، ذلك أن وسائل الاتصال الجماهيري ذات تكلفة باهضه، وتشغيل تلك الوسائل بفاعلية يحتاج إلى كثافة سكانية يمكنها أن تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية، فمثلا جريدة محلية في المدينة تنجح بينما في القرية تفشل وذلك للقدرة على تغطية تكاليفها في المدينة أكثر من القرية لزيادة أعداد السكان.

**2- الإعلام والنشاط الأهلي:**

إن تطوير مفهوم الإعلام لدى مؤسسة النشاط الأهلي، وفهم أنه ليس مقصورا على الوسائط الإعلامية التقليدية ولكنه يشمل الملصق، واللقاء المباشر الفعال بجماهير المستفيدين من النشاط هو التطوير الأكثر فعالية وأهمية.

**3- البعد التربوي للاتصال والإعلام:**

أدى التطور السريع في علم الاتصال والإعلام في معظم البلدان والتوسع في الأشكال المختلفة للاتصال والإعلام الجماهيري ( وخاصة السمعية البصرية)، إلى فتح آفاق جديدة ومضاعفة للروابط بين التعليم والاتصال، حيث أن هناك زيادة واضحة في الطاقة التربوية لاتصال، ويؤدي الاتصال بما وهب من قيمة تربوية أكبر، إلى خلق بيئة تعليمية، وفي حين يفقد النظام التعليمي احتكاره لعملية التربية، فإن الاتصال يصبح هو نفسه وسيلة وموضوعا للتعليم، وفي نفس الوقت تعتبر التربية أداة لا غنى عنها لتعليم الناس كيف يتصلون على نحو أفضل، وكيف يحصلون على منافع أكبر، وهكذا توجد علاقة متبادلة متزايدة بين الاتصال والتعليم.

**4- تحديد الجمهور المستهدف وتحديد التغيير المطلوب في سلوكياتهم:**

تشير الدراسات إلى أن استراتيجيات الإعلام والتعليم والاتصال لا تستوعب ما اصطلح على تسميته " الجمهور العام"، وذلك لأن نشاطات الاستراتيجية يجب أن تتعامل مع جمهور محدد تحديدا دقيقا، لذا فقد ظهر مفهوم تجزئة الجمهور، ليتسنى التعامل مع الحاجات الخاصة لكل فئة من الفئات، ويقصد به تحديد الفئات المختلفة للجمهور المستهدف من أجل المساعدة في عملية الاستغلال الأمثل للإمكانيات المادية والبشرية، بهدف تحقيق أقصى درجة من التأثير باستغلال أفضل الوسائل.

**5- الاتصال الجماهيري:**

لنبدأ بالسؤال التالي: هل تختلف عملية الاتصال الجماهيري عن الاتصال بين بين الأفراد؟

الاختلاف الوحيد بين عملية الاتصال الجماهيري وعملية الاتصال بين فردين، هو أن الاتصال الجماهيري أكثر تعقيدا.

الاتصال الجماهيري يسعى للوصول إلى الأفراد الذين يقومون بقراءة الصحف أو يتصفحون المجلات أو يقومون بقراءة الكتب أو يشاهدون فيلما تلفزيونيا، أوو يستمعون إلى الراديو، التلقي في هذه الحالات يختلف عن التلقي في حالات الاتصال الشخصي يكون كبيرا جدا، ولكن في حالة الاتصال الجماهيري لما يكون رجع الصدى أو التأثير المرتد من المتلقي إلى المرسل بسيطا جدا، فالمتلقي في الاتصال المباشر الشخصي قد يهز رأسه أو يكشر أو يبتسم أثناء سماعه للحديث ثم يقوم بصياغة أفكاره في رموز ويرد مباشرة، ولكنه نادرا ما يتحدث أو يصغي للتلفزيون أو الراديو أو يكتب خطابا للمحرر، وهذا ما يعود العاملين في وسائل الإعلام إلى النزول للمتلقي لتشغيل آرائه أو توزيع استبيان لمعرفة مكنوناته، ولهذا نجد اختبار مضمون وسائل الإعلام أكثر صعوبة من اختبار المضمون الذي يتسم تبادله أو مشاركته بين فردين لأن العلاقة مباشرة ورجع الصدى سريع.

 **المحاضرة الرابعة: مواقع الاتصال الإجتماعي**

**1- مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي:**

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل، نظرا لتداخل الأراء والاتجاهات في دراستها، عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنلوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

**2- الإعلام الإجتماعي:**

وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والأخر مستقبل، عبر وسيلة / شبكة إجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل.

وتشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: " منظومة الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء أخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها".

وتضع كلية شريديان التكنلوجية Sheridan تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي اذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه، وهي أهم سماته".

**3 – تقسيمات مواقع التواصل الإجتماعي:**

يمكن تقسيم مواقع التواصل الإجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة إلى الأقسام التالية:

**3 – 1 - شبكة الأنترنت Online:**

وتطبيقاتها مثل : الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني.. فهي بالنسبة للإعلام تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

**3 – 2 – تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة:**

أجهزة الهاتف الذكية، والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها، وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

**3 – 3 – أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية:**

مثل: الراديو والتلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج، التي أضيفت إليها ميزات التفاعلية والرقمية والإستجابة للطلب.

ويمكن أن نخلص إلى شبه إتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنلوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customisation، وتأتيان نتيجة لميزة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير إنقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالة إلى من يريد في الوقت الذي يريد ، وبطريقة واسعة الاتجاهات ويس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الإفتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

**4 - مداخل نظريه لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:**

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الإقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية، ولكن نفهم أهمية مواقع التواصل الإجتماعي محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية، ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الإجتماعي " الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظريا و فكريا لهويتها، وممارستها ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنلوجيا الاتصال وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسة الإجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد.

**5 – مقارنة مواقع التواصل الإجتماعي بالإعلام البديل:**

يعد التحول عبر التطور التكنلوجي هو جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديد مع ظهور الطباعة، والصحافة والإذاعة والتلفزيون، كل ذلك لأن طبيعة التحول التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالحتمية التكنلوجية، إذا مفهوم الإعلام الجديد هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل.

**المحاضرة الخامسة: تصنيفات وسائط الاتصال**

عندما نتحدث عن آليات الاتصال الفضائي الجديد فإننا نذكر أنها متعددة من حيث الأشكال ولأساليب، ومن حيث الأدوات والقنوات المستخدمة وسنتحدث في هذا الجزء عن أهمها والأكثر تواترا في الاستخدام: الهانف النقال، الأنترنت، القنوات الفضائية، التلفاز.

**1- التلفون السلكي والهاتف النقال واستخداماتهما:**

التلفون من أهم وسائل الاتصال الصوتي، ومن أقدمها و أكثرها انتشارا بين الناس، لدرجة أنه من النادر أن تجد بيتا أو مؤسسة لا تمتك خطا هاتفيا وخاصة في المجتمعات المتقدمة والغنية، والهاتف ليس أداة لتواصل بين الأفراد والجماعات فقط، ولكنه أداة يكون دورها في الإنتاجية والتسوق، وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات وتنتشر الاتصالات الهاتفية التقليدية في كل بلاد العالم حاليا، وتتبع مؤسسات الاتصالات القطاع العام ( الحكومي ) في معظم الدول النامية، وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزياه و إمكاناته عدة مرات و أصبح هناك شبكات هاتفية في بعض الدول المتقدمة.

من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية، الهاتف الصوري أو الهاتف الفيديو الذي يستطيع نق الصورة مع الصوت بسرعة هائلة، والجهاز مزود بذاكرة تؤهل تخزين الصور واسترجاعها عند الحاجة إليها ومشاهدتها على الشاشة أو طباعتها على الورق، وينتشر حاليا التلفون النقال بشكل واسع ويستخدم الهاتف كوسيلة اتصالية بالهواتف الأخرى المنتشرة جغرافيا بطريقتين أساسيتين.

**\*- طريقة الاتصال المباشر:** من المتحدث على الهاتف (A) إلى متحدث أخر على الهاتف (B)، سواء كان الهاتفان في نفس المدينة أو متباعدان.

**\*- طريقة الاتصال غير المباشر:** وذلك عن طريق ربط الخط الهاتفي مع وسيلة أخرى من وسائل الاتصال ونقل المعلومات مثل: التلكس والحواسيب وغيرها.

فيما يخص الهاتف النقال سميت النقالة بالخلوية نظرا لاعتمادها على تقسيم مناطق التغطية إلى مجموعة من الخلايا تخصص كل منها ( أو قطاع أو خلية ) لموجة ذات تردد معين، وهذا المبدأ في تقسيم مناطق التغطية إلى قطاعات يستخدم في محطات البث الإذاعي، إذ تقوم كل محطة إذاعية بالبث على أكثر من موجة إلى مناطق مختلفة كما تضمن وضوح بثها، ومن أجل عدم اختلاط بثها مع بث إذاعي أخر من محطة أخرى تستخدم النطاق الموجي ذاته، فيما يخص جهاز الهاتف النقال فهو عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية، تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد، وبسرعة فائقة، ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية واستقلالية العملية، فقد يوصف بالخلوي أو النقال أو الجوال أو المحمول، ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي " الثابت".

من الخدمات الأساسية للهاتف النقال، المهاتفة فالنقال يسمح لمستعمليه بإجراء مكالمات أينما كانوا شريطة أن تكون الشبكة تغطي المنطقة التي يتواجدون فيها، ففي البداية كان يستحيل مشترك ياباني مثلا : أن يجري مكالمات في هاتفه إذا كان في الو م أ، وهذا لاختلاف الشبكات والمستغلين، فشبكة كل مستغل كانت موجهة لمشتركيه فقط ، لكن فيما بعد مع تعميم الهاتف النقال وتضخم هذا المشكل فإن المستغلين بإمضاء اتفاقيات فيما بيهم تسمى رومينغ (Roming)، لمستعملي جيزي مثلا يستعملون شبكة SFR عند سفرهم إلى فرنسا.

**2- الحاسبات الإلكترونية والأنترنت واستخداماتهما:**

إن كلمة Computer مشتقة من Compute بمعنى يحسب، ويعرف الحاسوب بانه ألة حسابية إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة لا متناهية يمكنها معالجة البيانات وتخزينها واسترجاعها وفقا لمجموعة من التعليمات والأوامر للوصول للنتائج المطلوبة.

الحاسوب هو الآلات الإلكترونية التي تقوم بمجموعة مترابطة و متتالية من العمليات على مجموعة من البيانات الداخلية لتتناولها بالمعالجة وفقا لمجموعة من التعليمات والأوامر الصادرة إليه، المنسقة تنسيقا منطقيا حسب خطة موضوعة مسبقا لحل مسألة معينة بغرض الحصول على نتائج ومعلومات تفيد في تحقيق أغراض معينة وتسمى التعليمات والأوامر بالجمل، ومجموعة الجمل تسمى برنامج والشخص الذي يعالجها يسمى مبرمج.

**\*- خصائص الحاسبات:**

- سرعة إنجاز العمليات..

- سرعة دخول البيانات واسترجاع المعلومات.

- القدرة على تخزين المعلومات.

- دقة النتائج والتي تتوقف أيضا على دقة المعلومات المدخلة للحاسوب.

- تقليص دور العنصر البشري خاصة في المصانع التي تعمل أليا.

- سرعة إنجاز العمليات الحسابية والمنطقية المتشابكة.

- إمكانية عمل الحاسوب وبشكل متواصل دون تعب.

- تعدد البرمجيات والبرامج التي تسهل استخدام الحاسوب دون الحاجة إلى دراسة علم الحاسوب وهندسة الحاسوب.

- إمكانية اتخاذ القرارات وذلك بالبحث عن كافة الحلول لمسألة معينة و أن يقدم أفضلها وفقا للشروط الموضوعة والمتطلبات الخاصة بالمسألة.

**2- الأنترنت:**

الأنترنت كلمة مشتقة من شبكة المعلومات الدولية اختصارا للإسم الإنجليزي international network ويطلق عليها عدة تسميات منها : الشبكة ( the net ) ، أو الشبكة العالمية أو شبكة العنكبوت ( the web )، أو الطريق الإلكتروني السريع للعلوم، وقد تم التعريف لها في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التاسع للأمم المتحدة عام 1994 م أنها : " شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب تربط بين أكثر من 35 ألف شبكة من مختف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الأنترنت فيها لحوالي 33 مليون مستخدم بين المجاميع أو الزمر، وهناك اكثر من 100 دولة في العالم لديها نوع من الارتباط تجاه إمكانية الوصول إلى الشبكة " ، ويمكن لهذا التعريف أن يكون الأوسع بالنسبة لتعريف الأنترنت، فهو يشير إلى أنها عبارة عن دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشتركين فيها الحصول على المعلومات حو أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط ، أو التواص عن طريق البريد الإلكتروني، لأنها تضم الملايين من أجهزة الحاسوب تتبادل المعلومات فيما بينها، وتستخدم الحواسيب المرتبطة بالشبكة بما يعرف تقنيا بالبروتوكول ( protocol ) للنقل والسيطرة وغرض تثمين الاتصالات الشبكية.

**3- القنوات الفضائية للتلفاز:**

عندما نتحدث عن أليات الاتصال الفضائي الجديد فإننا نذكر أنها متعددة من حيث الأشكال و الأساليب والأدوات والقنوات المستخدمة، وسنتحدث في هذا الجزء عن الأقمار الصناعية والبث الفضائي والاتصال الكابلي كما يلي:

**\*- الأقمار الصناعية:**

يعرف القمر الصناعي بأنه : " عبارة عن برج استقبال وإرسال يوضع على خط الاستواء خارج الكرة الأرضية بحواي ( 22 و300 ميل )، يوضع على خط الاستواء كونها أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الأرض، بحيث يضل مغطيا بقعة الكرة الأرضية الجغرافية التي حددها، أي يظل دورانه كأنه ثابت، ويستطيع كل قمر أن يبث من هذه النقطة إلى ( 40 %) من سطح الكرة الأرضية".

تستخدم الأقمار الصناعية في بث العديد من القنوات التلفزيونية اتي أصبحت في بعض الحالات قنوات متخصصة من أجل بث برنامج يعالج شكل محدد كقنوات متخصصة في التاريخ، الجغرافيا، الرسوم المتحركة، الموسيقى، الأفلام ...إلخ.

**\*- الاتصال الكابلي:**

يعد اكابل أحد الوسائط التي تستخدم في عملية نقل الوسائط الصوتية والمرئية والنصوص إما بالأسلوب التماثلي Analogique أو بالأسلوب الرقمي Numérique.

وبسبب عدم قدرة الخط التلفوني التقليدي على نقل آلاف الرسائل والكميات الهائلة من المعلومات المكتوبة أو المصورة أو المسموعة و إلى مسافات جغرافية متباعدة، والحاجة إلى وقت طويل لتوصيلها إلى مجموعة المستفيدين، ظهرت طريقة استخدام الكابل ( cable)، الذي يظم عددا من الأسلاك النحاسية العالية التحمل، أي القادرة على نقل كميات هائلة من الرسائل والمعلومات ، أما فيما يخص استخدامات الاتصال الكابلي فهي كالآتي :

\*- يستخدم الكابل في نقل المعلومات بين الحواسيب في حالة عدم استخدام الهاتف.

\*- يستخدم في نقل المعلومات والصور والبرامج التلفزيونية وخاصة في التلفزيون الذي يسمى cable télévision ) ).

ويستخدم الكابل على مستويات مختلفة ( داخل المدينة )، أو على مستوى الدولة وهناك الكابل الدولي الذي يربط بين ادول والقارات، كما انه يتيح خدمات برامجية تتناسب وظروف الجماعات المستهدفة و إتاحة خدمات من داخل المنول ( شراء، البنوك، الخدمات الطبية، التعليم ).

**4 – العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي:**

هي صورة تصور التفاعل الاجتماعي، بين طرفين أو أكثر بحيث يكون لدى كل طرف صورة عن الأخر، واتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما على الأخر، وهذه العلاقات هي الصداقة والروابط الأسرية والقرابية، وزمالة العمل، والمعارف، أو الأصدقاء، وتعنبر العلاقات الاجتماعية اتي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما مقياس على تفاعلهم مع بعضهم ابعض بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية، من أهم ضرورات الحياة، إذ أشارت الدراسات التحليلية التي تناولت بالدراسة والبحث موضوع العلاقات الاجتماعية إلى أنها تبدأ بفعل اجتماعي يصدر عن شخص معين يعقبه رد فعل يصدر من شخص أخر ويطق على التأثير المتبادل بين الشخصين ما يسمى الفعل ورد الفعل اصطلاح التفاعل، ونظرا إلى أن التفاعل الاجتماعي وسيلة اتصال بين الأفراد والجماعات فإنه بلا شك ينتج عنه مجموعة من التوقعات الاجتماعية المرتبطة بموقف معين تؤدي إلى ظهور مجموعة من التوقعات الاجتماعية الثانية، الأمر الذي أدى بالباحثين في هذا الصدد إلى تصيف تلك العلاقات إلى عدة أقسام متمايزة في شكلها فقد تكون العلاقات الاجتماعية مؤقتة أو طوية الأجل، وقد تكون ممتدة ومتشعبة أو على النقيض محدودة النطاق ...إلخ.

وتنطوي هذه الأشكال بدرجة متفاوتة على وحدات للتحليل السوسيولوجي كما ان كلا منها على حدى ينطوي على قدر متفاوت نسبيا نت الاتصال الهادف، بل وإمكانية المعرفة المسبقة بسلوك الشخص الأخر في إطار ذات العلاقة.

**1 - يعريف الإشهار publicity :** " نوع من أنواع الإعلان، والذي يعتمد على تأثير الوسائل الإعلامية بهدف الترويج لمبيعات معينة، سواء كانت بيع سلع أو تقديم خدمات "

كما يعرف الإشهار بأنه : " توفير معلومات حو شيء ما عن طريق استخدام الدعاية في الإعلان عنه، وقد يكون هذا الشيء منتجا، أو فكرة تجارية، أو شخصا، أو شركة ".

ومن التعريفات الأخرى للإشهار أنه : " الوسيلة التي تهدف إلى التواص مع الجمهور عن طريق تزويدهم بمجموعة من الأفكار حول موضوع معين ، بما يساهم في بماء المعرفة عندهم ".

كما يعرف الإشهار بأنه: " الشهرة التي تنتج من خلال استخدام طرق الإعلام، سواء المرئية، أو المسموعة، أو المكتوبة، والتي تساهم في جذب اهتمام الجمهور".

**2 – أهمية الإشهار:**

للإشهار أهمية كبيرة ومؤثرة في العديد من المجالات، ونلخص هذه الأهمية وفقا للنقاط التالية:

- يساعد على بناء المصداقية في بيئة العمل، خصوصا عند احترام الشركات للزبائن في بيئة العمل، وتقديمها لمجموعة من المعلومات الصحيحة حول طبيعة المنتج الذي تم الإعلان عنه.

- يساهم في استخدام استراتيجية ذات كفاءة و فاعلية توضح التكاليف المترتبة عن المنتجات التي قد يتضمنها الإشهار، وخصوصا مع الإعلانات التجارية الخاصة في الشركات الإنتاجية والخدمية.

- العمل على إنشاء إعلانات قادرة على استقطاب العديد من العملاء، إذ أنه كلما كان أسلوب الإشهار مميزا ساهم ذك في تحقيقه لتأثير المطلوب على فئة العملاء المستهدفة في المجتمع.

- دعم توصيل الفكرة من الإشهار عن طريق استخدام أسلوب الإعلانات المتكررة، التي تعتمد على سياسة إعلانية مناسبة، مثل الإعلانات ضمن النشرات الإخبارية، أو المسلسلات التلفزيونية والربط بين الإعلانات ومحركات البحث، والمواقع الإلكترونية في شبكة الأنترنت، والتي تساعد في تعزيز دور الإشهار في توصيل الفكرة الإعلانية إلى الأفراد، وتحديدا الذين يتصفحون الأنترنت بشكل دائم.

**3 – فوائد الإشهار:**

يقدم الإشهار فوائد للأفراد بصفتهم الشخصية، أو المؤسسات والشركات بصفتهم المهنية، والأتي مجموعة من فوائد الإشهار:

- يساهم الإشهار في تقديم كافة المميزات والخصائص الخاصة في موضوعه الرئيسي، مما يعزز قبول الإشهار بشك أفضل ضمن المجتمع.

- يوفر الإشهار طرقا إعلانية قليلة التكاليف، إذ من الممكن الحصول على وسائل إعلان لا تتطب دفع تكلفة مالية كبيرة للنجاح في تحقيق الهدف.

- يؤثر الإشهار على القرارات الإدارية، وتحديدا تلك التي تعتمد على اقتراح أفكار جديدة ولكنها تحتاج إلى اختيار وسيلة الإشهار المناسبة لها من أجل القدرة على توصيلها بشكل صحيح ومفهوم.

- يساعد الإشهار في تطوير استراتيجيات العمل، وخصوصا التي تعتمد على التعاون المهني بين المؤسسات والشركات التي تعمل في نطاق عمل معين، إذ من الممكن أن تقدم الشركة منتجا ما وأن تقوم شركة أخرى بإشهاره، ومن الأمثلة على ذك المنتجات البرمجية والحاسوبية.

- يدعم الإشهار ثقة العملاء في التعامل مع المنتجات والخدمات الخاصة في الشركة، وخصوصا مع محافظته على تقديم المعلومات الحقيقية دون أية إضافات إعلانية قد تكون بعيدة عن الواقع، ووسائل الإشهار إذ توجد مجموعة من الوسائل التي يعتمد عيها الإشهار من أجل تحقيقه.

**4 – أهداف الإشهار:** ومن أهمها:

**4 – 1 – التسويق:**

من الوسائل الأساسية الخاصة في الإشهار، والتي يتم فهمها من قبل الأفراد بأنها: " الإعلان فقط عن منتج جديد، ولكنها قد تعتبر من أهم عمليات الإشهار، إذ يعد العمل على تنفيذ الأفكار الخاصة بالسلعة أو الخدمة التي سيتم إشهارها، ومن ثم العمل على إنتاجها وتصنيفها وفقا للطرق المناسبة لها، عندما يصبح من الضروري التسويق لها من خلال الأنشطة والأدوات التسويقية المتنوعة .

**4 – 2 – النشر:**

هو كافة الوسائل التي يستخدمها التسويق من أجل نقل الوسائل الإعلانية إلى الأفراد، ويعتمد النشر على المنشورات المطبوعة ورقيا أو المنشورة إلكترونيا، من الأمثلة عليها الإعلانات في الصحف، وكتيبات الإعلانات، العلاقات العامة، وهي الوسيلة التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن الشركة أو المنتجات تنشرها الإعلانات التسويقية لها، إذ تعتمد العلاقات العامة على تشجيع المستهلكين للحصول على الخدمة، أو السلعة التي تقدمها الشركة، عن طريق التواصل معهم بشكل مباشر أو الاتصال بهم هاتفيا.

**4 – 3 – الإعلان:**

هو الوسيلة التي تسعى إلى لفت انتباه العملاء، سواء القدماء أو الجدد، حول المنتجات المطروحة سابقا أو التي يتم طرحها وتحقق الإعلانات نسبة مهمة من إيرادات الشركات، إذ يشكل نجاح مضمون الإعلان في نقل صورة مناسبة عن المنتج، وزيادة أرباح الشركة خلال الفترة الإعلانية.

**5 – نصائح حو الإشهار:**

**- اختيار منطقة التغطية الإعلانية بشكل دقيق:** أي يجب قبل البدء في الإشهار تحديد المنطقة أو المناطق التي ستشملها عملية الإعلان عن المنتج أو الخدمة ويساهم ذك في تحديد التكاليف المالية الأولية.

**- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:**

إذ إن البحث في مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الخاصة بها يساعد في معرفة الأشياء التي يحتاجها الأفراد، كما تعتبر من الوسائل التي تساعد في عملية الإشهار، فتصنف بأنها شبه مجانية، ومن الممكن إنشاء العديد من الإعلانات بالإعتماد عليها كتابة كافة التفاصيل الخاصة بموضوع الإشهار، فكما تم توفير معلومات كافية ضمن النطاق الإعلاني، ساهم ذلك في توصيل الإعلان إلى المستهلكين ومساعدتهم على فهمه، وعدم تجاهله في حال عدم تمكنه من فهم أي فكرة أو معلومة من المعلومات الخاصة به.

**- الاستعانة بالعروض التسويقية:**

التي تعتبر من أهم النصائح التي يجب التقيد بها ففي أثناء العمل على الأشهار بشيء جديد من المهم الحرص على تشجيع الناس لاكتشافه من خلال تقديم مجموعة من العروض التسويقية لهم، مما يساهم في استقطابهم بشك سريع من الأمثلة على هذه العروض شراء قطعة ملابس والحصول على الثانية مجانا، أو شراء وجبة طعام والحصول على كوب عصير مجاني

 **المحاضرة السادسة: الإذاعة والتلفزيون**

**الإذاعة:**

 **1 – تعريف الإذاعة:**

**لغة:** " تطق الإذاعة في اللغة على المكان الذي تنشر فيه الأخبار بواسطة الجهاز اللاسلكي، وأذاع، يذيع، وإذاعة الخبر، أي نشره، ويقال محطة إذاعة و إذاعة أي بمعنى مكان البث، والأصل اللغوي لإذاعة وهي إشاعة بمعنى النشر العام، وذيوع ما يقال ، والعرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجل المذياع".

**اصطلاحا:** عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل أدوار ووظائف، تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الإعلامي والترفيهي والتثقيفي، وذلك لاستقبالها في وقت واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات وأجهزة استقبال متخصصة".

**ويقصد بالإذاعة:** ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها بشكل مباشر وسريع.

**2 – نشأة الإذاعة في العالم:**

ترجع نشأة الإذاعة في العالم إلى استخدام الموجة القصيرة، لقدرتها على الوصول لمسافات بعيدة والتي تعد ثورة علمية كبيرة في مجال الاتصالات.

**2 – 1 – نشأة الإذاعة وتطورها:**

يرجع اكتشاف الموجة القصيرة إلى عدد من العلماء منهم : " ماكس وي " الذي أثبت وجود الكهرومغناطيسية، أو موجات الراديو سنة 1867 م ، و " هنري جاكسون " والإيطالي " جاليليو ماركوني "، و " توماس أديسون "، الذين لهم فضل في إنتاج أطول الموجات اللازمة للإرسال من خلال موجة قصيرة، إلا أن " هنريش هيرتز "، وهو عالم الطبيعة الألماني كان أول من قام بأبحاث الراديو، وأول من أجرى تجارب على الموجة القصيرة، حيث تحقق من أن التيار الكهربائي المتغير يحدث موجات يمكن نقلها عبر الفضاء، دون استخدام أسلاك وبسرعة الضوء، ذلك عام 1888 م، وفي الحديث حول نشأة الإذاعة في العالم يجدر بنا الذكر أن الاتصال اللاسلكي تعددت استعمالاته عسكريا خلال الحرب العالمية الأولى، وتجاريا في عملية الملاحة بين البواخر، ثم بدأت التجارب في بث برامج إذاعية في أمريكا وغيرها من الدول، حتى ظهرت أولى المحطات الإذاعية سنة 1926 م في أمريكا التي كانت تبث برامج منتظمة تدوم طوال اليوم، وتبعتها محطات أخرى في أوربا والعالم، وكانت أغلب المحطات الإذاعية تابعة لأصحاب المعامل المختصة في صنع أجهزة الاستقبال، ويرجع الفضل في نشأة الإذاعة في العالم واختراع الراديو للفيزيائي الإيطالي جاليليو ماركوني، الذي حقق لأول مرة في التاريخ الاتصالات اللاسلكية بواسطة الموجة الهيرتزية عام 1896 م على بعد 400 متر، ثم تطور إلى 2000 متر، ثم 46 كلم عام 1899 م، إلى أن حقق انتصاره الأكبر عام 1901م بإرسال موجات الراديو عبر المحيط الأطلسي بين فوندلاند و كونوول ، وتبغ المسافة بينهما 3200 كم، وبدأ ماركوني الإرسال الإذاعي من بيته عام 1921 م، حيث اتفق مع هيئة البريد البريطاني على تشغيل نظام البث الإذاعي من خلال شركة BBC ، وكان أول بث لمحطة ماركوني عبارة عن نقل حفلات موسيقية بلندن، كما أن مصادر أخرى أشارت إلى أن أول بث كان إذاعة نتائج الانتخابات الأمريكية من محطة نيويورك، وفي سنة 1923 م، كان أكثر من مليون شخص يستمعون سنويا للبرامج التي تبث عبر الهواء، بدأ يحدث التداخل فيما بينها، فقد قام الكونغرس عام 1927 م بإصدار قانون الإذاعة، حيث تم تشكي لجنة الإذاعة الفيدرالية التي كانت مهمتها تنظيم الفرص الإذاعية ، وقد جاء قانون الاتصالات الفيدرالية لتنظيم أنظمة الاتصالات التليفونية والتلغرامية والإذاعية بحسب ما تقضي الضرورة والصالح العام، وهذا القانون مازال ساري المفعول حتى اليوم بعد تعديله بطبيعة الحال بما يتفق والظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة، كان الحديث بتفصيل موجز عن نشأة الإذاعة في العالم.

**3 – خصائص الإذاعة:**

لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع والتأثير في السلوك، تختلف باختلاف هذه الوسائل، وكذلك نوع الجمهور الموجهة إلبه، وتعد الإذاعة وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والمجتمعات،، ومنها نذكر خصائص الإذاعة على النحو التالي:

1 – الإرسال الإذاعي يستطيع تخطي الحدود والموانع الطبيعية ما يضمن انتشارا أوسع للرسالة الإذاعية، لذك تعد الإذاعة أسرع وسائل النشر متفوقة بذلك على الصحافة المكتوبة والتلفزيون.

2- تتميز الإذاعة باستعمالها طرق التأثير المختلفة على العاطفة التي تتمثل في المؤثرات الموسيقية والصوتية.

3 – يتصف الراديو بخاصية ذاتية، وهي لا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى فهو جهاز شخصي والاتصال في الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط فالرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع.

4 – الرسالة الإذاعية تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل بالاتصال الذاتي ويهمل استخدامها خاصة عند الفئات الأقل تعليما.

5 – قلة التكلفة المادية مع التقدم التقني، بحيث أصبح بمقدور كل فرد شراء جهاز الاستقبال وسهوة تشغيله.

**التلفزيون:**

يعد التلفزيون النافذة التي يطل من خلالها المشاهد على العالم كله والوسيلة الأسرع في نشر المعلومة ومن أهم الوسائل للوصول إلى الأفراد و إقناعهم، إذ يعد ناقلا للكلمة و الصورة، مسموعة ومرئية، فضلا عن أنه يخاطب جميع فئات الجمهور على اختلاف مستوياتهم التعليمية، وبالرغم من أن التلفزيون يعد وسيلة ترفيهية في نظر الكثير، بينما ينظر إليه البعض الأخر على أن له إمكانيات إعلامية وتعليمية وسياسية كبيرة، حيث يمكن أن ينجز دورا خطيرا في حياة الجمهور، ويتميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى كالصحيفة والإذاعة بأنه يعطي صورة حية أو صامتة مصحوبة بتعليق صوتي يتضمن معالجة فكرة ما، وللتلفزيون فوائد ومميزات كبيرة أسهمت في تطور وزيادة وعي الجمهور لسرعة انتشاره وإقناعه لهم.

**1- نشأه التلفزيون وتطوره:**

يعد التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام في شده انتباه الجمهور والتأثير عليه وإبهاره، فهو يحمل بين طياته مزايا " السينما " من حيث الصورة واللون، ومزايا الإذاعة الصوتية " الراديو" و " المسرح" من حيث الحركة والحيوية التي يتمتع بها، وفي الحديث حول نشأة التلفزيون وتطوره يجدر بنا الذكر بأن كلمة التلفزيون TELEVISION تتكون من مقطعين، TELE واتي تعني عن بعد، و VISION التي تعني الرؤية، وتعني الكلمة مجتمعة الرؤيا عن بعد، حيث يسمح هذا النظام بإرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق الأمواج الكهرومغناطيسية، أسهمت تجارب العلماء في نشأة التل وتطوره منذ عشرينيات القرن الماضي في أمريكا.