

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة أبو القاسم سعد الله الجزائر 2

University - Algiers2

Abu Al-Qasim Saadallah



كلية: العلوم الانسانية

فرع : علوم الاعلام و الاتصال

محاضرات في : مقياس مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال

الطور : الليسانس

السنة : أولى جذع مشترك

السداسي: الاول

من اعداد الاستاذة: بوعيفي سارة

برتبة: أ. محاضر قسم أ

السنة الجامعية : 2025/2024

أولا : البطاقة التقنية

1. المعلومات الأساسية حول المقياس

- الجمهور المستهدف: طلبة سنة أولى ليسانس.
- مقياس: مدخل الى علوم الإعلام والاتصال.
- المعامل: 02
- الرصيد: 05
- المدة: 14 أسبوع لكل سداسي.
- أستاذة المادة: بوعيفي سارة .
- الايميل: sara.bouaifi@univ-alger2.dz

2. تقديم المحاضرة

يندرج مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال ضمن وحدات التعليم الأساسية في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وهو موجه أساسا إلى طلبة السنة أولى جذع مشترك، يتناول المقياس خلال السداسي الأول سلسلة من المحاضرات التي تتناول بالعرض والتقديم الأساسيات والأبجديات المفاهيمية المتعلقة بمفهوم "الاتصال والإعلام"، مع التوقف عند بعض المصطلحات التي كثيرا ما تستخدم للدلالة عليهما لكنها تختلف في المعنى معهما على سبيل المثال: الإعلان، الإشهار، الإشاعة، الدعاية، العلاقات العامة، الترويج، التسويق، التمويل... إلخ، إذ سنعمل على توضيح هاته المفاهيم واستظهار أوجه التشابه والاختلاف وكذا التداخل الموجود بينها وبين مفهوم الاتصال والإعلام.

فضلا عن ذلك سوف يتم التطرق إلى محور آخر يدور حول مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال من خلال تناول حيثيات الخلفية النظرية التي أطرت مجال هاته النوعية من البحوث وإبراز أهم المراحل والعوامل التي ساهمت في تطورها، مع التعرّيج إلى واقعها في العالم العربي والجزائر بصفة خاصة.

وفي مقام آخر سيتم التركيز خلال السداسي الثاني على طبيعة النظام الإعلامي وعلاقته بالسلطة السياسية في العالم عبر التركيز على الأطر النظرية التي أطرت وفسرت هذه العلاقة وقد توصلت الدراسات في هذا الإطار إلى جملة من النظريات أطلق عليها تسمية "النظريات الإعلامية" أشهرها أربع نظريات هي: النظرية السلطوية، والنظرية الاشتراكية (السوفييتية)، والنظرية الليبرالية (الرأسمالية، الحرية)، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وسوف يتم التطرق إلى كل من هذه النظريات على حدى مع محاولة رصد أهم الفروقات القائمة بينها، وتقصي واقع ومدى صلاحية تطبيقها في ظل الفضاء الإعلامي الجديد.

3. المحتوى

تأسيساً لما تقدم، تم تقسيم المقرر الى عشر محاضرات كبرى أساسية تفصيلية تغطي في محتواها السداسيين. تحتوي كل وحدة على مجموعة من المعلومات الأساسية التي تصف بدقة تطور عملية تطور الظاهرة الاتصالية (بدايات، تاريخ التأسيس، أهم المؤسسين...) بالإضافة إلى ذلك سوف يتعرض الطالب لمجموعة من الوحدات التعليمية (تطبيقات) مختلفة جزئية وأخرى عامة لتعزيز مجموع المكتسبات المتحصل عليها أثناء المحاضرات.

4. المتطلبات الأساسية

شروط للتحكم الجيد في هذه المادة إمام الطالب بمكتسبات قبيلة من شأن :

✓ التحكم الجيد ببعض مفاهيم الأساسية كمفهوم الإعلام، الاتصال، الوسيلة، المرسل، المتلقي... الخ وإدراك

الفروقات فيما بينها.

✓ امتلاك الطالب النزر الأدنى من الثقافة حول وسائل التواصل المختلفة.

5. أهداف المقرر الدراسي

تهدف عبر هذا المقرر إلى:

- تعرف الطالب على التطور التاريخي للظاهرة الاعلامية و الاتصالية .
- تمكن الطالب من تصنيف والتفرق بين عناصر العملية الاتصالية .
- استخلاص الطالب ابرز الوظائف المتعلقة بالعملية الاتصالية .
- تمكين الطالب من المقارنة بين مختلف العمليات الاتصالية و الاعلامية على حد سواء.

6. طرق تقييم التعلم

التقييم العام يكون عن طريق:

- أ. الاختبار النهائي: والذي سيكون حصيلة كل ما تم تقديمه أثناء الفصل، بمجموع 60 % من إجمالي العلامة الكاملة. والتي تضم:

- ✓ أسئلة مباشر لمجموعة من الدروس التي تم تناولها أثناء الفصل.
- ✓ حل بعض الوضعيات الإدماجية (الإشكاليات) من خلال التحرير المقالي لها (وسوف نتعلم سويا على كيفية إعداد المقال في الأعمال التطبيقية).
- ✓ أو الإجابة عن الأسئلة من نوع QCM .

ب. المراقبة المستمرة : والتي ستكون بشكل دوري وطيلة الفصل الدراسي بمعدل 40 % من إجمالي الرصيد،
تضم معايير متعددة منها:

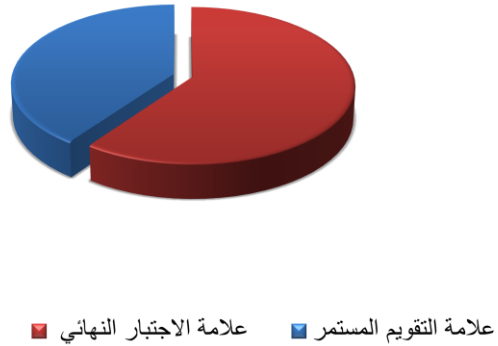
- ✓ علامة مشاريع الفردية .
- ✓ علامة بطاقات التقنية .
- ✓ علامة للمواظبة وحسن السلوك داخل القسم.
- ✓ علامة اختبار الكتابي interrogations écrites

شكل(1): توضيح طرق وآليات التقييم

علامة المراقبة المستمرة



اجمالي العلامة النهائية



جدول (01): يوضح آليات التقييم البيداغوجي.

نوع التقييم	فترة التقييم	أشكال التقييم	الهدف من التقييم
اختبار تشخيصي	بداية الاعمال الموجهة	مجموع من الأسئلة لاختبار مكتسبات القبلية للطالب	لمعرفة رصيد الطالب المعرفي من المعلومات حول المقياس لتقدير نقاط القوة و الضعف لكل منهم، و بالتالي تسمح لنا العملية بتوجيه الطلبة على نحو فعال.
فحص الدوري	أثناء الفصل الدراسي	أسئلة شفوية .	تكون في نهاية كل حصة لمجموعة من الطلبة لتقييم مدى الفهم و استيعاب المعلومات المقدمة .
		تقييم مخرجات العصف الذهني أثناء الأعمال التطبيقية.	لتعزيز سبل الاتصال وحركية الطالب ومساهمته في بناء الأعمال الموجه.
		تقييم على انضباط والتفاعل داخل القسم.	لتحفيز الطالب على الأداء الأفضل، و تعلم آداب الحوار بالصف.
أنشطة المعرفية	أثناء الفصل الدراسي	أعمال فردية (بطاقات التقنية)	البطاقات التقنية تترك الطالب في متابعة مستمرة لمجرى الحاضرات و تعزز من مشاركته أو استفساره عن معلومات ربما لم يستطع فهما أثناء إعدادة لبطاقة الدرس.
		أعمال ثنائية (إعداد أشرطة وثائقية)	إخراج المعلومات النظرية في أعمال ميدانية مصورة تعزز فهم الطالب، و كذا تشجيعه على استخدام التكنولوجيات في مساره التعليمي.
اختبار نهائي	نهاية الفصل الدراسي	اختبار الرسمي بطرح مجموعة من التمرينات أو وضعيات إدماجية يتم تفكيكها عن طريق تحرير المقال .	يسمح لنا الاختبار النهائي بتقييم حصيلة المكتسبات الفعلية التي استطاع الطالب فهمها و استيعابها طيلة الفصل الدراسي، وبالتالي تحديد نقاط القوة و الضعف أثناء الأداء المهني.

المحاضرة الاولى: التطور التاريخي للظاهرة الاتصالية

مدخل

برزت الظاهرة الاتصالية إلى الوجود مع بداية الإنسان ممارسته الاتصال، وقد تطور هذا المفهوم عبر التاريخ؛ نتيجة تطور وسائله؛ فبدأ الإنسان يمارس الاتصال عن طريق الإشارات والإيماءات والرموز، ثم مر بعد ذلك إلى أن اخترعت المطبعة التي كانت نقطة انعطاف في تحول تاريخ الاتصال من الاتصال التقليدي الشخصي إلى الاتصال الجماهيري؛ فالفضل يعود لهذه التقنية التي حولت المجتمع من مجتمع جمعي إلى مجتمع جماهيري. تجدر الإشارة أن معالجة المسألة الفكرية والفلسفية لا تتم بصفة تجريدية عن العوامل الأخرى، وفي هذا الإطار نعتقد أن أهم مدخل لطرح الإشكال الإبستمولوجي في علوم الإعلام والاتصال هو ذلك الذي ينطلق من الثورة الاتصالية التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال، ومن هنا فإننا نحاول في هذه الدراسة طرح علاقة الإبستمولوجيا واتجاهاتها بتكنولوجيا الإعلام والاتصال. والبداية تكون بمعرفة مكونات الظاهرة الإعلامية التي تتسم بالتداخل والتعقيد؛ ذلك أن المتمعن في المشهد الإعلامي على مر العصور وعبر التاريخ وعلى الصعيد الدولي يلاحظ أن الإعلام ارتبط تاريخياً بالثورة الصناعية وبحركة الرأسمالية التي ازدهرت في القرن التاسع عشر، وتطور باتجاه العالمية والاحتكار ويتحكم فيه منطق السوق، ويقوم على الملكية الفردية والربح والتنافس. كما أن هذا الإعلام مرتبط بسياق التكنولوجيا الحديثة التي دفعت الاتصال إلى مرحلة عالية من الكثافة والسرعة والانتشار؛ الأمر الذي أدى إلى تسريع نقل الرسائل وزيادة التفاعل بين المرسل والمتلقي. وهو كذلك مرتبط بالفكر الاقتصادي لوسائل الإعلام من تجارة وصناعة وتمويل لهذا الاتصال. على كل حال سنعالج في هذه الدراسة موضوع ظاهرة علوم الإعلام والاتصال؛ بحيث نتطرق فيه إلى ماهية علوم الإعلام والاتصال ونتناول فيه ماهية الإعلام: المفاهيم وأهم فلسفات الإعلام، و إبستمولوجيا الاتصال وأهم مفاهيم الاتصال..

1. المراحل التطورية لوسائل الاعلام والاتصال

يمكن تقسيم تطور الحضارة الإنسانية أو الرقمي البشري من خلال منظور اتصالي، أو من خلال القدرة على الاتصال لدى الإنسان، وذلك من خلال اكتشاف الأدوات والوسائل التي وسعت قدراته الحسية على توصيل أفكاره للآخرين، ومعرفة حدود أفعالهم أو بلغة أكثر تحديدا من خلال تطويره لتكنولوجيا الاتصال، ويمكننا القول أن تطور تكنولوجيا الاتصال يعكس بالفعل تطور الحضارة الإنسانية، فالفارق الرئيسي بين الإنسان وغيره من الكائنات الحية هو ما فضله الله عز وجل من عقل منظم وفكر منطقي أعطاه القدرة على الاتصال بالآخرين من خلال حواسه المختلفة عبر التقنيات أو الأدوات التي ابتدعها ليزيد من قدرته على الاتصال ويوسع من نطاقه، وبذلك يشارك الآخرين في المعنى من خلال توصيل معلومات إليهم والحصول على معلومات منهم (ابو زيد، 1998، صفحة 76).

لقد تتابعت ثورات الاتصال عبر مختلف مراحل الوجود الإنساني، وكل ثورة منها قدمت وسيلة يمكن من خلالها إحداث تغيير كبير في الفكر الإنساني، وفي تنظيم المجتمع وتراكم الرصيد الحضاري للبشرية، لذلك نجد أن هناك اختلافا في الرؤى حول تقسيم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة، فمارشال ماكلوهان يرى أن البشرية حتى منتصف السبعينات قد مرت بأربع مراحل: تدعى المرحلة الأولى بالمرحلة الشفهية، أما الثانية فسميت بمرحلة الكتابة، في حين أطلق على المرحلة الثالثة بمرحلة الطباعة، لنصل إلى المرحلة الرابعة المسماة بمرحلة الدوائر الالكترونية، أما دانييل بيل فقد قدم هو الآخر رؤية خاصة مفادها أن المجتمع الإنساني مر بأربع مراحل متميزة، شكلت كل واحدة منها قوة في الاتصال وذلك على النحو التالي (كنعان ، 2013 ، صفحة 52):

- المرحلة الأولى: مرحلة اللغة الملفوظة.

- المرحلة الثانية: مرحلة اللغة المكتوبة.

- المرحلة الثالثة: مرحلة الطباعة.

- المرحلة الرابعة: مرحلة الاتصالات عن بعد.

من جهته رأى أنتوني سميث أن الاتصال الإنساني قد مر بثلاث مراحل تكنولوجية، وهي:

- مرحلة الكتابة .

- مرحلة الطباعة.

- مرحلة الحسابات الإلكترونية.

وقد نحا نحوه المفكر ألفين توفلر في تقسيمه مراحل تطور الاتصال الإنساني إلى ثلاثة مراحل، أو ثورات كما

سمّاها هو، وهي:

- الثورة الزراعية .

- الثورة الصناعية.

- الثورة الإلكترونية أو المعلوماتية

وفي ذات السياق قدم الباحث العربي حمدي قنديل رؤية مختلفة عن سابقه، تتضمن تقسيم الاتصال

الإنساني إلى خمس ثورات أساسية، وهي:

- مرحلة ابتكار اللغة المنطوقة.

- مرحلة ظهور اللغة المكتوبة.

- مرحلة ظهور الطباعة.

- مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية.

- مرحلة الأقمار الصناعية.

انطلاقاً من الرؤى السابقة، يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى

المراحل التالية:

المرحلة الأولى: المرحلة الشفهية

ويطلق عليها المرحلة الشفهية الكلية، أو مرحلة ما قبل التعلم، حيث ظهرت اللغة لتعبر عن صياغة عبقرية عن رغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتفاهم والمعاني المشتركة، وبالتالي كانت ثورة الاتصال هي ثورة اللغة، وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية هي الكلمة المنطوقة، والحاسة الرئيسية هي السمع، ونتيجة لأن الأفراد كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من الآخرين، فقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون بشكل عام، لأن تلك هي نوعية المعلومات الوحيدة المتوفرة لديهم، فالاستماع كان يعني الإيمان والتصديق، كما اعتبرت الشائعة في أول شكل من أشكال الإعلام والاتصال، بحيث كانت الأخبار تنتقل من الفم إلى الأذن، وبنقلها كانت تضخم أو تغير أو تشوه بحيث تضع حقيقتها في أحيان كثيرة (كنعان ، 2013، صفحة 54).

المرحلة الثانية: المرحلة الكتابية أو الخطية

بدأت ثورة الاتصال الثانية عندما ظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة وإنقاذها من النسيان والضياع، حيث ظهرت الكتب المنسوخة، ومهنة الوراق ودور حفظ الكتب، وازدهر الخبر المخطوط كوسيلة إعلامية، وشكلت عملية بيعه تجارة مزدهرة، وبمعرفة الكتابة والنسخ على وسائط متعددة ومختلفة تغير أسلوب تخزين المعرفة، حينما أصبحت المعلومات تحتزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلت العين محل الأذن كوسيلة أو كحاسة رئيسية يكتسب من خلالها الإنسان معلوماته، وسهل الكلام البشري المنطوق الذي تجسد في شكل محفوظ أو مكتوب الطريق لإقامة تنظيمات إدارية وأشكال مختلفة في العلاقات (كنعان ، 2013، الصفحات 54-55).

المرحلة الثالثة: مرحلة الطباعة

بدأت ثورة الاتصال الثالثة بظهور المطبعة في منتصف القرن 15، وبها عرف الإنسان الطباعة أو تجسيد المحفوظات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا وبكميات وبشكل مقروء أجود نسبيا من المخطوط، وكان اختراع آلة الطباعة بداية للنشر الجماهيري للكتب والجرائد والمجلات، مما حقق ديمقراطية الإعلام والثقافة ونقلها من احتكار العلماء والحكماء إلى الجماهير العادية، كما ساعد انتشار المطبوع أيضا على نشر الفردية والاعتماد على الذات وساهم في عزلة البشر وأخرجهم من الإطار الجمعي، فأصبحوا يدرسون وحدهم ويقرؤون وحدهم ويعبرون وحدهم عن وجهات نظرهم الشخصية، وهنا يرى "مارشال ماكلوهان" أن جميع الأشكال الميكانيكية قد برزت من فكرة الحروف المتحركة، حيث كانت الحروف نموذجًا لكل آلة، وهذه الثورة التي حدثت بفضل المطبوع قد فصلت القلب عن العقل والعلم عن العيون مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري (ابو زيد، 1998، صفحة 75).

المرحلة الرابعة: الاكتشافات والاختراعات الاتصال السلكي و اللاسلكي

بدأت هذه المرحلة في منتصف القرن 19 واستمرت حتى أوائل السبعينيات من القرن 20، وقد بدأت بتجارب واكتشافات واختراعات في الاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بانتشار أجهزة الاتصالات الجماهيرية التي شكلت لب الثورة الاتصالية الآن، ويطلق عليها مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية، أو الثورة الاتصالية أو الانفجار الاتصالي أو مرحلة الدوائر الإلكترونية.

فرغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرصة لتخطي حاجز المكان والمساحة، لكن في المقابل ظلت اللغة المنطوقة عاجزة عن تخطي هذا الحاجز حتى جاءت "ثورة الاتصال الرابعة في القرن 19، حيث ظهر التلغراف ثم الهاتف ثم الراديو، فتحطمت بذلك حواجز الجغرافيا، ثم ما لبثت حواجز الزمن تتحطم هي الأخرى، عندما ظهرت

آلة التصوير الفوتوغرافي لتسجيل وتحفظ وتحطم اللحظة المرئية المنقضية، وسرعان ما تطورت السينما لتحرر تلك الصور الثابتة من جمودها وتمنحها الحركة، ثم ظهر التلفزيون ليزيل حاجز الزمن كما ينقل اللحظة الحالية بكل مجرياتها ووقائعها... لقد كانت ثورة الاتصال الرابعة في ثورة الكهرباء والكهرومغناطيسية واللا مكان واللازمان (بن سولة ، 2018).

المرحلة الخامسة: مرحلة تكنولوجيا الاتصال

إذ بحلول النصف الثاني من القرن 20 بدأت المرحلة الخامسة، إذ شهدت هذه المرحلة ظهور للحاسب الآلي كذاكرة آلية لحفظ و تحليل كميات مهولة من المعلومات وتمثلت المرحلة الثانية في إطلاق الأقمار الصناعية، ولقد أدى الاندماج ما بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الأقمار الصناعية، ولقد أدى الاندماج ما بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الأقمار الصناعية إلى ظهور ما يسمى بظاهرة "انفجار المعلومات" والتي تتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات وتخزينها واسترجاعها باستخدام الحاسب الآلي في أقل حيز متاح وبأسرع وقت يمكن وسريان تلك المعلومات وتدفعها عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية باستخدام الأقمار الصناعية مما أدى إلى النمو الهائل المتضاعف في حجم الإنتاج الفكري وتشتته وتنوع مصادره وتعدد أشكاله واتساع مجاله ليشمل كافة النشاط الإنساني، الأمر الذي أدى إلى أن تتحول أنشطة إنتاج المعلومات على صناعة متكاملة بالتالي كانت ثورة الاتصال الخامسة هي ثورة المعلومات، ويمكن القول أن هذه المرحلة قد أحدثت ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة، كما يحدث فور وقوعه بفضل التزاوج الذي حصل ما بين تكنولوجيا الاتصال والسمعي البصري، وقد أسفر هذا التزاوج بين مل من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التسعينيات عن ظهور ما يعرف حاليا باتصال متعدد الوسائط Multi-Media الذي يركز على تطور الحاسبات، وتستند الثورة التكنولوجية الاتصالية الراهنة على ركائز رئيسية عديدة تشمل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تضم التلغراف والهاتف والفاكس والطباعة عن بعد والراديو والتلفزيون وأجهزة الاستشعار عن بعد

والميكرووييف والأقمار الاصطناعية والحاسبات الإلكترونية والألياف البصرية وأشعة الليزر، وقد أسفر هذا التداخل عن ظهور ما يسمى "بالطريق سريع المعلومات" إذ شهد النصف الثاني من القرن العشرين تقدماً في مجال التكنولوجيا يعادل كل ما تحقق في القرون السابقة، ولعل من أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتين تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية (بعزيز ، 2020).

وقد شهدت السنوات الأخيرة عدة ابتكارات طورت صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية من أبرزها:

✓ ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخدامه، إذ يتيح التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات غير محدودة سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها قواعد وبنود المعلومات من خلال الربط بخط تليفوني معها، وهو ما نسميه بخدمة الخط المباشر online ويمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي عند الحاجة إليها فوراً مما يوفر الوقت والجهد، كما استخدم الحاسب وسيلة ترفيهية، ويمكن ربطه بأجهزة الراديو أو التلفزيون (بعزيز ، 2020).

✓ أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الآلي إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الآلي لكي يستعمله المستفيد في منزله أو مكتبه، حيث يقرب مستخدمو النصوص الإلكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الوقت الذي يناسبهم، وقد تطورت نظم الاتصال المباشر بقواعد البيانات كصناعة تدر بلايين الدولارات سنوياً، وتوجد هذه الصناعات في أماكن عديدة من العالم، حيث يوجد حالياً أكثر من 2800 قاعدة بيانات عامة حول العالم فضلاً عن عدد لا حصر له من قواعد البيانات الخاص (بعزيز ، 2020).

✓ ظهور التكنولوجيا الحديثة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل: خدمات التلفزيون التفاعلي عن طريق الكابل الذي يتيح الاتصال باتجاهين، ويقدم خدمات عديدة مثل التعامل مع البنوك وشراء السلع وتلقي الخدمات وبخاصة الخدمات الأمنية والرعاية الطبية، و يتيح التلفزيون الكابلي نحو مائة قناة تلفزيونية، كذلك يقدم التلفزيون منخفض القوة خدمات الجريدة الإلكترونية الخاصة بالمنطقة المحلية أو الحي السكني، ويتيح للجماعات الصغيرة أن تناقش الموضوعات المشتركة على مستوى الحي أو المنطقة الصغيرة مثل: قضايا المدارس والصحة والسلع والخدمات، كذلك حققت خدمات "الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية" قدرا هائلا من المعلومات والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة، وحدثت تطورات كبيرة في جودة الصورة التلفزيونية من خلال ما يعرف ما يعرف بالتلفزيون عالي الدقة **HD TV** وهو يزيد عدد الخطوط الأفقية للصورة التلفزيونية من 525 خطا في النظام الأمريكي و 625 خطا في النظام الأوربي إلى 1125 خطا في النظام الياباني الجديد، كما أتاحت التكنولوجيا اتساع نسبة الطول إلى العرض في شاشة التلفزيون من 3.4 في النظام التقليدي 3.5، وكذلك تكبير حجم الشاشة إلى نحو خمسة أضعاف حجمها التقليدي (امقران ، 2020/2019، صفحة 103).

✓ ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل: الفيديو تكس، التلكتكست والبريد الإلكتروني، والأقراص المدججة الصغيرة التي يمكن أن تخزن محتويات مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير، وكذلك المصغرات الفيلمية، وتطوير وصلات الميكروويف ونظام الليزر الذي ينبض 22 مليون نبضة في الثانية عن طريق الألياف الضوئية، مما يسمح لنا أن نرسل عشرة قوائم كاملة من الموسوعة البريطانية كلمة بكلمة عبر خط زجاجي رقيق في الثانية الواحدة، وتطور إشارات نقل الألياف الضوئية بسرعة كبيرة وسيكون تصنيع هذه الألياف أقل تكلفة في المستقبل عند مقارنتها بخطوط النحاس التقليدية، ويحمل الخيط الضوئي الواحد حوالي 672 محادثة تلفزيونية، كما يضم الكابل الواحد اثني عشر خيطا من هذه الخيوط الضوئية، ويتوقع أحد الخبراء أن يقلل استخدام الألياف الضوئية من نسبة الخطأ الضئيل في أجهزة الحسابات الإلكترونية، كما يؤدي استخدام الألياف الضوئية إلى زيادة معدل سرعة أداء الحسابات الإلكترونية بواقع عشرة أضعاف الوضع الحالي، ومن المتوقع أن تزيد الألياف الضوئية من قدرة نقل

المعلومات من موقع لآخر بسرعة أكبر كثيرا بحلول عام 2005 بحيث يمكن نقل 30 جزءا من الموسوعة البريطانية في 1/10 من الثانية.

✓ هناك أيضا اختراعات جديدة يبدو أنها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الانقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفونوغراف على الراديو في النص الأول من القرن العشرين، ومن أمثلة ذلك التوسع في إنتاج الفيديو كاسيت المنزلي، وأشرطة وأقراص الفيديو، مما يزيد من تحكم المشاهد في المحتوى الذي يراه، كذلك تطورت ألعاب الفيديو بشكل كبير بعد ربطها بالحاسب الإلكتروني ومن المتوقع أيضا التوسع في إنتاج الكتب المصغرة التي يتم تسجيلها على رقائق صغيرة، ويمكن أن تتاح بأسعار منخفضة للغاية، كما يمكن عرض هذه الكتب المصغرة على شاشة التلفزيون مما يتيح طفرة في معدل قراءة الكتب وتداولها (امقران ، 2020/2019، صفحة 107).

المرحلة السادسة: ثورة المعلومات أو المعلوماتية

أصبحت سمة تختص بها المجتمعات المتقدمة، وجاءت هذه السمة نتيجة الاستثمارات الكبيرة في مجال البحوث العلمية واستخدام الحواسيب وتكنولوجيا الاتصال، وقد فرضت ثورة المعلومات نفسها كأحد خيارات التنمية الشاملة. وبفضل هذه الثورة تطورت التقنيات الناقلة للمعلومات، ويمكن تقسيم تقنيات الاتصال إلى نوعي (عبد الباسط ، 2004، صفحة 86):

- وسائل لا تحتاج إلى شبكات اتصال هاتفية تقدم خدماتها من خلال وسائط مثل: الأقراص المكتنزة والأسطوانات المدججة.
- وسائل الاتصال البعدي: وتقوم بنقل المعلومات (النص، الصورة والصوت) من خلال شبكات الاتصال الهاتفية وأقمار الاتصال، ومن هذه الوسائل:

- جهاز المينيتيل **Minitel** ، الاجتماع بواسطة الهاتف.

- الاجتماع الحوارى البعدى بالصورة والصوت.

- خدمة اتصال، وهى تقنية اتصال بإمكانها نقل وبث الأحداث فور وقوعها من خلال محطات صغيرة متنقلة للبت التلفزيونى المباشر.

الطريق السريع للمعلومات ممثلة فى الانترنت، وتضاعفت أهمية هذه الأجهزة واستخدامها لسرعتها فى التعامل مع المعلومات ودقتها المتناهية فى المعالجة والاسترجاع فضلا عن إمكانية التخزين الواسع التى تمتلكها.

المحاضرة الثانية : عناصر العملية الاتصالية

مدخل

الاتصال عملية متداخلة العناصر حيث أنها تمتلئ بالرموز الكلامية والغير كلامية التي يتبادلها المرسل والمستقبل في ظل الخبرات الشخصية والخلفيات والتصورات والثقافة السائدة لكل منها، ولا يمكن أن تتطابق عمليات الاتصال تطابقا تاما لأن كل حالة اتصال فريدة ومستقلة بذاتها وظروفها وسياقها.

العملية أو المكون هما أي ظاهرة تتغير بشكل مستمر خلال فترة من الزمن وحينها نصف أمرا ما على ضوء المكون أو العملية فنحن نعني بذلك بأنها ليست سلسلة من العمليات والأحداث المستمرة والمتحركة دائما باتجاه هدف ما. فالاتصال ليس كيانا جامدا أو ثابتا وإنما هو عملية ديناميكية يجري استخدامها لنقل معان وقيم اجتماعية وخبرات مشتركة.

تنوعت الأشكال المختلفة التي تأخذها عناصر الاتصال في مختلف المجتمعات البشرية وانتشر استعمالها عبر مختلف مراحل الحضارة الإنسانية بصفة تراكمية، إذ أن الأشكال الجديدة عند انتشارها فإنها لا تلغي الأشكال التقليدية.

فالمجتمعات العصرية التي تمارس الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية وتخزن وتسترجع المعلومات عن طريق الحاسب الآلي أو الكمبيوتر لا تستغني في نفس الوقت عن ممارسة أقدم أشكال الاتصال التي عرفها المجتمع البشري مثل المناقشة والرقص والموسيقى والكتابة ومهام الاتصال التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة من حيث المبدأ في المجتمعات الحديثة والفارق الوحيد أنها أصبحت متعددة ومتشعبة وأكثر دقة بفضل وسائل الاتصال الحديثة المتطورة التي لم تكن معروفة من قبل. وفيما يلي عناصر أو مكونات العملية الاتصالية:

1. عناصر العملية الاتصالية

1.1. المرسل او القائم بالاتصال

الذي يجيب على جزئية من خلال السؤال الذي آثاره " لاسوبل " والمرسل هنا هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها لا عملية الاتصال، وهو المسؤول عن إرسال الرسالة، وقد يكون فرد يتحدث أو يكتب أو يصدر أمرا معيناً، وقد يكون جماعة أو مؤسسة اجتماعية تقوم بذات الشيء ومن خلال المرسل يتم صياغة الهدف الذي تتضمنه الرسالة الاتصالية فهو الذي يحدد الهدف والوسائل كما يقوم بانتقاء المادة الاشارية الرمزية اللازمة لها ، وصياغتها وتقديمها من خلال تحديده ما يريد توصيله من معلومات وبيانات تمر صياغتها في إطار هدف محدد وواضح موقف اتصالي تحمله أبعاد ثقافية وتنظيمية معينة (C Merriell, 1993, p. 122).

إن المرسل أو القائم بالاتصال هو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الأفكار أو المعلومات أو الآراء من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وهو كذلك مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال، ويقصد به الشخص أو مجموعة الأشخاص او هيئة أو جهاز الذي يود التأثير في الآخرين بشكل معين ليشاركوه في أفكار واتجاهات معينة. وهنا يتطلب من المرسل أن يحدد الفكرة التي يرغب في توصيلها ثم القيام بدراستها وجمع معلومات عنها، وتنظيمها وتحديد الوسيلة التي يستعملها لنقلها ثم القيام بشرحها وتوضيحها ويعتبر طرفاً من أطراف العملية الاتصالية وتكمن مهمة القائم بالاتصال في توصيل الرسالة الاتصالية إلى المستقبل.

2.1. الرسالة

يقصد بالرسالة الجانب الملموس في العملية التخاطبية حيث تتجسد عندها أفكار المرسل في صور سمعية لما يكون التخاطب شفهيًا وتبدو علامات خطية عندما تكون الرسالة مكتوبة. فهي الفكرة أو المعلومة محمولة في شفرة من خلالها يتصل مرسل بمستقبل... فالرسالة ليست فقط الفكرة وليست فقط الشفرة وإنما المحتوى مغلف بالمحتوى والرسالة يمكنها أن تحمل ثلاثة عناصر وهي (C Merriell, 1993, p. 123):

- المحتوى بما تحمله الكلمة من معنى.

- شعور المستقبل مقابل المرسل وكذلك العكس.

- شعور المرسل والمستقبل اتجاه الموضوع المناقش، وعليه يمكننا القول أن الرسالة تعتبر دعامة مادية وسيكولوجية للنقل.

وبشكل أدق الرسالة "message" هي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدر بها، فالمصطلحات العلمية والمعدات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلا تكون مفهومة بين أساتذة الكيمياء وطلابه، إما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو يعرفها الحاضرون، أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم.

من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتقييد حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فإنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي ولا تحيطه علما كافيا بموضوع الرسالة الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه، أما المعلومات الكثيرة، فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهاز الإدراكي على الربط بينهما.

3.1. الوسيلة

إن الوسيلة أو القناة هي التي يتم من خلالها نقل الرسالة من مرسل إلى مستقبل وهذه الرسالة تختلف في خصائصها وامكانياتها باختلاف الموقف الاتصالي وحجم المتلقين وانتشارهم وحدود المسافة بين المرسل والمستقبل

ويؤكد العديد من الباحثين انه كلما زاد عدد القنوات التي يستخدمها المرسل كلما زادت فعالية الاتصال الذي يقوم به، فعند استخدام مزيد من القنوات يزداد عدد الحواس التي يستخدمها المستقبل عند تلقيه الرسالة (هنبرغ ، 1996).

ورد في قاموس اللسانيات أن الرسالة تتطلب أي قناة فيزيائية وتواصل فيزيولوجي بين المرسل والمرسل إليه ما يسمح لهما بإقامة الاتصال والحفاظ عليه. وهذا ما نقصده بالأداة أو الوسيلة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه أو المستقبل، وأصبحت الوسيلة بالنسبة لخبراء الاتصال واحدة من العناصر الأساسية في العملية الاتصالية... تأكيداً على أنه من الصعوبة بمكان أن تحدث العملية الاتصالية الا عن طريق وسيلة ما فهي أداة بين مرسل ومستقبل كما تمثل الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال إن المستقبل أو المتلقي هو أهم حلقة في عملية الاتصال فالقارئ مثلاً هو الشخص المهم عندما نكتب والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، لذا يجب على المرسل أن يضع في اعتبار طبيعة المستقبل أو المتلقي، ويتفهمها حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة. و في المقابل يقوم المستقبل المتلقي بإستقبال الرسالة، وتفسير الرموز وإدراك المعنى في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال عملية الاتصال.

كما يقصد بالوسيلة او قناة الاتصال او الحامل للرسالة الاتصالية بأحدها: الطريقة أو القناة أو الوسيلة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة من المتصل أو المرسل إلى المستقبل تختلف هذه الوسيلة وقتاً لهدف الرسالة وطبيعة المتلقي بتلك الرسالة وتنوع الوسيلة أو قناة الاتصال التي تمر من خلال الرسالة من المرسل إلى المستقبل ومثال ذلك الحديث أو اللغة، الكتب الخطابات المطبوعات الرسوم واللوحات.

ولا بد للرسالة أن تسلك أحد هذه القنوات أو عددا منها وإلا توقفت عملية الاتصال وتشير متغيرات إلى المسارات التي يتم من خلالها نقل المتصل رسالته إلى المتلقي إلى المستقبل وتكشف بعض البحوث عن تفوق الوسائل المرئية أو المسموعة معاً على الوسائل المكتوبة، من حيث قدرتها على التأثير وتغيير الاتجاهات وتعديل السلوك.

4.1. المتلقي أو المستقبل

يعد المتلقي أهم حلقة من حلقات العملية الاتصالية، فالقارئ هو الشخص المهم حينما نكتب والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، لذا يعد المستقبل وسماته الشخصية هو أولى أولويات المرسل التي يجب أن يضعها أمامه إذا أراد أن يحقق هدفه من الرسالة التي يبثها، وقد أطلق عليه مجازا المصطلح الفيزيائي المستقبل ويقوم المرسل اليه بعملية التفكيك لكل أجزاء الرسالة سواء كانت كلمة أم جملة أم نصا، لذلك يعتبر الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها هو الهدف في عملية الاتصال (بن سولة ، 2018).

يقوم المستقبل بجل أو فك رموز الرسالة بغية التواصل إلى تفسير لمحتوياتها وفهم معناها وبالعكس ذلك عادة في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل، ولذلك يجب أن يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم به المستقبل من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال وتحقيق الهدف والمتلقي هم أهم حلقة في عملية الاتصال فالقارئ هو الشخص الوحيد المهم عندما نكتب ، والمستمع الشخص الوحيد المهم عندما نكتب والمستمع الشخص المهم عندما نتحدث ويجب أن يضمن تحقيق الهدف من الرسالة، فالطرف الآخر يتقبل الرسالة من خلال حواسه المختلفة ويختار وينظم المعلومات يحاول تفسيرها ويعطي لها معاني ودلالات.

إن هذه العملية الإدراكية وما يؤثر فيها من عناصر الشخصية والدافعية والتعلم وتحدد ما يفهمه وما يقبله الشخص المستقبل للأفكار والمعلومات المرسله إليه، وبناء على هذه العمليات يقوم مستقبل الرسالة بالتصرف والسلوك وقد أشارت نتائج عديدة الدراسات العملية في مجال الإعلام والاتصال بأنه كلما كانت عملية الاتصال أكثر فاعلية.

5.1. رجع الصدى أو التغذية العكسية

يقصد برجع الصدى أو التغذية العكسية إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدم تحقيقها، أي رد الفعل الذي يبديه المتلقي استجابة لما يكون المرسل قد أرسله من

معلومات ورسائل ويعتبر رجوع مهما في تبادل المعاني بين المرسل والمستقبل ومؤشرا للمرسل أن يقرر في ضوءه ضبط رسائله اللاحقة بصورة فعالة.

ورجع الصدى أو التغذية الراجعة مفهوم مستعار من الأجهزة الالكترونية التي تغذي بالخامة الأولية وتخطيء في معالجتها فيتم إعادة تغذيتها ذاتيا في الماكينات الحديثة للتصحيح والتصويب، فالإنسان يعتبر مصدر ومستقبل ويضيع الشفرة ويحللها وكل هذه العمليات في جهازه العصبي (بعزيز ، 2020).

ويتخذ رد الفعل اتجاهها عكسيا في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهما في تقويم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها.

6.1. التأثير

يعد التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخصين وآخر وجماعة وأخرى وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيري بطيئا وليس فوريا كما يعتقد البعض وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتا وليس دائما ومن ثمة فان التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال وتتم عملية التأثير على خطوتين الأولى وهي تغيير التفكير والخطوة الثانية هي تغيير السلوك.

2.أنواع الاتصال

بعد أن تعرفنا على مفهوم الاتصال وخصائصه و أهدافه سنحاول تصنيف أنواع الاتصال استنادا إلى بعض الدراسات التي اهتمت بتصنيف وتقسيم الاتصال وجل هذه الدراسات اتفقت على التصنيفات التالية:

1.2. الاتصال من حيث اللغة المستخدمة

الاتصال اللفظي: وهو الاتصال الذي يتم من خلاله استخدام اللغة المنطوقة أو الشفوية (الكلام) في توصيل الرسالة والمعلومات إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات التلفزيونية والندوات... أو غالبا ما

يتم ذلك وجها لوجه، ويقوم الاتصال الشفوي على أساس الصلة المباشرة بين المرسل والمستقبل، فمرسل الرسالة ومستقبلها يتواجدان في مكان واحد ومن ثمة جميع حواس الإنسان تشارك في العملية الاتصالية (دليو ، 2017 ، صفحة 43).

كما يقصد بالاتصال اللفظي كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ أو وسيلة لنقل الرسالة من المصدر الى المتلقي وقد يكون اللفظ المستخدم منطوقا فيدركه المستقبل بحاسة السمع، أو قد يكون الفاظا مكتوبة مثل الخطابات والتقارير والكتب وغيرها.

وتنقسم الوسائل اللفظية الى وسائل مكتوبة وأخرى غير مكتوبة كلا منها يقوم أساسا على اللفظ او الكلمة للدلالة على مضمونها ومن بين الوسائل اللفظية المكتوبة أو المطبوعة الصحف، الكتب، الخطابات، المقالات، التقارير، الكتيبات، الملخصات، المراجع، المذكرات.

ومن امثلة الوسائل اللفظية غير المكتوبة، المقابلات، الاجتماعات، النقاشات، الندوات، المحاضرات، الخطب، المناظرات، المؤتمرات، المحادثات التلفزيونية.

الاتصال غير اللفظي: الاتصال غير اللفظي هو شكل من أشكال الاتصال لا يعتمد على الكلمات المنطوقة أو المكتوبة مثل إشارات الأيدي وتعبيرات الوجه يمكن أن توجه رسالة وإلى شخص دون التفوه بكلمة وتلك الأشكال من الاتصال تعتمد على ما يسمى بنظائر اللغة فاصفرار الوجه وتصيب العرق وحركات الشفاه والعين وإيماءات الرأس و هز الكتفين وحركات الأيدي كلها تنقل رسائل غير لفظية، يعتبر هذا النوع من الاتصال أساس التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد، يدخل ضمن هذا النوع من الاتصال كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ويطلق عليه أحيانا اللغة الصامتة، وعلى هذا الأساس يقسمه بعض علماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاثة لغات هي (دليو ، 2017):

- لغة الإشارة: وتتضمن كل الحالات التي تحل فيها الإيماءات محل الأشكال العادية من الشفريات.
- لغة الفعل: وتتضمن الحركات التي تستخدم فقط للإشارة، فالمشي والقفز قد يمثلان لنا شكلا من أشكال التمرين الجسماني إلا أنهما قد يقولان شيئا آخر للمشاهدين الآخرين.
- لغة الأشياء: وتضم القيام عن قصد أو غير قصد بعرض الممتلكات المادية بما في ذلك الجسم البشري وهكذا قد تؤدي الملابس التي ترتديها والسيارات التي نقودها بعض مقاصدنا، إلا أنها تمد الآخرين بمعلومات مقصودة او غير مقصودة عنا وعن أذواقنا.

وقد اعطى العلماء أربعة رموز هي:

- الرموز الاعلامية .
- رموز الاداء .
- رموز اصطناعية .
- رموز الظرف .

2.2. الاتصال من حيث درجة الرسمية

وينقسم الاتصال من حيث درجة الرسمية الى نوعين هما:

- **الاتصال الرسمي:** وهو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية الشفق عليها في نظمها وتقاليدها، ففي كل منظمة يوجد ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة، والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها (ابو زيد، 1998).

-الاتصال غير الرسمي: وهو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية، أو تبادل المعلومات ووجهات النظر من خارج منافذ الاتصال الرسمية، ومثال ذلك اللقاءات غير الرسمية التي يتفاعل فيها زملاء العمل مع بعضهم البعض، وتبادل وجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم، ومن المعروف أن الاتصالات غير الرسمية في أية مؤسسة أو منظمة يدركها المستقبل بحاسة السمع، أو قد يكون ألفاظا مكتوبة مثل الخطابات والتقارير والكتب وغيرها (ابو زيد، 1998).

3.2. الاتصال من حيث اتجاهه

ينقسم الاتصال من حيث اتجاهه إلى ثلاثة أنواع وهي (شومان، 2002، الصفحات 79-80):

الاتصال الهابط: وهو الذي يكون اتجاهه من أعلى إلى أسفل مثل الاتصال الذي يتم بين الإدارة العليا وأعضاء الإدارة الوسطى أو بين الإدارات والمشرفين أو بين المشرفين والعاملين وهذا الاتصال يأخذ في الغالب شكل القرارات والسياسات التي تصدرها الهيئة الإدارية من أجل تنظيم سير العمل أو توجيه آمال المشروع.

الاتصال الصاعد: وهو الذي تبدأ فيه عملية التفاعل بين المرؤوسين تتجه إلى المستويات الإدارية العليا كأن يقدم المرؤوسين اقتراحات أو بيانات أو شكاوي لرئيسهم ولذلك فهو عكس النوع السابق.

الاتصال الأفقي: هو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية أو الاجتماعية أو السياسية وغيرها والتي تقع في المستوى نفسه، وغالبا ما يكون الاتصال شفوي وبطريقة مباشرة ودون تعقيدات إدارية ويتم عادة من خلال اللقاءات وتبادل الزيارات والاجتماعات واللجان.

4.2. الاتصال من حيث حجم المشاركين

الاتصال الذاتي: وهو الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته، في محاولة لتنظيم ادراكه عن الأشخاص والأشياء والأحداث والمواقف التي يتعرض لها، أو حول ما يتلقاه من معلومات أو أفكار أو آراء باعتبارها منبهات أو مشيرات

تتطلب منه استجابة في اتجاه ما وهذا الشكل من الاتصال يسمح للفرد أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات التي يستقبلها عن طريق حواسه.

الاتصال المواجهي: هو الاتصال الذي يتضمن المواجهة المباشرة بين القائم بالاتصال والمستقبل المؤدية الى تغيير سلوك المستقبل واتجاهاته عن طريق تبادل الأفكار والمعلومات والأخبار ويتميز هذا النوع من الاتصال بالمرونة العالية وبالتلقائية أي بعدم التقييد بقواعد واجراءات مسبقة ويضم هذا النوع من الاتصال: الاتصال الشخصي والهاتفي والذاتي لذلك ينقسم هذا الشكل الى الاشكال الفرعية الآتية:

الاتصال الشخصي: وهو الاتصال الذي يتم بين فرد وفرد اخر ويتم بين الأفراد مباشرة أو من خلال وسائل الاتصال السلوكية واللاسلكية مثل: الهاتف أو من خلال الخطابات.

الاتصال بالجماعات الصغيرة: ويتم بين فرد واخرين أو مجموعة من الافراد مثل الفصل الدراسي حلقات النقاش، الاجتماعات، الندوات، حيث تنح الفرصة للجميع للمشاركة في الموقف الاتصالي ويغلب على هذا الشكل من الاتصال الطابع الرسمي والتنظيمي أكثر من الاتصال الشخصي.

الاتصال الجمعي: وهذا النوع من الاتصال يعكس حجم المشاركين في الاتصال وبصفة خاصة جماعات المتلقين أو المستقبلين... ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه عال ولكنه في حدود التجمع القائم، كما يتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة أو الالتقاء حول الأهداف العامة (الصوالحة، 2022، صفحة 78).

الاتصال الجماهيري: يعتبر الاتصال الجماهيري مرحلة مهمة متطورة من مراحل نمو أنماط الاتصال التي يمارسها الانسان وهي ظاهرة وليدة الثورة الصناعية التي مكنت من تطوير الطباعة ووفرت وسائل سريعة لجمع ونقل وحفظ وتوزيع كميات ضخمة من المعلومات، كالهاتف، التلغراف، التلكس، البث الاذاعي والتلفزيوني، الاقمار الصناعية،

آلات التسجيل الكهربائية المختلفة. وزاومت الاكتشافات التقنية تطورات هامة على مستوى المؤسسات المتخصصة في جمع وتوزيع المعلومات في المجتمع.

5.2. الاتصال من حيث درجة التأثير

الاتصال المباشر أو الشخصي: ونقصد به هنا الاتصال الذي يتم بصفة مباشرة بين المرسل والمتلقي دون وجود وسيط يحتوي الرسالة الاتصالية ويحملها (وسيط تقني كوسائل الاتصال).

كما يقصد به العملية التي يتم بمقتضاه تبادل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين أشخاص بطريقة مباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات بسيطة أو وسائل نقل صناعية حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما البعض في مكان محدد، فعندما يرسل المرسل رسالة معينة إلى المستقبل سرعان ما يلقي استجابة عليها، وبذلك يصبح المرسل مستقبلا والمستقبل مرسلا، وهكذا يصير التفاعل من جانبين وليس من جانب واحد. (الصوالحة، 2022)

الاتصال غير المباشر: وهو الاتصال الذي يكون بطريقة غير مباشر و تكون الرسالة الاتصالية من المرسل الى المستقبل عبر قناة او وسيلة تحملها، قد يكون هذا النوع من الاتصال فرديا، كما يمكن ان يكون جماهيريا من خلال توجيه الرسالة الاتصالية الى جمهور ما عن طريق وسائل الاتصال وبالأخص الجماهيرية (بن عمروش ، 2015/2014، صفحة 130).

بالنسبة الى الاتصال الجماهيري يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري، وهذا النوع من الاتصال يتم بطريق غير مباشرة غالبا ما يكون في اتجاه واحد وتشمل وسائل الإعلام الجماهيري تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيري من مرسل إلى عدد كبير من الناس وتشمل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية أو إلكترونية مثل: الصحف، المجلات، الكتب، السينما، الراديو والتلفزيون... الخ.

المحاضرة الثالثة : معوقات العملية الاتصالية

مدخل

مما لا شك فيه أن أي خلل أو اخفاق يحصل في عملية الاتصال أو نموذج الاتصال يترك آثار سلبية على نوعية الرسالة المنقولة وبالتالي على نتائج الأداء. فنظام الاتصال ينبغي أن يكون محكم الحلقات و أي ثغرة قد تحدث فيه من شأنها اضعاف هذا النظام وجعله عقيماً في حالات عديدة والواقع أن معوقات الاتصال وعقباته تعد مشتركة بمعنى أن مسؤولية حدوثها لا تقع على طرف واحد أو جزء من نظام الاتصال دون غيره وإنما هو مسؤولية مشتركة تتحملها وتضطلع بها عدة اطراف أو حلقات وبالتالي فإن نظام الاتصال الفعال يفقد قيمته من دون وجود حلقة مؤثرة للتغذية العكسية . فالتغذية العكسية تعد بمثابة صمام الامان أو مؤشر فعالية الاتصال لأنها تعطينا صورة واقعية عن مدى فعالية الاتصال وجدواه ولأن معوقات الاتصال متنوعة ومختلفة ومتجددة في طبيعتها فإن الضرورة تقتضي تحديد المسؤولين عنها بقمة متناهية من خلال تتبع مصادرها بموضوعية عالية وعدم القاء اللوم على جهات أو حلقات من دون دراسة وتحليل منطقيين وتأسيساً على ذلك فإننا سنحاول تشخيص عقبات الاتصال من خلال استعراض عناصر وهي المرسل والمستقبل وطبيعة الوسيلة والرسالة ذاتها والتغذية العكسية مع التأكيد على أن هذه العناصر متداخلة ما يعني أن المشاكل والمعوقات قد تكون مشتركة .

1. مفهوم المعوقات الاتصالية

تعد المعوقات الاتصالية هي كل التأثيرات التي تقوم بالتشويش على عناصر الاتصال من أجل عدم قيامها بدورها في توصيل الرسالة ونقلها، أو نقلها بصورة مشوشة، أو تتسبب في تأخير وصولها مما يمنعها من تحقيق الهدف الذي وجدت من أجله (الصوالحة، 2022).

هي كل ما يحول دون حدوث اتصال ناجح وفعال بين طرفي عملية الاتصال ويتوقف هذا النجاح على سلوك المرسل والمستقبل وعلى كفاءة الوسيلة، وهي كل ما يعترض عملية الاتصال من مشاكل لأحد عناصر العملية الاتصالية وتعمل على تشويه وتحريفه العملية الاتصالية ما يمنعها من تحقيق الهدف الذي وجدت من أجله .

كما يمكن القول بأن المعوقات الاتصالية هي أي عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال وينقسم إلى نوعين:

- **العائق ميكانيكي:** وهو تشويش يحدث من خلال عيوب صوت المرسل أو تأثيرات غير مناسبة أو ضعف حاسة السمع أو البصر، أو الضوضاء.
- **العائق دلالي:** وهو يحدث حين حركة الناس فهو بعضهم البعض مثل استخدام معاني مختلفة وعبارات غير مفهومة من خلال المعنى أو النطق، والتشويش يكون عائق في عملية الاتصال.

2. المعوقات المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية

المعوقات المتعلقة بالمرسل (المصدر)

عدم الوضوح الهدف الحقيقي للاتصال، حينما لا يستطيع المرسل أن يحدد ما الذي ينبغي تحقيقه من الاتصال، أي الهدف الذي يريد التوصل إليه، كما أن المرسل يقع في أخطاء منها عدم التبصر بالعوامل الداخلية والنفسية

التي تؤثر في شكل وحجم الأفكار والمعلومات التي يريد أن يرسلها إلى المستقبل ومن هذه العوامل هناك الخبرة ، التعليم، قيم ومعتقدات المرسل وميوله واتجاهاته النفسية، سوء الإدراك والفهم للمعلومات التي يود إرسالها الأمر الذي يؤدي إلى حدوث اختلاف في المعنى ، بين الرسالة كما أرادها المرسل وكما تلقاها المستقبل (هلال، 2018).

المعوقات المتعلقة بالرسالة

أثناء صياغة الرسالة وتبريزها تتعرض إلى مؤثرات تغير أو تسيء إلى معناها ومن هذه المؤثرات:

- سوء الإدراك والفهم للمعلومات لدى المرسل أثناء صياغة الرسالة.
- عدم انتقاء المعاني السهلة والمعبرة عن الأفكار.
- عدم تناسب موضوع الرسالة مع حاجة المستقبل.

المعوقات المتعلقة بالمستقبل

يقع المستقبل في نفس الأخطاء التي يقع فيها المرسل عند استقباله للرسالة، فعدم الفهم والإدراك للرسالة يحول دون فك الترميز والاستجابة للمرسل ما يجعل عملية الاتصال تنقطع.

المعوقات الخاصة بالوسيلة

تتعدد الوسائل الناقلة للرسائل وتتعدد صفاتها، فما على المرسل إلا أن يختار الوسيلة المناسبة للهدف و التي تتناسب مع موضوع الرسالة وطبيعة المستقبل، فعدم تناسب الوسيلة مع محتوى الرسالة يتسبب في فشل الاتصال.

المعوقات المتعلقة ببيئة الاتصال

للبيئة المحيطة بنا تأثير كبير في عملية الاتصال فتجاهلها خطأ كبير يقع فيه أطراف الاتصال ما يشوش على عملية

الاتصال وفي ما يلي عناصر البيئة والأخطاء الخاصة بها (حجاب ، 2010 ، صفحة 101):

- أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الأهداف المشتركة.
- أحد الأطراف الاتصال تتعارض أهدافه مع أهداف الطرف الآخر.
- أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم وظيفة الآخر.
- أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الفوائد التي ستعود عليه من جراء الاتصال.
- أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم العواقب السيئة التي ستصيبه جراء سوء الاتصال.
- إهمال الظروف الطبيعية والإنسانية أثناء الاتصال.

كما يوجد هنالك من ذهب الى تقسيم المعوقات الاتصالية بحسب السياق العام للعملية كما يلي:

معوقات نفسية واجتماعية وهي معوقات تتعلق بأفكار وتقاليد الفرد ومعتقداته، فهي تؤثر على طريقة فهم المرسل والمستقبل للرسالة، فقد يفهم المستقبل رسالةً من المرسل بشكلٍ خاطئٍ لاعتقاده أن ما قام بفهمه هو ما يعنيه المرسل، مما يؤدي إلى سوء فهم بين الطرفين قد تنتج عنه ردة فعل غير متوقعة.

معوقات بيئية يتعلّق هذا النوع من المعوقات ببيئة الاتصال وتؤدي إلى خللٍ في عملية الاتصال الفعال، وتؤدي إلى عدم تحقيق الغاية المرجوة منه، مثل نقص عناصر التكنولوجيا في المؤسسة، كذلك حجم المؤسسة الكبير أو وجود تفرّعاتٍ لها فهذا أيضاً يؤخّر عملية الاتصال، كذلك التغييرات الإدارية المستمرة التي تحدث للنظام الإداري في المؤسسة وعدم التجانس والانسجام بين أفرادها. كذلك هناك من المؤسسات التي تعتمد

أسلوب اتصال باتجاه واحد فقط ولا يوجد اتصال مباشر بين أفرادها، فهذا يعيق نقل الرسالة ويعيق تفسيرها وفهمها من الطرفين (Marcin، 2023).

معوقات معنوية تتعلق هذه المعوقات بوقت كتابة الرسالة أو الهدف منها أو طريقة الاتصال التي تمت أثناء التعبير عنها، فمثلاً قد يكون الهدف لكتابة الرسالة غير واضح أو يختلف مفهومه بالنسبة للمرسل عنه للمستقبل، كذلك فإن عملية الاتصال تمت في وقت غير مناسب لها، أو تمت في وقت محدد لا يمكن تغييره، أيضاً طريقة جلوس الأفراد وأسلوب حديثهم أثناء نقل الرسالة وتعبيرات الوجه السلبية تشكل عائقاً أمام عملية الاتصال. معوقات تنظيمية تتعلق بالهيكل التنظيمي للمؤسسة، فهناك بعض المؤسسات تعتمد على هيكل تنظيمي ضعيف، أو ليس لديها هيكل تنظيمي محدد داخل المؤسسة، أيضاً تعدد المستويات الإدارية داخل المؤسسة يؤدي إلى صعوبة تحديد الصلاحيات وصعوبة تحديد الهدف مما يؤدي إلى صعوبة الاتصال.

معوقات لغوية تتعلق باللغة المستخدمة والإشارات وكذلك المصطلحات المتفق عليها داخل المؤسسة، وطريقة ترتيب كل منها وهل تؤدي المعنى المتفق عليه أم لا.

3. خصائص الاتصال الفعال (كيف نتغلب على المعوقات الاتصالية؟)

يواجه الأفراد العديد من معوقات الاتصال في أماكن عملهم نتيجة وجود اتصال أو تواصل معقد مع عدد كبير من الأفراد، ومن أبرز هذه المعوقات هو استخدام بعض الأفراد مصطلحات معقدة وغير مفهومة مرتبطة بمجال خبرتهم. و أيضاً من الأمثلة على معوقات الاتصال في العمل هو استخدام الأفراد لاختصارات أو إشارات غير مفهومة تُشير إلى بعض المصطلحات داخل الاجتماعات، بالإضافة لاختلاف الثقافات التي يصعب على الفرد بسببها التعبير عن مشاعره.

كما يُعدّ استخدام التكنولوجيا مثل الرسائل النصية، أو المكالمات الهاتفية من طرق الاتصالات الأقل فعالية مقارنةً بالاتصال المرئي بحيث يتصل الأفراد وجهًا لوجه، كما أنّ استخدام البريد الإلكتروني بكثرة يُعيق استجابة الفرد للكلم

الهائل من البيانات المرسله عبر الرسائل، الأمر الذي يؤدي إلى فقدان بعضها أو حذفه. ولهذا تشير الباحثة الى مجموعة من الاعتبارات من شأنها المساهمة في نجاح العملية الاتصالية وهي : (الصوالحة، 2022)

الوضوح: يجب أن يكون أسلوب نقل المعلومات سواء أكان مكتوبًا، أو لفظيًا، أسلوبًا واضحًا وسلسًا بحيث تُستخدم جمل بسيطة وقصيرة، وإذا كان الهدف نقل عدة مواضيع مختلفة يُفضل نقلها على شكل نقاط منفصلة في عدّة رسائل.

الاختصار: والإيجاز يجب نقل المعلومات بأسلوب واضح وسريع وموجز غير مطول لتجنب فقدان المتلقي تركيزه أو شعوره بالملل.

الدقة: يجب أن تكون المعلومات المنقولة دقيقة وصحيحة تمامًا، كما يجب أن تُدعم الحجج ببيانات قوية ومُناسبة. تسلسل المعلومات يجب دراسة كافة المعلومات مُسبقًا والتخطيط لكيفية نقلها، وكتابتها بطريقة مُنظمة ومتسلسلة بحيث توضع كل فكرة مباشرةً بعد الفكرة المشتقة منها.

الأدب والاحترام: يجب أن يُقدم الشخص رسالته وينقل معلوماته باحترام وبأسلوب لطيف ومؤدب، بحيث يحرص على أن لا يكون عنصريًا تجاه المرأة، أو يستخدم أسلوبًا قاسيًا أو منفرًا للمتلقين، فاستخدام الكلمات المسيئة يُنفر المتلقين حتى لو كان محتوى الرسالة مهمًا لهم.

الاستماع الجيد: يجب أن يتمتع المتلقي بصفات المستمع الجيد بحيث يكون ذكيًا، ودقيق الملاحظة فيكتشف الإشارات غير اللفظية التي يُحاول المُقدم توصيلها، وموضوعيًا في الحكم بحيث لا تؤثر عليه أحكامه وعواطفه الشخصية تجاه الموضوع أو المُقدم نفسه.

التركيز والانتباه: يُعدّ التركيز والانتباه من أهم خصائص التواصل الفعال بحيث يجب على كل من الناقل والمتلقي التركيز على المعلومات لتجنب فقدانها أو عدم الانتباه إلى الأجزاء المهمة منها.

الوعي والاستقرار العاطفي: يُعدّ النضج العاطفي أهم خصائص التواصل الفعال بحيث يجب على الناقل والمتلقي التحكم بعواطفهم والحفاظ على أنفسهم في حالة وعي واستقرار أثناء نقل المعلومات أو تلقيها وعدم السماح لأي شيء من مواقف الحياة أن تؤثر فيهم.

4. عوامل نجاح العملية الاتصالية

يمكن تحسين عملية الاتصال والتغلب على معوقاتها باتباع الطرق الآتية (How can I)

(overcome communication barriers، 2023)

- اختيار الوقت والمكان الملائمين للتواصل مع الآخرين.
- استخدام لغة وأسلوب واضح يُمكن للآخرين فهمه بسهولة.
- اختيار موضوع واحد في كل مرة يتم التواصل فيه مع الآخرين.
- احترام رغبة الشخص الآخر لعدم موافقته على التواصل.
- التأكد من الآخرين من أنّهم استطاعوا فهم هدف التواصل بوضوح.
- اختيار مكان خالٍ من الضوضاء المشتتة للتواصل فيه.

جنب إصدار الأحكام على الآخرين نتيجة حدوث أمر ما، ويجب التبيّن والتأكد منهم من خلال سؤالهم مباشرةً.

المحاضرة الرابعة : وسائل وأغراض العملية الاتصالية

مدخل

عملية الاتصال هي إنشاء المعاني ومشاركة الآخرين فيها من خلال استخدام الكلمات و الرموز. وتحدث عندما يقوم الشخص بإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر مع الآخرين، وهذا الأمر لا يشمل اللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد، وأسلوب الشخص في طريقة تعبيره للآخرين.

تحتل وسائل الاتصال اليوم موقعا مهما في حياتنا اليومية نتيجة للتطور السريع للوسائل التكنولوجية وكثرة استخدام المجتمعات للتقنيات الحديثة، إذ أن الانتشار العالمي لوسائل الاتصال يعد ظاهرة مذهلة، كما أصبح بإمكان كل شخص أن يقوم بتقديم نفسه أو مؤسسة تقوم بتسويق نفسها عن طريق وسائل الاتصال، إذ أصبح العالم بفضل هذه الوسائل قرية صغيرة يعيش فيها الملايير من البشر.

نجد أن هذه التغيرات تفرض نوعا جديدا من الأفراد، فالأمر يتطلب البحث والاهتمام بالموارد البشرية لتعظيم الاستفادة من هذه الموارد من جهة وكيفية إدارتها من جهة أخرى وخلق المناخ المناسب لها للإبداع والابتكار وتعظيم الاستفادة للموارد البشرية من التأثيرات الإيجابية لهذا التطور التكنولوجي، بمعنى كيف يمكن مساعدة الأفراد في ملاحقة التطورات التكنولوجية والاستفادة منها من خلال إعادة تكوين الأفراد في ضوء الظروف التي أوجدتها تكنولوجيا الاتصال.

1. وسائل الاتصال

تجده عدده وسائل أو أساليب للاتصال، وسوف نقتصر هنا على ثلاثة وسائل مهمة وهي (المكاوي، 2014):

- **الوسائل الشفهية** : وهي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به شفاهه عن طريق الكلمة المنطوقة لا المكتوبة مثل (المقابلات الشخصية ، والمكالمات الهاتفية ، والندوات

والاجتماعات ، المؤتمرات) ، ويعتبر هذا الأسلوب أقصر الطرق لتبادل المعلومات والأفكار وأكثرها سهولة ويسرا وصراحة.

- **الوسائل الكتابية** : وهي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به عن طريق الكلمة المكتوبة مثل (الأنظمة والمنشورات والتقارير والتعاميم والمذكرات والمقترحات والشكاوى ...الخ) ، ويعتبر هذا الأسلوب هو المعمول به في أغلب المنظمات وتتميز الوسائل الكتابية بمزايا أهمها (المكاوي، 2014):

- إمكانية الاحتفاظ بها والرجوع لها عند الحاجة

- حماية المعلومات من التحريف وقلّة التكلفة.

الوسائل غير اللفظية: وهي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به عن طريق الإشارات أو الإيماءات والسلوك (تعبيرات الوجه وحركة العينين واليدين وطريقة الجلوس ...الخ) ، ويطلق عليها أيضا لغة الجسم ، body language وقد تكون هذه التلميحات مقصودة أو غير مقصودة من مصدر الاتصال وتصل نسبة استخدامها في الاتصال ما يقرب من 90% من المعاني وبصفة خاصة في الرسائل التي تتعلق بالأحاسيس والشعور، ويختلف فهم الرسائل غير اللفظية بسبب اختلاف الثقافات داخل المجتمع.

2. أغراض الاتصال

يحقق الناس مجموعة من الأغراض ويشبعون عددا من الاحتياجات من خلال الاتصال، إلى جانب أن الاتصال بشكل فعال يوفر قدرا من المتعة والرضا عن النفس. وسواء كان الحديث مع شخص من بلد آخر أو مشاركة في مجموعة نقاش للبحث من حل مشكلة، أو كان محاولة إقناع الآخرين بعمل شيء معين من خلال خطبة مباشرة؛ فإن نجاح المرء في الاتصال يشعره بالسعادة والارتياح. ويتضح من خلال رصد أغراض الناس من الاتصال أنها تتركز حول تحقيق الذات والحاجات الشخصية وبناء العلاقات مع الآخرين. ويمكننا تقسيم المجالات الرئيسة لأهداف الناس في الاتصال إلى أربعة مجالات رئيسة:

1.2. الأغراض المتعلقة بالاستجابة للحاجات الشخصية

وتشمل مجموعة من الأغراض على النحو الآتي:

أ-البقاء والحفاظ على الحياة: مهما كان المجتمع مستقرا ينعم بالرخاء الاقتصادي فإن حاجة الأفراد إلى الاتصال تتأكد للحفاظ على أبدانهم وأرواحهم. إنهم يتصلون للحصول على الطعام والمسكن والدواء (عند الحاجة) وتجنب الأخطار المحدقة بهم. بل لقد أثبتت الدراسات الحديثة أن الاتصال مهم لصحة الإنسان وأن غيابه يؤثر سلبا على هذه الصحة. إن بناء العلاقات الشخصية من خلال الاتصال يؤدي إلى الحفاظ على صحة حياة الإنسان، كما أن غياب الاتصال يؤدي إلى الأمراض البدنية والنفسية بفعل الضغط والقلق والوحدة والعزلة الاجتماعية (هلال، 2018).

ب-الحاجة إلى الأمان والشعور بالاطمئنان: مهما كانت حاجة الإنسان مادية، فإن حاجاته الروحية توازيها إن لم يكن أكثر. كل إنسان يحتاج إلى الشعور بالأمن والاستقرار في ذاته وعلى نفسه. إننا نشعر بحاجتنا إلى تقدير الآخرين وأنا مرغوب فينا من الناس.

ج-الحاجة إلى الإقناع: إننا نتصل من أجل إقناع الآخرين حتى يفكروا ويتصرفوا بالطريقة التي نفكر بها ونتصرف. نهدف في أحيان كثيرة إلى تغيير آراء الناس ومواقفهم وحضهم على قول شيء أو فعله.

د- ممارسة القوة والسيطرة على الآخرين : ربما كان هذا الغرض شبيها بالغرض السابق (الإقناع) إلا أنه يختلف عنه في أننا نريد إخضاع الآخرين لسلطتنا بحيث لا يستطيعون فعل شيء مخالف. وعادة ما يقوم بهذا النوع من الاتصال الأشخاص الذين يتمتعون بمكانة اجتماعية أو معرفة أكثر من الآخرين أو أن لديهم أدوات اتصال ليست لدى غيرهم..

هـ - الإعانة على اتخاذ القرار : ينخرط بعض المتصلين في الاتصال مع الآخرين من أجل البحث عن القرار المناسب تجاه تبني شيء معين أو سلوك محدد نفكر في القيام به مثل ما هو التخصص المناسبة للدراسة ؟ وفي هذا الصدد نبحث عن المعلومات والآراء ومواقف الآخرين وردود أفعالهم وعواقب القرارات التي يمكن أن نتخذها.

و- الحاجة إلى التوكيد : قد نتخذ قرارا معيناً، ولكننا لا ندرى هل نستمر في تنفيذه أو نميل إلى التراجع والتوقف. وهذا يعني أن الحاجة قائمة إلى التوكيد والاستمرار أو عدم التوكيد والانقطاع. فقد تقرر الانضمام إلى قسم علوم التربية للدراسة، ولكن واجهتك تحديات وجدت أمور ومعلومات لم تكن موجودة أثناء اتخاذ القرار. ولذلك تسعى إلى الحصول على مزيد من المعلومات والآراء والاستشارات في شأن البقاء في القسم أو تغييره من خلال الاتصال.

2.2. الأغراض المتعلقة بالجوانب الاجتماعية : يشتمل هذا الجزء على مجموعة من الأغراض

على النحو التالي (هلال، 2018):

أ-التعاون مع الآخرين: هذا المجال يتيح لنا الاتصال بقصد التعاون مع الآخرين من خلال تكوين مجموعات اجتماعية ننتمي إليها. نحن أفراد في أسر وأعضاء في مجموعة من زملاء العمل أو لهوية أو الحوار أو الدراسة ... إلخ. إن الاتصال للتعاون وتلبية احتياجاتنا الاجتماعية والوظيفية هي من أكثر أهداف الاتصال حدوثاً وأهمية.

ب- الحفاظ على المؤسسات القائمة والمجتمع : إننا نتصل من أجل الحفاظ على الأسرة والحى والقبيلة والشركة أو المؤسسة التي نعمل بها أو ننتمي إليها. وبقدر ما نحافظ على ذواتنا ونفسياتنا من الداخل فإننا نسعى (من خلال الاتصال) إلى الاستفادة من الكيانات الاجتماعية التي توجد في مجتمعاتنا والمؤسسات التي نتعامل معها كالمدارس والجامعات والمستشفيات والمصارف والأسواق وغيرها مما نحتاج إليه ونحافظ على بقائه لخدمة أهدافنا المشتركة مع الآخرين.

3.2. الأغراض المتعلقة بالجوانب الاقتصادية : وفي هذا الجانب هناك هدفان محددان (ربحي، 2009):

أ-الحصول على المعلومات : نحن نتبادل المعلومات والأخبار مع الآخرين بشكل دائم وآني. إننا نبحث عن المعلومة في كل جانب من جوانب الحياة، وربما كان التصنيف الاقتصادي لهذا الغرض هو من أجل تحقيق المنافع لنا ودفع المضار عنا. فإننا نقرأ ونستمع إلى الأخبار في الصحافة والإذاعة ونشاهدها على التلفاز لأننا نريد أن نعرف ماذا يحصل من حولنا وما يحدث لغيرنا.

ب- فهم العالم من حولنا : إننا نتصل من أجل أن نتلمس موقعنا في البيئة من حولنا وفهم العالم الذي نعيش فيه وكيف سيتفاعل مع أمور أربعة مهمة: ما نحمله من معتقدات، كيف ننظر إلى أنفسنا، طبيعة علاقاتنا بالآخرين، وما نظنه حقيقة وواقعا. وهذه الأمور تحدد لنا الخريطة المادية والاجتماعية لما هو حولنا والعالم الداخلي في نفوسنا والخارجي.

4.2. الأغراض المتعلقة بجوانب التعبير من النفس :هناك غرض واحد بارز تحت هذا

التصنيف وهو أن الناس يقومون بالاتصال بقصد التعبير عن أمانيتهم ورؤيتهم للآخرين بطريقة مبدعة سواء أكان بالكلمات أو بالصور أو الأصوات أو أي صيغة أخرى. و يشمل هذا كثيرا من الأعمال الفنية والفنون التعبيرية من الشعر والقصص والرواية والخطابة والرسم والأعمال التشكيلية والتمثيلية. كما يحصل التعبير عن الذات بطريقة لبس ملابس معينة والتصرف بشكل معين يعبر عن التعلق بشيء أو رأي أو رفضه بالمقابل، ومن خلال التعبير عن النفس قد نحقق في الخيال ما نعجز عنه في الواقع، وقد نعبر عن آمالنا وأمانينا واحباطاتنا من خلال هذا المجال الاتصالي الحيوي في حياة الأفراد والمجتمعات والأمم (ربحي، 2009).

تشير سيزلاقي والاس إلى أن سكوت وامتشيل قاما بتحديد وعرض الوظائف الرئيسية التي تؤديها عمليات الاتصال ، عن طريق: توجيه الاتصال، والأغراض التي يخدمها الاتصال، والمسائل النظرية، وجوانب البحث التي ركز عليها الباحثون الذين تولوا دراسة ذلك الجانب المعين للاتصال .

المحاضرة الخامسة : نماذج العملية الاتصالية

مدخل

يهدف العلم إلى زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بنا من خلال مجاله، وهذا يتطلب معرفة الظروف المحيطة وكذلك يتطلب أدلة عملية وموضوعية لتفسير بعض الظواهر المرتبطة بهذا العلم. وفي العادة تتم عملية الفهم بواسطة نماذج رمزية ونستخدمها جميعاً في تفكيرنا لكي تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكونات الاساسية.

1. تعريف النماذج الاتصالية

"هو عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تضع حدثاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي.

تعريف آخر " هي عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام وأدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة (يوسف ، 2010).

النموذج يتح أبسط وأفضل الطرق لتفسير التفاعل البشري الذي يتسم بالتعقيد الشديد. هو عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة، التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً، أو نظاماً معيناً في شكل رمزي ، أي أن النماذج عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظواهر أو النظام، وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة ، ويتيح نموذج الإيصال للباحثين أبسط و أفضل الطرق لتفسير التفاعل البشري ، الذي يتسم بالتعقيد الشديد.

2. أنواع النماذج الاتصالية

تنقسم النماذج إلى قسمين رئيسين (يوسف ، 2010):

أ. النماذج البنائية: وهي التي تبرز الخصائص الرئيسة للحدث أو الظاهرة أي المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المنفصلة للظاهرة التي نصفها.

ب. النماذج الوظيفية: هي التي تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام, وفي نماذج تشرح طبيعة القوى المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة.

3. أهداف نماذج الاتصال

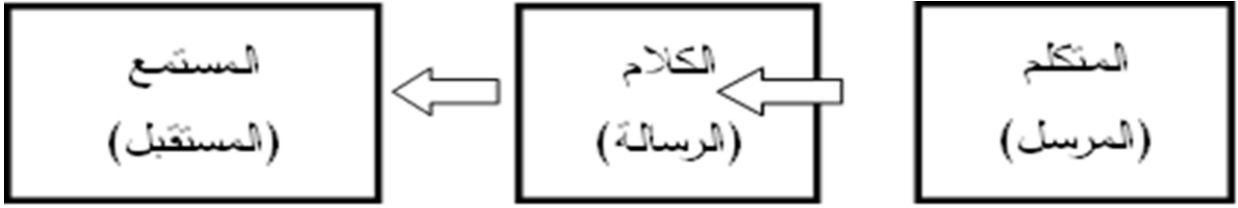
- تنظيم المعلومات النموذج يحاول إعادة بناء العلاقات التي يفترض وجود ما بين الأشياء والظواهر التي ندرسها, وذلك في شكل رمزي أو مادي.
- تطوير الأبحاث العلمية النماذج تصور أفكار الأشخاص الذين درسوا الظواهر بشكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب التي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات؟
- التنبؤ من خلال الفهم لمكونات النماذج فأنا نستفيد من النتائج التي توصلنا إليها وتقدم بناء مواقف أخرى مشابهة في عمليات أخرى لان هنالك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ.
- التحكم: وهو عبارة عن محاولة السيطرة على الظواهر واستخدامها لصالح الانسان لأن التحكم يأتي بعد الفهم والتنبؤ فيحدث التحكم.

4. النماذج الخطية التاريخية (أحادية الاتجاه)

نموذج "أرسطو":

يرى أرسطو في كتابة (فن البلاغة) ويعني بها (الاتصال) هي البحث عن جميع وسائل الاقناع المتاحة " الاتصال عملية مادية الاتجاه وليس تفاعلية". هذا النموذج، الذي ينطوي على الاعتراف بأسلوب الفيلسوف أرسطو في تعليم تلميذته، الذي يستخدم الاتصال في اتجاه واحد وقد نظم أرسطو دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتية (دليو ، 2017):

الشكل رقم 2: يمثل النموذج الخطي لأرسطو



هذا النموذج يسمى نموذج خطي لأن الخطابة كانت الوسيلة الأساسية للاتصال الذي تعرفه الآن، فقد كانت الخطابة وسيلة اتصالية في المدن اليونانية والرومانية سابقاً، وكان الاقناع النفي هو أقرب الشبه بالاتصال الذي نعرفه في هذه الايام مع اختلاف الظروف والوسائل.

نموذج هادول لازويل lesswell.

يقترح لازويل مجموعة من الاسئلة ويرى أن الإجابة عليها تكون بمثابة عملية الاتصال.

السؤال الأول: من يقول ؟ ويشير إلى المرسل

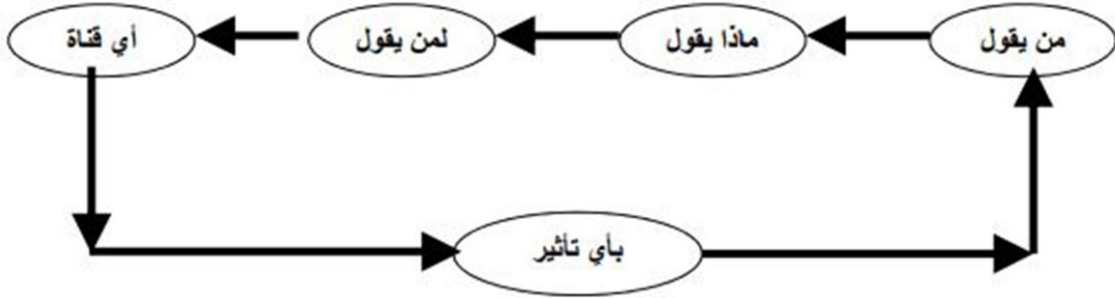
السؤال الثاني: ماذا يقول ؟ ويشير إلى الرسالة.

السؤال الثالث: بأية وسيلة ؟ ويشير إلى قناة الاتصال.

السؤال الرابع: لمن يقول ؟ ويشير إلى المستقبل

السؤال الخامس: بأي تأثير ؟ ويشير إلى التغذية الراجعة.

الشكل رقم 03: يمثل النموذج الاتصالي لهارولد لاسويل



على الرغم من أن هذا النموذج قابل للانتقاد، على نفس قاعدة الانتقادات الموجه لنموذج شانون وويفر. إلا أنه يدرس الاتصال على أنه علاقة بين السلطة والإقناع، ويتجاهل رسالة رد الفعل، والجوانب النفسية والاجتماعية على جانبي علاقة الاتصال. ويعتبر أن المستقبل ايجابيا، الشيء الذي لا يزال غير دقيق، لأنه عادة ما يكون هناك تفاعل بين المرسل والمستقبل، وهو ما ليس مدرجاً في هذا النموذج.

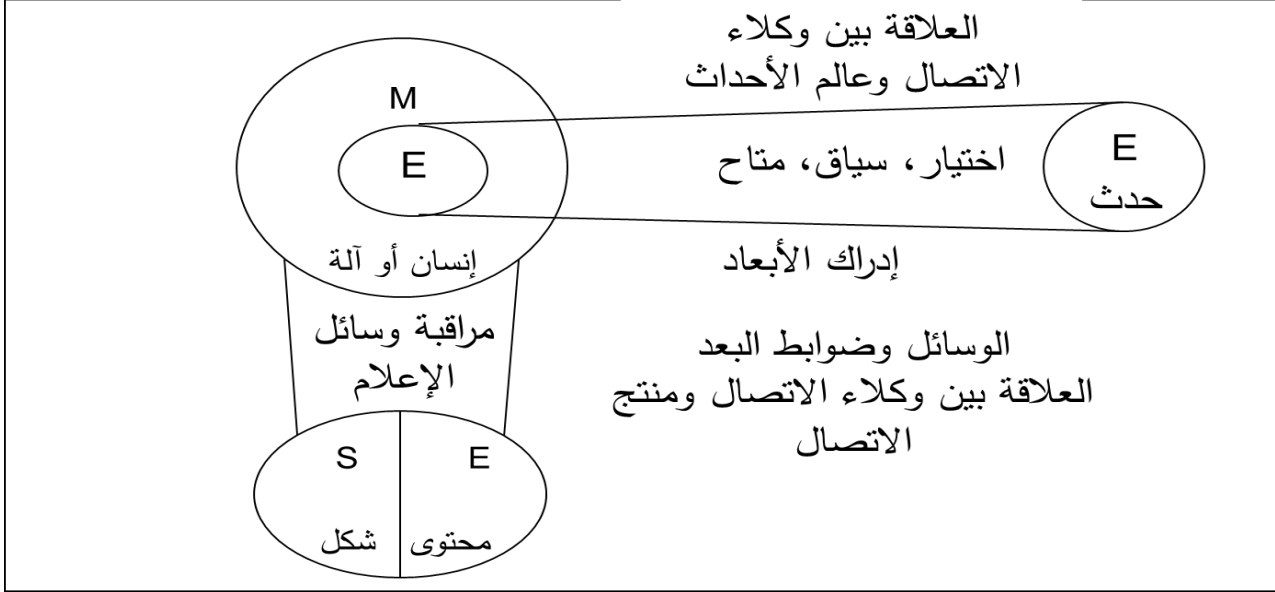
نماذج (جورج جربنر)

جورج جربنر (George Gerbner)، كان عالم اجتماع في سنوات (1950)، طمح إلى صياغة نموذج عام للاتصال، وعرضه في عام (1956) نموذجاً أكثر تعقيداً بكثير من النماذج السابقة. ويستند نموذجه على فكرتين رئيسيتين (عبد الجبار، 2009):

- ربط الرسالة إلى السياق، وسمح بالتعرف على أهمية الرسالة.
 - وصف عملية الاتصال ككل في بعدين: الإدراك والبعد الآخر من أجل السيطرة.
- في هذا النموذج، حالما أن الرسالة ترتبط بالواقع تعتبر عملية الاتصال كعملية تتكون من الإرسال وإدراك الأبعاد. هذا النموذج يتخصر العلمية الاتصالية في عشرة عناصر وهي على النحو التالي:

1. شخص
2. يدرك حدثاً
3. ويستجيب
4. في موقف ما
5. عبر وسائل
6. ليضع مواد مناسبة
7. بشكل ما
8. وسياق
9. ينقل محتوى
10. له نتائج.

الشكل رقم 04 يمثل النموذج الاتصالي جورج جرينر



هذا النموذج، الذي تم تطويره من قبل جرينر (Gerbner) في عام (1956)، يمكن اعتباره عملية اجتماعية حيوية (ديناميكية). إدراك (فهم) الشخص لحالة ما والحالة المتصورة هي نتيجة لنشاط الإدراك. وأوضح جرينر الطريقة التي تفهم بها الرسالة (طريقة فهم الرسالة) تختلف في التصور وخصائص الإدراك. ووفقاً لجرينر، التفاعل بين الشكل والمضمون يكون ديناميكياً وليس ثابتاً.

نموذج (شانون و ويفر) Shannon and weaver

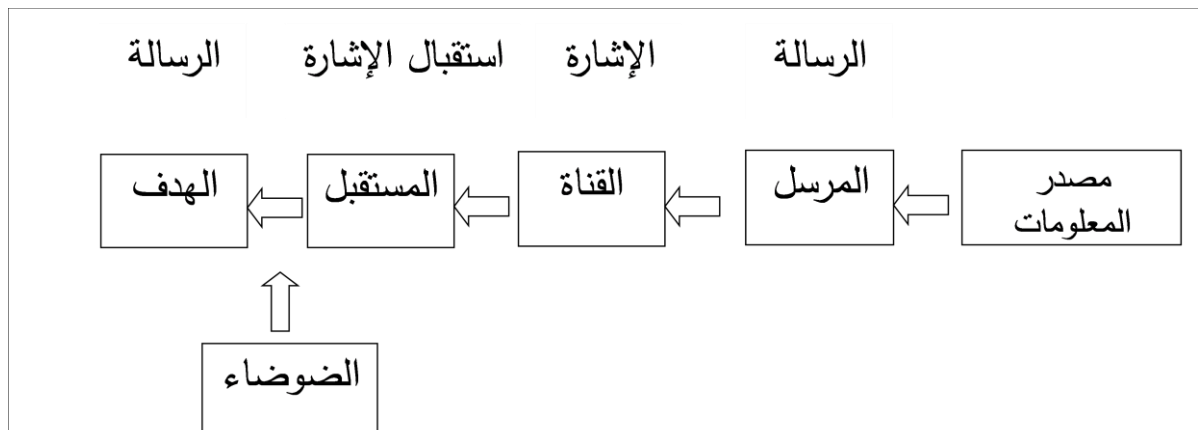
هذا النموذج تم اعتماده على نظرية المعلومات التي قدمت من قبل الباحث "كلود شانون". حيث أن هذا النموذج يقوم على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيهاً بعمل الآلات التي تنقل المعلومات. تعتبر القاعدة الأولى للاتصال الفعال هي إدراك الهدف (Destination) للرسالة المرسل من مصدر المعلومات حسب رغبة المصدر. نموذج كلود

شانون هو شكل خطي بسيط للاتصال يفتقر لردة الفعل (التغذية الراجعة) (feedback). هذا الأخير تم اختزاله في تعبير بسيط جداً هو "نقل الرسالة". يمكن وصف هذا النموذج بـ: "يرسل المرسل، من خلال الترميز، رسالة الى المستقبل الذي يقوم بفك رموزها في سياق مضطرب بالضوضاء". من المهم أن لا تتشوه الرسائل بسبب الضوضاء (noise) في المحيط من أجل فعالية الاتصال (عبد الجبار، 2009).

مكونات هذا النموذج هي:

- مصدر معلومات source
- ينقل رسالة message
- عبر جهاز ارسال Transmitter
- يحمل الاشارة encoding signal
- يحدث تشويش noise
- جهاز استقبال يتلقى اشارة decoding
- الهدف Destination

الشكل رقم 05: يمثل النموذج الاتصالي لشانون وويفر



كما هو مبين في الشكل يتكون هذا النموذج من خمسة وظائف يتم إنجازها، وهي: المصدر، جهاز الإرسال (نقل وسائل الإعلام)، الرسالة، المستقبل، الهدف/المرسل إليه، ووظيفة أخرى تمزيقيه مصدر عامل الضوضاء. في الخطوة الأولى لهذا النموذج، مصدر المعلومات يختار رسالة مناسبة ويرسلها إلى المستقبل عبر قناة الاتصال الموجودة (القائمة)، في حين أن المستقبل يفعل العكس مما قام به المصدر.

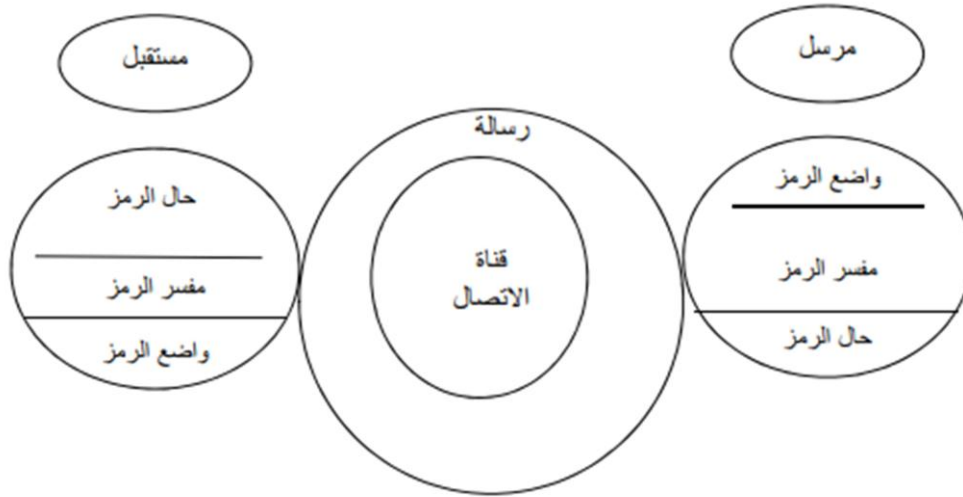
نموذج شرام

وهو أيضا من نماذج الاتصال، وهو أبسط من نموذج شانون وويوفر لكنه أقل منه تفصيلا، و يأخذ هذا النموذج أشكالاً تبدو مختلفة في مظهرها لكنها تنطوي على جوهر واحد وتتضح في ذلك في الأشكال الآتية:

الشكل رقم 06: يمثل النموذج الاتصالي لشرام



الشكل رقم 07: يمثل النموذج الاتصالي لشرام المستحدث



5. النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه)

الاتصال البشري ليس علمية واحدة بل هو مركب أو تجميع للعديد من العمليات أو القوى المعقدة والمستمرة التي تتفاعل في ظرف ديناميكي ليس له بداية أو نهاية. حين نصف شيء أنه عملية process فنحن نعني بذلك أنه ليس له بداية أو نهاية فالعملية ظاهرة تتغير بشكل مستمر بمرور الوقت. النظر إلى الاتصال كعملية يتطلب مراعاة العديد من الاعتبارات مثل الجماعات - الاتجاهات عند الافراد - الظروف الاجتماعية, وليس مثل النماذج الطيبة التي تصف الرسالة غيرها (حجاب ، 2010).

نموذج روسي

وهو النموذج يعتمد على التفاعل بين ستة عناصر أساسية هي:

المرسل sender – الرسالة message – الوسيلة channel – المستقبل receiver – رجوع الصدر
context – feedback – السياق

- جوهر النموذج أن مرسل يضع أفكاره في كود ويحتوي على منبهات تتفق مع وجهات نظر وقناعاته.
- الظرف الذي يحدث في الاتصال يعمل كمؤثر يحدد المعنى العقلي للفكرة.
- يتم نقل فكرة الرسالة من خلال القنوات والوسائل التي تحمل الرسالة إلى المتلقي.
- يقوم المتلقي بفك الكود ويختار المنبهات التي تتفق مع ثقافته وجراري ومن خلال تجاربه الماضية حيال تلك المعلومات ومن مشاعر وأحاسيسه وعواطفه وقت التلقي.
- بعد أن يقسر المتلقي الرسالة يمكنه أن يستجيب لها، و هذه الاستجابة هي رجوع الصدى أي رد الفعل الذي يتح للمرسل معرفة مدى تحقيق الرسالة لهدفها.
- يؤكد روسي على أهمية الظرف أو المناخ العام للحالة التي يحدث فيها الاتصال.
- السياق العام يتضمن مشاعر أو اتجاهات وعواطف كلا الطرفين (المرسل والمتلقي)

محاضرة السادسة: السياسة والاعلام

مدخل

نشر سيرت بيترسون وشرام كتابهم أربع نظريات للصحافة وهي كل من النظرية السلطوية، النظرية الليبرالية، النظرية السوفياتية ونظرية الصحافة المسؤولة والتي عدت نظريات معيارية تحاول أن تصف لأنها تحاول ان تصف الكيفية التي ينبغي ان او من المتوقع ان تعمل بها وسائل الاعلام في إطار السلطة السياسية التي تنشط بها. وفي هذا الإطار سوف يتم التعرض لهذه النظريات في محاولة لفهم لما يحدث في الأنظمة ووسائل الاعلام.

1. النظرية السلطوية

بدأ النقاش يكثر في الخمسينيات من القرن الماضي حول اختلاف اشكال وسائل الاعلام وأهدافها المرتبطة بالأنظمة الاجتماعية والسياسية في دول الشمال التي كانت تعيش حينها أجواء الحرب الباردة بين معسكري الاتحاد السوفياتي وامريكا في سياق ذلك أسس "سبيرت وزملائه" أربع نظريات بناء على توصيفهم لوجود أربع أنظمة سياسية تتراوح أطرافها بين الاستبداد والحرية اين تكفل "سبيرت" بتحرير أولها لاعتبارها أقدمها والمحك الذي تعرض من خلاله باقي النظريات الأخرى (دليو ، 2017، صفحة 107).

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر اين اعتمدت على نظرية افلاطون وميكيافيلي، تضع هذه النظرية الصحافة تحت خدمة الدولة او الملك وتبرر الرقابة المسبقة ومعاقبة الصحفيين إذا خرجوا عن المعايير التي تحددها السلطات السياسية ويمكن ملاحظة هذه النظرية في الأنظمة الدكتاتورية عند تطبيق حالات الطوارئ. او الاحكام العرفية، في حالة الحرب او في البلدان المحتلة ان تطبيق هذه النظرية عادة ما يستهدف حماية النظام الاجتماعي القائم ومؤسساته (دليو ، 2017، صفحة 107).

يكن وجه الدفاع عن السلطة في احتكار تصاريح وسائل الاعلام لتقوم الحكومة بفرض سيطرتها ومراقبة ما يث كما يحظر على وسائل الاعلام توجيه أدنى الانتقادات للسلطة الحاكمة، الوزراء وموظفي الدولة وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على اصدار المجلات الا انه ينبغي ان تظل وسائل الاعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. أبرز امثلتها التشخيصية اسبانيا في عهد فرانكو الجزائر اثناء الاحتلال الفرنسي وتجربة هتلر التي عبر عنها في رؤيته الاساسية للصحافة بقوله: " انه ليس من عمل الصحافة ان تنشر على الناس اختلاف الآراء بين اعضاء الحكومة لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي ذهب الى القول بان كل فرد الحق في ان يقول ما يشاء. مما يسترعي الانتباه ان الصحفيين الذين يعملون في هذه المهنة فانه يشتغلون بها بموجب امتياز تمنحه لهم الزعيم الوطني بالمقابل يتعين عليه الامتثال لهم.

يتضح مما تقدم أن المرجعية التاريخية المؤسسة عند اصحاب النظرية تكمن في اوروبا القرون الوسطى حيث كانت الحقيقة بين ايدي النخب السياسية او امراء الذين نصبوا أنفسهم كمرشدين لبقية افراد المجتمع. وبلغت هذه النظرية ذروتها في القرن 16 عشر وجزء كبير في القرن السابع عشر، عندما كان الحكام يستعملون الصحف عموديا مع أفراد الشعب وتلقينهم افكارهم. ادى هذا النموذج السلطوي الى ظهور ردود فعل معارضة من طرف بعض النخب البرجوازية في اوروبا التي كانت تدعو الى حرية التعبير واسست لظهور مفهوم حرية الصحافة المرتبطة بالنظرية الليبرالية (دليو ، 2017، صفحة 108).

مبادئها: لقد لخص كل من "حسن عماد مكاوي" و"فاروق أبو زيد" المبادئ الأساسية التي يقوم عليها النظام السلطوي كما يلي (ابو زيد، 1998، صفحة 88):

- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها والدفاع عن سياسة الحكم وبذلك فهي مطالبة بالدعاية للنظام الحاكم.

- يعد السماح لأي فرد بالعمل في الصحافة منحة من الحاكم وامتيازاً يختص به من يشاء بحيث يترتب على المستفيد من هذا الامتياز الالتزام بتأييد النظام الحاكم وسياسته، وإذا أحل بهذا الالتزام يتم سحب الامتياز منه.
- ملكية الصحف لا تقتصر بالضرورة على الحاكم فقط، حيث يمكن السماح للأفراد بملكية الصحف التي يصدرونها، لكن قيام هذه الصحف واستمرارها يبقى رهنا برغبة السلطة.
- بمقابل هذا الحق أوجد الحاكم جملة من الطرق للحفاظ على سيطرته على الصحافة مثل نظام الرخصة وحق الحكومة في فرض رقابة على الصحف وسن القوانين التي تعاقب الصحف، وفرض الضرائب عليها للحد من نفوذها.
- درجة الحرية المسموح بها يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع الذي تصدر به هذه الصحف، ويترك تقدير هذه الدرجة من الحرية للسلطة الحاكمة.

1. النظرية الليبرالية

تطور الديمقراطية السياسية والحرية الدينية، واتساع نطاق التجارة والرحلات وقبول مبدأ الحرية الاقتصادية جعل الجماهير ترفض نظرية السلطة وأتاح الفرصة لظهور نظرية جديدة في الإعلام هي نظرية الحرية. بدأت تلك النظرية تكافح للظهور في أواخر القرن السابع عشر وأصبحت حقيقة في القرن الثامن عشر، وازدهرت في القرن التاسع عشر.

تطورت فلسفة الحرية في كل من بريطانيا وأمريكا في ظل دعوات الحرية التي أعلنها "جون ميلتون" و"جون لوك" في بريطانيا، وكذلك "فولتير" و"روسو" في فرنسا وغيرهم من المفكرين. فعندما قامت الثورة الفرنسية معلنة الحرية تضمن ميثاقها حق كل مواطن في أن يكتب ويطلع ما يشاء في حرية تامة ولا يرد على ذلك قيد سوى ما هو وارد في القانون العام.

تقرر في الولايات المتحدة الأمريكية عقب الانتهاء من ثورة التحرير صدور الدستور الذي تضمن في مقدمته " أن المواطنين قدموا إلى هذه الأرض لنشر الحرية فيها وتوكيد سيادة الإنسان على الأرض " ومن ثم نص الدستور على أنه "ليس من حق الكونغرس إصدار أي تشريع يحد من حرية الشخص في التعبير عن رأيه شفاهاً أو طباعة أو بأي طريقة أخرى" (امقران ، 2020/2019، صفحة 60) .

عكس نظرية السلطة فإن نظرية الحرية Libertarian Theory تعتبر أيضاً الوعاء الفكري للنظام الإعلامي الحر. نظرية الحرية تعطي الاعتبار الأول للفرد الذي يمتلك القدرات الفعلية الكاملة للتمييز بين الصواب والخطأ

واتخاذ القرارات السليمة دون وصاية من الدولة أو من أجهزة السلطة، وبالتالي فإن الفرد يجب أن تتاح له الحرية الكاملة في أن يعمل ويفكر دون قيود مادام ذلك لا يتعارض مع حرية الآخرين وتبلورت كل هذه الأفكار في مفهوم الحرية الفردية في جميع مجالات النشاط الإنساني وعملياته الاجتماعية. وبناء على ذلك المفهوم فإن الصحافة ووسائل الإعلام تعتبر سنداً يدعم هذه الحرية وتمارس دورها في تقديم الحقائق والشرح والتفسير الذي يساعد الفرد الحر على اتخاذ قراراته، وذلك دون أن تخضع للوصاية ووفقاً لهذه النظرية "فإن الصحف يملكها الأفراد وتتنافس في السوق الحرة". بحيث تمثل هذه الصحف عناصر المجتمع المتعدد، وتعمل كمنبر للنقاش وكشف الحقيقة، وكجسر إعلامي يربط بين الحكومة والمواطنين (امقران ، 2020/2019، صفحة 61،60).

بذلك فهذه النظرية ترى أن حرية الصحافة تعني أن تقوم هذه الأخيرة بالتعبير عن مختلف الأفكار والآراء وفقاً لما يهم الجمهور من خلال السوق الحرة للأفكار. انطلاقاً من ذلك يمكن تحديد المبادئ التي يقوم عليها النظام الحر للصحافة كما يلي:

المبادئ الأساسية للنظام الحر: يجدد "حسن عماد مكايي المبادئ التي يقوم عليها النظام الليبرالي كما يلي: (ابو زيد، 1998، صفحة 93)

• أن حق الفرد في أن يعرف حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، ولكي يمارس الفرد هذا الحق الطبيعي لا بد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون أية قيود تأتي من خارجها.

• أن حق الفرد في المعرفة يصبح لا معنى له إذا لم يكن لهذا الفرد الحق في أن يختار ما يريد أن يعرفه وبالتالي لا بد أن تتعدد مصادر المعرفة بتعدد الصحف ذات الاتجاهات المتباينة. ويؤكد النظام الليبرالي على حق الفرد في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادرا على ذلك، ودون تصريح من السلطة الحاكمة.

• عدم فرض أية رقابة من جانب الحكومة على الصحف سواء ما كان منها سابقا على النشر أو لاحقا عليه، وأن أي تجاوز تقع فيه الصحيفة يكون من شأن القضاء وحده.

2. النظرية الاشتراكية

ينطلق المفهوم الاشتراكي لحرية الصحافة من رفض المفهوم الليبرالي لها، ويقوم على أساس نقده، حيث يقول لينين: " يدعي الرأسماليون أن حرية الصحافة تعني انعدام الرقابة، وحرية جميع الأطراف في إصدار أي جريدة، وفي مثل هذه الحالة لا تكون هناك حرية للصحافة، ولكن ما يتوفر حينئذ هو حرية الأغنياء البرجوازيون القادرين على إصدار صحف، وحرمان الفئات الأخرى التي لا تملك هذه القدرة" (عبد الرحمن، 2012). إن الوسيلة الوحيدة المتاحة هي احتكار الإعلانات في الصحف، فهذا قد يوسع ويعيد الحرية للصحافة لأن حرية الصحافة تعني أن جميع الآراء لجميع المواطنين سوف تجد فرصتها في النشر، ومن هنا يبدو لنا واضحا أن ذلك الحل لن يملكه سوى الأغنياء والأحزاب الكبيرة فقط لأنهم وحدهم الذين يملكون القدرة على الاحتكار.

يلاحظ أن نظرة "لينين" كانت تعني أن ضمان حرية الصحافة لا يتوفر فقط بحماية الدولة لحق التعبير عما يود المرء أن يقوله ولكن بالملكية العامة للبناء الاقتصادي للصحافة، رأسمالها ومطابعها، ونشأتها ومنشأتها وشبكة توزيعها، بهذا يمكن لكل مواطن أن يملك حق استخدام الصحافة. هكذا أرسى "لينين" قواعد المفهوم الماركسي للصحافة بعدما قام "ماركس" بوضع بذوره الأولى وذلك في الربع الأول من القرن العشرين "ليتكامل المفهوم الماركسي للصحافة بعد ذلك بالعديد من المساهمات التي شارك فيها الكثير من المفكرين والكتاب الماركسيين في

الاتحاد السوفييتي والصين الشعبية ودول أوروبا الشرقية" وغيرهم من المفكرين الماركسيين الذين ينتمون إلى الأحزاب الشيوعية في دول أوروبا الغربية (عبد الرحمن، 2012، صفحة 154، 155).

تفترض النظرية الاشتراكية أن الجماهير أضعف من أن تحاط علما بكل ما تقوم به الحكومة، وأن الصحافة يجب أن تعمل دائما من أجل الأفضل والأفضل عادة هو ما تقوله القيادة. ووفق هذه النظرية، لا ينبغي التعبير عن مصالح متعارضة، ويجب ألا يمتد النقاش بحيث يشكل خطورة على المجتمع، وللمجتمع الحق في استخدام الرقابة وإجراءات أخرى لمنع أو معاقبة كل من ينشر شيئا مضادا للمجتمع الشيوعي. ومن ثم فإن وظائف الصحافة تتحدد في إطار تشكيل المجتمع والتحرك نحو الشيوعية، والتنشئة الاجتماعية والتعبئة نحو أهداف اجتماعية واقتصادية مخطط لها.

بذلك تكون الصحافة وفقا لهذا المنظور جزء من الحكومة الشيوعية وظيفتها الأساسية دعم النظام الشيوعي وأهدافه من خلال تشريب مبادئه وتعبئة الجماهير لتأييده.

مبادئها الأساسية: يركز النظام الاشتراكي (الشيوعي، الماركسي) للصحافة على جملة من المبادئ نوردتها كما يلي (ابو زيد، 1998، صفحة 99):

- أن تكون الصحافة واقعية، بمعنى تصوير واقع الحياة الاجتماعي دونما تدخل لتشويه هذه الصورة بالتهويل أو التهوين.
- أن تكون الصحافة ملتزمة، أي ترتبط بقضايا ومشكلات المجتمع والنظام السياسي القائم، وبالإيديولوجية السائدة فيه، وأن تلعب دورا في التوعية بهذا النظام الاجتماعي وتبث الإيديولوجية.
- أن تكون الصحافة جماعية، بمعنى ألا تركز على النشاطات الخاصة وأن تهتم بالعمل الجماعي، وأن تحرص باستمرار على إبراز العلاقة القائمة بين الحدث والمجتمع.

3. نظرية المسؤولية الاجتماعية

يعود مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى سنة 1953 تزامنا مع صدور كتاب Bowel بعنوان: المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال "Social Responsibilities of the Businessman" حيث لقي رواجاً كبيراً واهتماماً من قبل ألباحثين الأكاديميين والمنظمات الدولية نظراً للتأثير الذي يمكن أن تحدثه المؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي من خلال التأثير في سلوك مختلف المتعاملين معها، كما أصبح للمسؤولية الاجتماعية مبادئ خاصة متعارف عليها على المستوى الدولي لكن درجة تبنيها هو ما جعل الاهتمام متبايناً¹.

إلا أن بداياتها الأولى كانت في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال نشر تقرير "لجنة هوتشينز" سنة 1947، بعنوان: "صحافة حرة مسؤولة"، ونبه إلى أن التجاوزات التي تحدث من قبل الإعلام والصحافة لها الضرر الأكبر على المجتمع، أي أن هذا التقرير يعد بمثابة الأساس لنظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والتي جاءت كمراجعة للنظرية الليبرالية، وقد أكمل التأسيس النظري لهذه النظرية الرواد: إدوارد جيرالد، تيودور بيترسون، ويليام ريفرز، جون ميلر، وغيرهم، وصولاً لمنظريها المحدثين مثل: ديني إيوتن وكليفورد كريستيانز. تكونت لجنة حرية الصحافة من اثني عشر أكاديمياً برئاسة (روبرت هوتشنز)، وقد ركز تقرير اللجنة على التجاوزات والسلبيات:

✓ عدم إشباع الحاجات الأساس عند الجمهور.

✓ لم تحقق أهدافها الأساس تجاه المجتمع لأنها لم تعبر عن متطلباته.

✓ فشل وسائل الاعلام في أمداد الأفراد بالأحداث الجارية

¹ وردت مؤشرات على أهمية الأداء الاجتماعي منذ أوائل العشرينات من القرن ال 20، حينما أوضح "Sheldon" أن مسؤولية المؤسسة تتحدد من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المحققة للمجتمع، ثم توالى أبحاث أخرى فقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال" بضرورة إلزام كافة المؤسسات الاقتصادية برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة، والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح لهدف وحيد.

✓ عدم قدرة الأفراد التعبير عن آرائهم في ظل هذه النظرية.

✓ تركيز وسائل الإعلام على تحقيق أهداف جماعات معينة دون غيرها من الجماعات.

✓ تقوم الصحافة بتقديم ممارسات إعلامية ضارة بالمجتمع ولا بد من السيطرة عليها.

بعد ان تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة وذلك بعد ان استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية، ويرى أصحاب هذه النظرية ان الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب ان تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة.

نظرية المسؤولية الاجتماعية هي البنت الشرعية لنظرية الحرية²، ونشأت نتيجة للتراشق الذي جرى بين دعاة نظرية الحرية المطلقة والحرية المقيدة، ويؤكد دعاؤها انه من غير المعقول او المقبول ان تترك حرية الصحافة بشكل سائب، فالصحافة مثلها مثل أي مهنة لها قوانين وقيم ومعايير اخلاقية ولا يجوز للصحافيين ان يستثمر الحرية المطلقة للإساءة للآخرين، بل يجب ان توجد حدود معينة يضعها الصحفي على نفسه، او مجالس صحفية للتنظيم، وموائق للشرف الصحفي انطلقت هذه الدعوات من انكلترا، فكان ان تم انشاء اول مجلس اعلى للصحافة والإعلام.

² تطورت هذه النظرية في ظل جملة من الظروف الاجتماعية المتشابكة من بينها "ارتفاع نسبة التعليم وزيادة اهتمامات الناس بالقضايا العامة وزيادة انتقاداتهم لممارسات وسائل الإعلام، إضافة إلى ذلك طرح النظام الاقتصادي جملة من المشاكل حيث أثرت مشكلات التوازن والموضوعية نتيجة ميل ملاك الصحف إلى التعبير عن آرائهم السياسية والاقتصادية على حساب الآراء المعارضة، إضافة على تزايد الاتجاه إلى الاحتكار والتركيز في ملكية الصحافة، مما أدى إلى فرض المفاهيم الاقتصادية والحد من التنوع في الفكر والمحتوى.

إذن اصطدام مفهوم الحرية بهذه المشاكل أدى إلى بروز أصوات تنادي بالتمرد على الحرية المطلقة لوسائل الإعلام، نابعة من الأفكار الداعية إلى دعم الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام والتي تجسدت في جملة من المبادئ شكلت إطاراً نظرياً جديداً لحرية الصحافة سمي "المسؤولية الاجتماعية"، كما يجب على وسائل الإعلام تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام وأن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات (امقران ، 2020/2019، صفحة 64).

أسباب ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية: توجد عدة أسباب أدت إلى ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية وأهمها:

- الأسباب الفكرية: تطورت هذه النظرية في الغرب عندما بدأ الفكر الغربي يتجه إلى مراجعة الفكر السائد ومحاولة تغييره.
- الأسباب الاقتصادية: أدى التغيير في المناخ الاقتصادي إلى التفكير في تعامل جديد مع الإعلام، إذ عبر ملاك الصحف عن آرائهم السياسية والاقتصادية على حساب الآراء المعارضة فأثيرت مشكلة التوازن والموضوعية.
- الأسباب المؤسسية: كان ظهور الاتحادات المهنية بداية للتنظيم الذاتي للصحافة وإرهاصاً للمسؤولية الاجتماعية وكان لهذه الاتحادات دوراً كبيراً في صدور موثيق الشرف المهنية، مما لزم وسائل الإعلام الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- الأسباب المهنية: وتتمثل الأسباب المهنية بنقطتين مهمتين وهما، ظهور الأشكال التحريرية الجديدة والقوالب المبتكرة كان عاملاً مهماً في التنبيه على أهمية المواد المنشورة. تطوير أساليب الدعاية: أن الطلب الاجتماعي على مزيد من المسؤولية الاجتماعية يرجع لوجود جرعات ضخمة من الدعاية في وسائل الإعلام.
- ظهور عدد من الصحفيين الأخلاقيين: بروز عدد من الشخصيات التي تتسم بالشجاعة والأخلاق أدى إلى ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية.

فضلاً عن ذلك فأن هنالك عوامل متعددة أخرى أدت إلى ولادة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مثل: الثورة التكنولوجية والصناعية التي غيرت مجرى الحياة في كل بقاع الأرض وعلى رأسها صناعة الإعلام والصحافة، كذلك ازدياد النقد لوسائل الإعلام ولاسيما بعد أتساع حجمها وزيادة احتكارها، والذي ولد ضغط على الحكومات وربما يؤدي إلى عرقلة مسيرتها، فضلاً عن الجوفكري الجديد الذي عبر عنه بعض المفكرين والفلاسفة عن شكهم في الفروض الأساس التي تقوم عليها المذهبية التحررية.

لخص "محمد عبد الحميد" و"محمد حسام الدين" المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية حسب ما يراه "دنيس ماكويل" كمايلي: (عبد الحميد، 1993، صفحة 344)

- إن هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى أو يثير الأقليات في المجتمع.
- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر.
- إن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.

- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفي أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان.

من جهة أخرى يرى كل من "حسن عماد مكاوي" و"فاروق أبو زيد" أن هناك من يرى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على حرية الصحافة، لكنها تنكر وجود حرية مطلقة، "لذلك فهي تضيف إلى مبادئ نظرية الحرية مبدأين جديدين هما":

- ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين الحرية ومصالح المجتمع.
- أن للصحافة وظيفة اجتماعية هي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي قد تحدثه هذه البيانات على القراء.

مما سبق نستنتج أن حرية الصحافة في هذه النظرية ليست حرية مطلقة، "فالأساس الذي بنيت عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد،" حيث تركز هذه النظرية على "ضرورة تحرير وسائل الإعلام من القيود التي تضعها الحكومة، وضرورة التزام هذه الوسائل بخدمة الصالح العام".

المحاضرة السابعة: الاخلاق والاعلام

مدخل

اكتست مسألة أخلاقيات الإعلام في السنوات الأخيرة أهمية قصوى سواء أكان ذلك في المؤسسات الإعلامية أو في معاهد الإعلام وكلياته أو لدى منظمات المجتمع المدني. وقد أخذ موضوع أخلاقيات الإعلام أحجاما لم يعرفها من قبل حتى في الدول الغربية، التي تنعم أساسا بقسط كبير من الحريات الإعلامية وحيث تحظى وسائل الإعلام بجمهور واسع وسلطة حقيقية، إذ ظهرت الحاجة الملحة لتنزيه المهنة وتشجيع ممارستها على أساس قيم أخلاقية بعدما تبين أن تطبيق هذه القيم هو عنصر أساسي لنجاح وسائل الإعلام في أداء دورها وللحفاظ على مستواها المهني. وقد ظهر بوضوح أن غياب القيم الأخلاقية قد فتح الأبواب أمام كل أنواع الفساد الممكنة وأضعف ثقة الجماهير بوسائل الإعلام (بلقاسم، برناط بن علي، و بن لاغي الطابعي، 2020).

يعود تزايد الاهتمام بموضوع أخلاقيات الإعلام في بداية هذا القرن الواحد والعشرين إلى الثورة الكبيرة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أصبحت تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية. وقد نتج عن هذه الثورة المعلوماتية تغيرات كبرى طالت الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، والتشارك في مضامينها.

1. ماهية الاخلاق الإعلامية

البعض يتصور الأخلاقيات فقط كقائمة من القواعد التي تحدد بوضوح ما يمكنهم وما لا يمكنهم فعله: لا تقبل المنح، لا تنخرط في أنشطة قد تخلق تضاربا في المصالح، لا تنتحل أفكار وتعايير شخص آخر، إلى آخره.

ويعزي البعض الآخر ان اخلاقيات: " انما العلم الذي يعالج الواجبات التي تفرض على الشخص بحكم ممارسته لمهنة معينة" (حسناوي ، 2016، صفحة 17).

وهناك من يعرفها: " سلوك صاحب المهنة وتصرفاته اثناء ممارسته سواء كانت تلك المهنة تحريرا او تدريسا او استشارة او غيرها " (حسناوي ، 2016، صفحة 17).

اما جون هوهنبورغ John Hohenberg فقد عرفها: " تلك الالتزامات الأساسية التي يجب ان يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من اجل الوصول الى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق المصالح العامة لا غير عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حالة وجودها " (هنبيرغ ، 1996، صفحة 51).

اما اندرسون Anderson: " المعايير التي توجه عمل المشاركين في العمل الاتصالي والتي يستخدمها الناقد في الحكم على اخلاقيات العمل " (kaplar, 1995, p. 66).

يمكن القول مما سبق تقديم ان اخلاقيات المهنة الإعلامية بعيدا عن كونها التزامات او لوائح قانونية تنظيمية لنشاط القطاع الإعلامي فهي بالدرجة الأولى التزامات معنوية أدبية، يظهر من خلالها الصحفي بنية ثقافية هوياتية اجتماعية للمكون الذاتي وتصورات ايزاء الأشياء وكيفية التفاعل معها وفق منطق حضاري يراعي فيه الآداب العامة والضمير الأخلاقي الأعلى .

2. خصائص المهنة الصحفية

جاء في مقال للباحث قراد راضية حصرها لمجموعة من خصائص المهنة الصحفية كالآتي (قراد ، 2017، الصفحات 412-414):

الخاصة الاولى : أن أصول معايير الأخلاق الصحفية ترجع إلى مفاهيم قبلت إجمالا، غير أنها تتخذ صورا

متنوعة للغاية من حيث صياغتها وتفسير أحكامها، ويعود ذلك إلى أن الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى تعمل

دائما في ظل ظروف سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في المجتمع وأن قواعد تنظيم السلوك فيها تعكس بالضرورة تلك الظروف فمن الطبيعي أمام تعدد وتنوع الظروف السائدة في العالم اليوم أن تأتي مفاهيم ومحتويات قواعد السلوك مختلفة متباينة تبعا لتباين واختلاف الاعتقادات والتقاليد الحضارية والفكر السائد في مجتمعات العالم، وفضلا عن ذلك فإن بعض المبادئ تصاغ في عبارات غامضة ومبهمة إذ عادة ما توضع خارج السياق الاجتماعي ومنها مفاهيم الموضوعية والحياد والصدق وحرية الإعلام والاستقلالية والخدمة العمومية .

الخاصية الثانية: لهذه القواعد أنها محلية وقطاعية بمعنى أنها في عمومها لا تولي أهمية للمعايير المتعارف عليها دوليا أو أنها لا تلقى الاهتمام من طرف البعض مطلقا كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية إذ تبين من خلال بعض الدراسات أن المعايير المتعلقة بتحرير الدعاية للحرب مثلا وطبيعة نشر الإعلام "الموضوعية، الصدق" تعتبر غائبة عمليا من قواعد السلوك المهني وتبين أيضا أن القواعد التي لا تولي أية أهمية للمسؤولية الدولية توجد في الدول الليبرالية الغربية، وفي عدد من الدول النامية وعلى العكس من ذلك فإن جميع قواعد السلوك المهني في البلدان الاشتراكية تعطي على الأقل بعض المظاهر الدولية للنشاطات الاعلامية .

الخاصية الثالثة: لهذه القواعد أن اختلافها وتنوعها يمتد إلى داخل المجتمع الواحد تبعا لتعدد وتنوع الجمعيات المهنية ووسائل الإعلام الجماهيرية ويلاحظ هذا خاصة في الدول الرأسمالية.

وأمام التباين والاختلاف بذلت جملة من المحاولات لتوحيد المفاهيم ووضع معايير أو مبادئ دولية عامة خاصة وان تكنولوجيا الإعلام الجديدة أعطت للنشاطات الإعلامية بعدا يتجاوز حدود أية دولة، وبالتالي فإن تطور هذه التشريعات يسير طردا مع تطور وسائل الإعلام وتطور دورها.

خاصة الرابعة: نطاقها أوسع من نصوص المدونات القانونية، غير أنه عند محاولة تحقيق توازن عادل بين الحرية والمسؤولية لا تتوقف الجوانب الأخلاقية لهذه الثنائية على القرارات الواعية للصحافيين فحسب بل تتوقف أيضا على ممارسات وسائل الإعلام وعلى البيئة الاجتماعية العامة.

نجد ومن خلال هذه الخصائص أنها توحى بوجود أخلاقيات مهنية صحفية خاصة بكل دولة، وربما هذا لا يتحقق فقد نجدها تختلف داخل الدولة الواحد. كما جاء في الخاصية الثالثة، وهذا طبعاً يرجع لأسباب اختلاف العادات والتقاليد والظروف التي تمر بها البلد.

هذا طبعاً ينقص من أهميتها ويضعف من طموح المطالبة بأخلاقيات عالمية وخاصة ونحن في عصر تكنولوجيا المعلومات حيث أصبحنا نتكلم عن العقل الواحد بدل القرية الصغيرة. (C Merriell, 1993, p. 223) وتشير معظم هذه القواعد الموضوعية لتنظيم الصحافة المكتوبة وإشعار الصحفي بمسؤوليته اتجاه المستقبل والمحيط عامة إلى مفاهيم هامة مثل: حرية الإعلام وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، الموضوعية والدقة والصدق وعدم تحريف وعرض الحقائق والمسئولية إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه واتجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية للدولة والحفاظ على السلام وضرورة الامتناع والتشهير والاتهام بالباطل والقذف وانتهاك الحياة.

3. نماذج من موضوعات المواثيق الأخلاقية الإعلامية (الشميمري، 2020)

أ. **مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع:** قد تعنى بالمجالات التالية

- حرية الرأي والتعبير.
- حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات.
- حق وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات ونشرها.
- واجب وسائل الإعلام في التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث.
- الجودة النوعية للمعلومات المقدمة للجمهور.
- الموضوعية وعدم التحيز.
- العدالة، التوازن، الأمانة.
- عدم تشويه المعلومات.

- عدم إساءة تقديم الصورة والمعلومات.
- عدم الخداع في أساليب المعلومات واستخدام العناوين والصور.
- التصحيح، وهو التزام الوسيلة بذاتها بتصحيح المعلومات الخاطئة، وهو يختلف عن حق الرد.
- الفصل بين الخبر والرأي.
- التعليق العادل على الأحداث.
- احترام حقوق كل الأطراف في التعبير عن آرائها.
- العرض المتوازن لآراء الأطراف المختلفة.
- احترام حق النقد.
- عدم التصوير النمطي لأي اتجاه فكري، أو سياسي، أو جماعة عرقية، أو دينية.
- الدفاع عن مصالح المجتمع.
- عدم التأثير على سلطات القضاء.
- عدم محاكمة المتهم بواسطة الرأي العام.
- احترام قاعدة أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته.
- نشر أحكام البراءة.
- عدم تمجيد الجريمة أو الدعوة إليها، أو تشجيع العنف أو المخدرات.
- احترام القيم العامة للمجتمع.
- عدم نشر ما يشكل إساءة للذوق العام.

ب. مسؤولية وسائل الإعلام نحو الدولة:

- احترام النظام والدستور والقانون.

- احترام مؤسسات الدولة.
- حماية الأمن القومي.
- عدم نشر المعلومات السرية التي يشكل نشرها ضرراً بالمصلحة العامة

ج. مسؤولية وسائل الإعلام نحو الأفراد:

- احترام حق الخصوصية.
- عدم انتهاك حرمة الأماكن الخاصة، أو الملكية الخاصة.
- عدم نشر معلومات عن حياة الإنسان الخاصة بدون موافقته.
- عدم استخدام أجهزة التنصت والتصوير الدقيقة.
- عدم البحث في الأوراق الخاصة للشخص أو الوثائق أو ملفاته الإلكترونية بدون موافقته.
- عدم وضع الأشخاص تحت ضوء زائف، مثلاً إظهار صورة شخص (بشكل عشوائي) أثناء الحديث عن مروجي المخدرات.

- احترام الكرامة الإنسانية للفرد.
- عدم الإساءة إلى الإنسان أو سمعته.
- تجنب السب والقذف.
- تجنب ما يمكن أن يزيد معاناة الأشخاص أو آلامهم، أو يسبب لهم ضرراً مادياً أو معنوياً.
- احترام حق الأفراد في الرد على ما ينشر عنهم.

د. أخلاقيات العلاقة مع المعلنين:

- حظر تدخل المعلنين في شؤون التحرير، أو التأثير على القرارات التحريرية.
- الفصل بين الإعلانات والتحرير، والتمييز بوضوح بين الإعلانات والمادة التحريرية.

- عدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دولياً للإعلانات على حساب المادة التحريرية.
- عدم قيام الصحفيين بالعمل في مجال الإعلانات.

4. التجربة التشريعية الجزائرية في اخلقت قطاع الإعلامي

يعود أصل المصطلح الانجليزي "Ethic" إلى الكلمة اليونانية "Etho" وتعني الروح (فورمان ، 2012 ، صفحة 47)، وبإلحاقه مفردة المهنة يتشكل المعنى حول "روح المهنة". هذا يبنينا عن مدى تلازمية الأداء والأخلاق المهنية فهي الأقرب ما يمكن إلى ثنائية الجسد والروح. من هذا المنطلق سنحاول قراءة بعض قوانين الإعلام لالتماس نظرة المشرع وكيفية معالجته المسألة، لتنظيم وأخلقت المشهد الإعلامي الجزائري.

قانون 1882: يعد قانون الصادر بتاريخ 6 فيفري 1882 أول قانون في تاريخ الجزائر المستقلة، وبذلك يكون قد جاء بعد مرور عشرين سنة من الاستقلال الوطني. في وقت أصبحت فيه الصحافة تعاني شتى أنواع الضغوط وفي ظل الفراغ القانوني قدمت الحكومة نص مشروع على مكتب المجلس الشعبي الوطني بتاريخ 25 أوت 1981. أسفرت على المصادقة عليه بعد مناقشات طويلة وضبط محتواه النهائي، حيث تشكل من 128 مادة موزعة على مدخل المبادئ العامة وخمسة أبواب. إذ يمكن القول أن هذا القانون قد تطرق للأخلاقيات بشكل سريع وغامض، حيث لم يحدد المقاييس والمعايير التي تبني مبادئ أخلاقيات المهنة ونجد أن معظم المواد الواردة في هذا القانون تغلب عليها صفة القاعدة القانونية الآمرة وطابع الوجوب والمنع والعقاب في نحو أكثر من 50 بالمائة من موادها. أما عن المواد التي تخص بصفة مباشرة أخلاقيات المهنة فهي قليلة تضمنت في كل من المواد 5 و35 والمادة 42، 45، 48، 49 أما عن المواد 46، 71، 73، 121، 125 فتضمنت حديث غير مباشر عن الأخلاقيات أين تطرق المشرع للحديث عن ضرورة تأكد مدير النشرية من هوية الصحفي قبل النشر وكذا عدم تجريم كل نقد يستهدف الصالح العام ... إجمالاً يمكن القول أن قانون 1982 أكد على حق المواطن في الإعلام إلا أنه جعله حقا

صعب المنال من خلال كثرة المواد القانونية التي تنوه بالضوابط والموانع والتوجيهات التي تحد من مقدرة الصحفي على القيام بدوره الكامل، بالمقابل فهو يتيح كل السبل لتكريس شرعية السلطة (التعليم نات ، 2018).

قانون 1990: والذي كان بمقتضى قانون 90-07 حيث اعتبر من بين المكاسب التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 حيث فتحت باب الممارسة الديمقراطية على التعددية الفكرية أورد في نفس الوقت مقاييس لأخلاقيات المهنة و آداب العمل تمحورت في مواد عدة³ من أبرزها كل من **المواد 36:** والتي عنيت بضمان حق وصول الصحفي لمصادر الخبر⁴ **والمادة 37:** المتضمنة حق السرية المهنية للإعلامي⁵، ليتناول المشرع بنوع من التعددية الاحتمالية لمجالات احترام الأخلاقيات دون تبويبها في أحكام **المادة 40**⁶. فأغلب الدراسات المتبعة لهذا القانون ألزمته كذلك صفة العقابية لكثرة الأحكام الجزائية المتضمنة فيه والتي تمتد من **المادة 77** إلى **المادة 98** أين تراوحت أحكامها بين السجن من 10 أيام كأقل عقوبة إلى 10 سنوات كأقصى حد، والغرامات المالية ما بين 1000 دج إلى 100.000 دج بحسب طبيعة المخالفة.

قانون 2012: قانون عضوي رقم 12 - 05 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 يتعلق بالإعلام، أين تحدث المشرع الجزائري عن مسألة الأخلاقيات المهنية ضمن أحكام الباب السادس والموسومة ب: "مهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة" فخصص فصلا كاملا للحديث عن آداب و أخلاقيات المهنة غير أنه و بتقصينا لتلك المواد اتضح لنا أنه لم يُقْتَصَر الحديث عن مسألة أخلاقيات سوى في أحكام **المادة 92**⁷ **والمادة 93**⁸ زيادة عن **المادة 2** من باب الأحكام العامة، ليكتفي المشرع الجزائري بالحديث عن المجلس الأعلى للآداب و

³ بالإضافة كذلك للمادة 3 و 26 و 35 من قانون 90-07.

⁴ راجع احكام المادة 36 : من قانون 90-07

⁵ راجع احكام المادة 37: من قانون 90-07.

⁶ راجع احكام المادة 40 : من قانون 90-07.

⁷ راجع المادة 92: من قانون 12-05.

⁸ راجع المادة 93: من قانون 12-05.

أخلاقيات المهنة من أحكام المادة 94 إلى المادة 99 من الفصل. بوجه عام اتسم المشهد الإعلامي لقانون 12-05 بالضبابية وتشتت الأحكام التنظيمية في ذهن القارئ، أين لا فرق أخذ بعين الاعتبار في تنظيم القطاعات أو تبويب للحريات العامة والمجالات الحكومية وسيادة الدولة أو حتى أحكام متعلقة بطبيعة المهنة في حد ذاتها، واتخذت من الفضفضة السمة البارزة في الطرح مع قلة الضبط المصطلحي لطبيعة الواقعة، لتفتح مجالاً واسعاً للتأويل وتكييف المواد بحسب الأهواء المهنية.

قانون 2014: قانون رقم 04 - 14 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق 24 فبراير سنة 2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، أين اكتفت السلطات والجهات المعنية بتداول ملفات تنظيم المشهد الإعلامي من خلال تناول مسألة خدمات الاتصال السمعي البصري وسلطة الضبط، الإيداع القانوني و الأرشفة السمعية البصرية وكذا مسألة العقوبات الإدارية والأحكام الجزائية... وغيرها دون تحديد يذكر حول محاولة إعادة النظر في مسألة آداب و الأخلاقيات بشكل يبعث للتساؤل عن حول إكمال المشروع الأخلاقي في ذهن المشرع !!! أم أنه ينظر إليها ككماليات مقارنة بالتنظيم الإداري للإعلام؟؟.

بشكل عام نستشف من خلال القوانين سالفه الذكر، غياب الاحترافية القانونية في الضبط والتبويب والتنظيم في التعاطي مع مسألة الأخلاق المهنية سواء من ناحية علاقات العمل، حقوق المواطنين، سيادة الدولة، علاقات الحوار، مسألة المعتقد وحماية الثقافات... الخ، لكيلا يتعدى الأمر حدود الاجتهادات المشتت تتخذ من هلامية المواد ذريعة لتغطية العجز الواضح عن تنظيم المسألة وتفتح باب التأويل على مصرعيه أمام الباحث والممارس على حد سواء.

محاضرة الثامنة: وسائل الاعلام ومجتمع المعلومات

مدخل

يشير برنار مياج في محاولته تأسيس مقارنة نقدية لمفهوم مجتمع المعلومات، ان الجدل النظري حول المسألة يعود الى نهاية الستينات حيث حاول بعض المفكرين من أمثال الأمريكي دانيال بال والفرنسي الان توران والياباني يوناغي ماسودا، فرض فكرة التحول المجتمعي بمعنى نهاية المجتمع الصناعي او مجتمع الاستهلاك. اين يشير مفهوم مجتمع المعلومات من هذا المنطلق الى حركية فكرية لأوساط تتكون من أكاديميين وأصحاب القرار يتميز تفكيرهما المجتمعي بما يسمى التحليلي المستقبلي ويلاحظ برنارد مياج انه بالرغم من النقد الذي تعرض له هذا الفكر المبشر بمجتمع جديد ما بعد الصناعي فان فكرة مجتمع المعلومات شهدت انتعاشه جديدة ساهم فيها الى حد بعيد خطاب فكري كانت له حظوة الإعلامية. كما ساهم في ذلك أيضا التبنى السياسي للمفهوم بعد إطلاق أطروحة الطرق السيارة للمعلومات التي دعا اليها ال غور Al Gore (الحمامي ، 2005، صفحة 12).

1. مفهوم مجتمع المعلومات

مجتمع المعلومات تسمية تطلق على المجتمع الذي يوظف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل نشاطاته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية. ولقد عرف المجتمع الحديث تسميات عديدة مثل المجتمع ما بعد الصناعي والمجتمع الاستهلاكي ومجتمع المعرفة⁹، نظرا للتزايد الكبير في حجم المعلومات والتراكم المعرفي الذي ميز هذا العصر وما صاحبه من تطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وظهور شبكة الإنترنت وهي عوامل زادت من أهمية المعلومات في حياة الفرد والمجتمع بل جعلت منها مجالاً استثمارياً ومعيّاراً.

⁹ مجتمع المعلومات، مجتمع ما بعد الحداثة، المجتمع الرقمي، المجتمع اللاسلكي، المجتمع الكوني، المجتمع المعلوماتي، المجتمع المؤسسات.. الا ان القمة العالمية للمعلومات التي انعقدت في جنيف 2003 وفي مرحلتها الثانية في تونس 2005 استخدمت مصطلح المعلومات كمصطلح عالمي.

يعرف مجتمع المعلومات بحسب الموسوعة العربية لمجتمع المعلومات على أنه: " مجتمع تتاح فيه الاتصالات العالمية وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة كما توزع توزيعا واسعا والتي تصبح فيه المعلومات لها تأثير على الاقتصاد" (بزاوية، 2015/2014).

التعريف الذي تبناه مؤتمر القمة العالمي لمجتمع المعلومات بجنيف 2003: " هو مجتمع يستطيع كل فرد فيه استحداث المعلومات والمعارف والنفوذ اليها واستخدامها وتقاسمها بحيث يمكن للفرد والمجتمع تسخير كافة امكانياتهم للنهوض بتنميتهم المستدامة وفي تحسين نوعية حياتهم" (بزاوية، 2015/2014، صفحة 29).

التعريف الذي تبناه تقرير التنمية الانسانية العربية 2003: " انه المجتمع الذي يقوم على اساس نشر المعرفة وانتاجها وتوظيفها في مجالات النشاط المجتمعي من الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولا للارتقاء بالحالة الانسانية بأطر انسانية" (المرجع نفسه).

يقول كاستلز: " ان مجتمع المعلومات يمكن وصفه بأنه تدفق وانسياب للمعلومات يتم من خلال شبكات المنظمات والمؤسسات الاجتماعية (ربحي، 2009، صفحة 371).

مما سبق من التعريفات يمكن ملاحظة انه من الصعب الاتفاق حول مفهوم واحد وموحد لمجتمع المعلومات الا ان جلها تلتقي في النقاط التالية:

- المعلومات والمعارف هي اساس الحديث للمجتمع.
- الاستخدام المكثف لتكنولوجيا الاعلام والاتصال ضرورة لا بد منها لبناء مجتمع المعلومات.
- الهدف الاساسي لمجتمع المعلومات هو تسهيل اعباء الحياة على الافراد وجعلها بأكثر عملية وراحة.

2. خصائص مجتمع المعلومات

يعد ظاهرة مجتمع المعلومات فريد من نوعه، وإن الأوضاع المحيطة به مختلفة، مما تعقد على الباحثين تحديد المؤشرات النهائية والمعايير التي تصلح لأن تكون قياساً لمجتمع المعلومات، وحدد بهذا الشأن "ويليام مارتن" خمسة معايير في كتابه لمجتمع المعلومات. (علوي، 2008/2007، الصفحات 45-47).

- **المعيار التكنولوجي**: حيث تصبح فيه تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية.

- **المعيار الاجتماعي**: حيث يتأكد دور المعلومات كوسيلة لترقية مستوى المعيشة وانتشار الوعي بالحاسوب والمعلومات، وإتاحة الفرصة للعمامة والخاصة للحصول على معلومات على مستوى عالي من الجودة.

- **المعيار الاقتصادي**: هنا تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي، سواء كمورد أو كخدمة، أو كسلعة ومصدر للقيمة المضافة، ومصدر لخلق فرصة جديدة للعمالة.

- **المعيار السياسي**: حيث يفترض أن تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير وبلورة العملية السياسية وذلك من خلال انتهاج الديمقراطية وإشراك الجماهير في تسير دواليب الحكم والحياة العامة.

- **المعيار الثقافي**: ويتجلى ذلك من خلال الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات كاحترام الملكية الفكرية، الحرص على حرمة البيانات الشخصية.

فمعايير مجتمع المعلومات قياسات تمكن من خلالها التنبؤ بدخول المجتمع أو تحوله إلى مجتمع معلوماتي، ويمكن النظر إلى تكوين البنية التحتية المعلوماتية للمجتمع ومدى نضوج هذه البنية كمؤشر على دخول مجتمع المعلومات حيث يعتبر عدد الحواسيب وعدد خادمت الإنترنت وعدد المشتركين، وأمية الحاسوب، ونسبة مساهمة المعلومات في إجمال الدخل القومي، إلى جانب توزيع العمالة على القطاعات الاقتصادية الرئيسية كأساليب لقياس معلومات المجتمع، كما يعتبر بعض الباحثين أن خصائص مجتمع المعلومات تستمد أساساً من تكنولوجيا المعلومات ذاتها

وتتخلص في: أن المعلومات غير قابلة للاستهلاك أو التحول أو التفتت لأنها تراكمية وأكثر الوسائل فعالية لتجميعها وتوزيعها تقوم على أساس المشاركة في عملية التجميع والاستخدام العام والمشارك لها بواسطة المواطنين.

- أن قيمة المعلومات هي استبعاد عدم التأكد، وتنمية قدرة الإنسانية على اختيار أكثر القرارات فعالية.

- إن سر الوقع الاجتماعي العميق لتكنولوجيا المعلومات أنها تقوم على أساس التركيز على العمل الذهني، وتعميقه والتجديد في صياغة النسق الاجتماعي.

3. قياسات مجتمع المعلومات

يقصد بقياسات مجتمع المعلومات المؤشرات التي يمكن استخدامها لتحديد معلوماتية

Informatisation المجتمع، أو تحول المجتمع نحو مجتمع معلومات، أو الحكم على مجتمع ما بأنه يدخل في زمرة

مجتمعات المعلومات أو في سبيله للدخول فيها والفائدة من القياسات أو المؤشرات أنها تمكن من عمل المقارنات بين

الدول والمناطق المختلفة أو بين فترات زمنية مختلفة بالنسبة لدولة واحدة أو منطقة واحدة، وهي فضلا عن هذا تفيد

في فهم تدابير السياسات المستقبلية بعد التعرف الدقيق على الوضع الحالي، والمؤشرات - وخاصة بالنسبة للدول

النامية - تؤمن تغذية استراتيجية فيما يتعلق بصنع السياسات والاستثمار على الصعيد الوطني، وكذلك فيما يتصل

بالمساهمة الخارجية في المشروعات والاستثمارات. وعموما فالمؤشرات لها فوائد عديدة تتمثل في أنها معطيات حقيقية

تقدم صورة عن الوضع الراهن، تساعد صانعي القرار على اتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة لدفع العمل وتطويره،

وتساعد المستثمرين ورجال الأعمال على التحضير لبناء مشاريعهم وتوظيف استثماراتهم، وتساعد الدارس على تحليل

مسائل التنمية في بلد معين. (بن علي)

تجدر الإشارة إلى أنه ينبغي أن تكون المؤشرات ثابتة أو جامدة، إذ أن بعضها سيفقد فائدته عند تحقق

الإنجازات التي تفضي إلى قيام مجتمع المعلومات. ونتيجة لذلك تدعو الحاجة إلى مؤشرات أوسع تفصيلا، ومع

استمرار تطور التكنولوجيا واستخدامها تنشأ الحاجة عموما إلى مؤشرات جديدة تستخدم في تحديد المعايير المرجعية

الملائمة. وعموما فإن مؤشرات مجتمع المعلومات تطور على امتداد أربع مراحل مرتبطة (عبد الباسط ، 2004 ، الصفحات 140-143):

أ. **الجاهزية:** وهي ترتبط بالبنى الأساسية الفنية والتكنولوجية والاجتماعية.

ب. **الكثافة:** وهي تبرز حالة استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أي من المجتمعات.

ج. **الأثر:** ويقصد به النتائج التي تترتب على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من حيث إعادة هندسة الإدارة وخلق قيمة مضافة لموارد الثروة الجديدة.

د. **النتيجة:** وهي المحصلة النهائية لما يجري على صعيد المؤسسات، فيما يصل بالإنتاجية والأثر الاجتماعي.

هكذا فإن مؤشر مجتمع المعلومات هو قيمة تبين التغيير والأداء المتصلين بجانب من جوانب مجتمع المعلومات قابل للقياس الكمي وهناك العديد من الجهات التي وضعت مؤشرات ومقاييس مجتمع المعلومات أبرزها ثلاثة هي: **Digital Access Index (DAI)**، ومؤشر النفاذ للتقانات الرقمية **Information Society Index (ISI)** ومؤشر مجتمع المعلومات ومؤشر جاهزية الشبكات **Networked Readiness Index (NRI)** وعليه قام بإعداد هذا المؤشر بيت عالمي للخبرة في قطاع تكنولوجيات المعلومات والاتصالات **IDC** ومعه **World Times**. ومؤشر مجتمع المعلومات ، **ISI** **Information Society Index** مؤشر مركب يتكون من 23 مقياسا موزعا على أربع مجموعات. (بن علي ، صفحة مرجع سبق ذكره)

جدول رقم (02): يمثل مؤشر مجتمع المعلومات ISI

المجموعة الاولى	المجموعة الثانية	المجموعة الثالثة	المجموعة الرابعة
-عدد الحواسيب لكل مئة ألف نسمة. -عدد الحواسيب لكل مئة ألف أسرة. -عدد الحواسيب في قطاع الحكومة والتجارة لكل مئة ألف من اليد العاملة غير الزراعية. -عدد الحواسيب لكل ألف أستاذ. -عدد الحواسيب لكل ألف طالب. -نسبة الحواسيب المرتبطة بالشبكات داخل المجتمع خارج المحيط الأسري. - نسبة النفقات الخاصة بالبرمجيات بالمقارنة للنفقات الخاصة بالعتاد	عدد مشترك الكوابل لكل ألف نسمة. -عدد مشترك التليفون المحمول لكل ألف نسمة. -متوسط تكلفة دقيقة واحدة من المكالمات الهاتفية. -عدد مشترك الفاكس لكل ألف نسمة. -عدد مالكي جهاز راديو لكل ألف نسمة. -نسبة الخلل لكل خط هاتفي (متوسط). -متوسط عدد الخطوط الهاتفية لكل أسرة. - عدد مالكي تلفزيون لكل ألف نسمة.	- عدد مستعملي الإنترنت ضمن اليد العاملة غير الزراعية. -عدد مستعملي الإنترنت لكل أسرة. -عدد مستعملي الإنترنت لكل عشرة آلاف طالب. - عدد مستعملي الإنترنت لكل ألف أستاذ. - جملة نفقات تطبيقات التجارة الإلكترونية على العدد الإجمالي لمستعمل الإنترنت	الحريات الفردية. -عدد قراء الصحف لكل مئة ألف نسمة. - حرية الصحافة نسبة الطلبة الداخلين إلى المرحلة الثانوية. - نسبة الطلبة على مستوى التعليم العالي

3. بدايات مجتمع المعلومات في الجزائر

تم إصدار قرار تحرير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر سنة 2000، حيث حظي هذا الأخير بالعديد من الإصلاحات أهمها : إنشاء سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية سنة 2001 كذلك إصدار قوانين بمهدف النهوض بهذا القطاع وترقيته منها قانون 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية والإعلام ، و قانون 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني ، وقانون 04/09 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وغيرها من الإصلاحات والقوانين التي تدعو إلى تطوير مختلف جوانب سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية وتهيئته للمنافسة وتوفير أطر الحماية وتشجيع النفاذ إلى الانترنت والانضمام إلى مجتمع المعلومات وتقليص الفجوة الرقمية بين الجزائر والدول الرائدة في القطاع (بن سولة ، 2018).

كذلك قامت الجزائر سنة 2005 بإطلاق برنامج أسرتك ousratic لدعم البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وكانت تهدف الجزائر من خلال هذا البرنامج إلى بيع 05 ملايين جهاز كمبيوتر في نهاية سنة 2010 ، لكن البرنامج وجد عجزا منذ البداية وتم بيع 25 ألف جهاز فقط مع نهاية 2008 ، بعدها أطلقت وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات برنامج تريتك سنة 2013 واستهدفت به الطلبة والمدرسين ، وبذلك سجلت الجزائر زيادة في طلب واستيراد أجهزة الكمبيوتر حيث وصلت نسبة الواردات إلى 4.15 % من إجمالي الواردات مقارنة بسنة 2010 التي كانت 2.96% ، وبارتفاع عدد أجهزة الكمبيوتر زاد الطلب على الخدمات التي يقدمها الهاتف الثابت حيث ارتفع عدد مستخدمي الهاتف الثابت من 1.96 مليون مشترك سنة 2002 إلى 3.07 مليون مشترك سنة 2008 ، ثم تراجعت إلى 2.58 مليون مشترك سنة 2009 ويرجع هذا إلى التوجه إلى الهاتف النقال وإطلاق مجموعة من الخدمات كخدمة MMS و GPRS ، ليعود عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الارتفاع مجددا حيث وصل إلى 3.23 مليون مشترك سنة 2012 ويرجع هذا الارتفاع لخدمة الانترنت التي تفرض على متعاملها الإشتراك

في شبكة الثابت ، أما سنة 2014 انخفض عدد المشتركين إلى 3.1 مليون مشترك وهذا لتوفير شبكات الهاتف النقال لخدمة الأنترنت (بن سولة ، 2018).

في خضم هذه الأرقام نشير أن خدمة الأنترنت في الجزائر دخلت أول عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية Cerist وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، و في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 لعام 1998 الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الأنترنت من الدولة و سمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، بيد أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا من جنسية جزائرية ا، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات.

وتشهد الأنترنت في الجزائر حركة ديناميكية حيث قفزت من 56 ألف مشترك سنة 2005 إلى أكثر من 02 مليون مشترك سنة 2013، كما شددت الفترة الممتدة من 2013 إلى 2014 ظهور خدمة أنترنت الجيل الثالث حيث أحصت وزارة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية عدد المشتركين في الجيل الثالث بأكثر من 08 مليون مشترك، وبذلك تضاعف عدد مشترك الأنترنت أربع مرات في سنة 2014 بأكثر من 9 ملايين مشترك مقارنة بسنة 2013 (02 مليون مشترك).

شرعت في الآونة الاخيرة الجزائر في عملية جديدة من التجارب التقنية، قصد رفع تدفق الأنترنت للمشاركين بخدمة 4 ميغابيت في الثانية إلى 10 ميغابيت في الثانية، ومشاركي 10 ميغابيت في الثانية إلى 20 ميغابيت في الثانية. كمرحلة أولى، ستخصص التجارب التقنية للاشتراكات السكنية ”IDOOM ADSL” و ”IDOOM Fibre”، عبر مجموعة من الولايات وهي الجزائر البلدية شلف وهران وتلمسان على ان تتسع العملية الى الولايات المتبقية تدريجيا (اتصالات الجزائر ، 2021) .

4. المجالات الواجب تحديثها والاعتناء بها بغرض الانتقال إلى مجتمع معلومات في ظل العولمة

إن بناء مجتمع المعلومات هدف استراتيجي لبلدان كثيرة ومنها الجزائر، إلا أنه ليس عملية قائمة بذاتها وإنما يرتبط بالسياسات الاجتماعية الأخرى والتغير الاجتماعي خاصة عندما يكون سريعاً يشكل تحديات جديدة دائمة لمتخذي القرار. وهناك حاجة إلى معرفة الوضع الراهن والمعارف الأساسية عنه وكذلك إلى حقائق ذات صلة موثوق بها عن الاتجاهات الإنمائية في المجتمع، والقدرة على التجديد المستمر ومواكبة احتياجات أفراد المجتمع المتغيرة". التي يوردها الباحث ابراهيم بعزیز كالتالي (بعزیز ، 2020) :

من الجانب التشريعي السياسي

- أول ما ينبغي أن يؤخذ بعين الاعتبار قبل أي شيء، هو مراعاة الخصوصية الإقليمية للجزائر.
- إكمال الترتيبات التشريعية القانونية، من خلال تشريع قوانين خاصة بحماية الملكية الفكرية، خاصة ما تعلق منها بالموارد الإلكترونية.
- إصدار تعليمات تحث الإدارة على تصميم مواقع للمعلومات المؤسساتية و المعلومات الخاصة بالإدارات العمومية، مما يسمح بتقريب المواطن من مؤسسات الدولة (الحكومة الإلكترونية e-gouvernement) .
- وضع سياسة وطنية فاعلة لإعداد تقارير و إحصائيات في مختلف المجالات، خاصة تلك المتعلقة بقطاع الاتصالات.

من الجانب الاقتصادي والمعلوماتي

- تهيئة وسط ملائم ومقبول لنشر استعمال واستغلال الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال في الاقتصاد الوطني وداخل المجتمع من مثل إقامة بنية تحتية ملائمة للاتصالات والشبكات.

- تشجيع خدمات المعلومات ذات القيمة المضافة، وحديث شبكات المعلومات الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تطوير نظام إحصاء وطني، وكذا الاستفادة من فرص التعاون الدولي في مجال المجتمع المعلوماتي".
- تدعيم الدولة لأسعار الأجهزة و التكنولوجيات الحديثة، كالحواسيب و قيمة الاشتراك في شبكة الانترنت.
- تشجيع الاستثمارات الخاصة، وإتاحة الوصول الحر لكل الأفراد للشبكات، وتشجيع تنوع المحتويات".
- تدعيم التجهيز المنزلي بالتكنولوجيات الحديثة، من خلال تخفيض الرسوم على أجهزة الإعلام الآلي، و حث المتعاملين على توفير خدمات متعددة للاشتراك، وتطويره بالقروض الاستهلاكية في قطاع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

من الجانب التعليمي التكنولوجي

- العمل على إتاحة مصادر المعلومات التقنية و العلمية، من خلال تحديث شبكات المعلومات بين الجامعات و مراكز البحث، و المدارس و المؤسسات الثقافية.
- الاهتمام بقطاع التربية والتعليم، من خلال تحديث مناهجه و ووسائله، و خصوصا إعادة تأهيل المدرسين بشكل يجعلهم يسايرون التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال، و يتيح لهم إمكانية و سهولة إدراجها في العملية التعليمية و التربوية. وحث الشركات المصنعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على التعاون مع مؤسسات التعليم وتزويدها بالتجهيزات بأسعار منخفضة.
- الاعتناء بالتعليم المستمر، و التعليم الجامعي المفتوح، خاصة بالنسبة للعمال و الإطارات، وتكثيف عملية رسكلة و إعادة تأهيل وتكوين العمال في قطاع الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و تعميم التكوين في مجال تكنولوجيا إعلام و الاتصال، و عدم حصره في شريحة معينة (المهندسين).

-تعزيز العلاقة بين قطاع التعليم و القطاع الاقتصادي خاصة فيما يخص التكوينات والتربصات في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

- أخيرا ضمان المتابعة المنتظمة والتقييم الدوري لإرساء قواعد مجتمع المعلومات، ومتابعة تحديث قطاع الاتصالات السلوكية و اللاسلوكية.

محاضرة التاسعة: الانترنت والتطبيقات الرقمية الجديدة

1. ماهية الانترنت

تعد الانترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، ان تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الاعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم.

انترنت في اللغة الانجليزية "Internet" "يتكون من البادئة Inter التي تعني "بين" وكلمة Net التي تعني "شبكة"، اي "الشبكة البينية" والاسم دلالة على بنية انترنت باعتبارها "شبكة بين الشبكات" او Networks او A Network of Networks شبكة من الشبكات " بالانجليزية Inter connected ومع هذا فقد شاع خطأ في وسائل الاعلام العربية تسمية "الشبكة الدولية للمعلومات التي يطلق عليها في اللغة الانجليزية International Network ظنا ان المقطع Inter في الاسم هو اختصار كلمة، International، والتي تعني "دولي".

يعرفها هنري جوسلين: " Henri Jouselin تقدم الإنترنت في العادة كأنها حقيقة، على الرغم من كونها لا تتمتع بوجود فزيائي، إنما فقط " بجرة " ترتبط فيها 50 ألف شبكة، وخمسة ملايين مزود serveur و تسير بطريقة لامركزية" (بن عمروش ، 2015/2014، صفحة 60).

أما الباحث عامر قنديلجي، فأعتبر أن الإنترنت هي: " مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب موجودة في آلاف الأماكن حول العالم، تمكن مستخدميها من البحث عن المعلومات أو التشارك في ملفات، بمساعدة بروتوكولات خاصة تمكن من التحكم وتسهيل عملية المشاركة " (بن عمروش ، 2015/2014، صفحة 61).

تجدر الاشارة الى التفرقة بين الانترنت والشبكة العنكبوتية أو ما يعرف بشبكة المعلومات العالمية ، World Wide Web فهي جزء من شبكة الإنترنت و تعد الجزء الأساسي والمهم منها، ذلك لأنها تشمل على كافة

المعلومات المنقولة عبر الشبكة، وتستخدم الشبكة العنكبوتية لنقل المعلومات، تقنية خاصة تعرف بلغة النص المتشعب Hyper Text Make-up Language والتي يشار إليها اختصار HTML تعمل على توصيل مختلف أنواع المعلومات عن طريق التنقل بين الصفحات و الملفات المخزونة في مواقع مختلفة ، وفق نظام يسهل على الباحث التشعب من خلال عدد من العبارات المفتاحية المرتبطة مع بعضها بشكل عنكبوتي، تعرف بالوصلات Link .

2. تاريخ ظهور الانترنت

نشأت الانترنت في ظل التحولات الاستراتيجية التي اتخذتها القيادة العسكرية والمتمثلة بوزارة الدفاع ابان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي وذلك تحسبا من احتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمد مما سيؤدي بالتالي الى شلل الشبكة الحاسوبية بكاملها وحرمان القيادة العسكرية الامريكية من الاستناد المعلوماتي .

قامت الحكومة الامريكية في 12 من ديسمبر 1969 من ربط وزارة الدفاع الامريكية بين أربع معامل وابحاث حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج وقامت بتخطيط مشروع شبكة الاتصال من حواسيب يمكنها من الصمود امام أي هجمة سوفياتية محتملة بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة تنجح البيانات من تجنب الجزء المعطل وتصل الى أهدافها وأطلق على هذه الشبكة وكالة المشاريع والأبحاث المتطورة Arpa Net (مخلف، 2010/2009، صفحة 26).

اربانات هو القسم المسؤول عن بناء الشبكة في ذلك الوقت والذي تحول اسمه فيما بعد الى Drapa وكان النموذج الأول من الانترنت يتكون من أربع أجهزة حاسوب صممت لغرض بناء شبكة الحواسيب العريضة من نوع wan وربط تلك الحواسيب معا عن بعد وتم تركيب الحواسيب الأربعة في أربع مراكز علمية (مخلف، 2010/2009):

- جامعة يوتا Utah كليفورنيا في سنتا باربرا.
- جامعة كليفورنيا في لوس انجلس.

▪ معهد ستنفورد الدولي للأبحاث.

▪ معهد ميت Mite ويعد من المعاهد الرائدة في مجال الحاسوب الالي والذكاء الاصطناعي.

تم في عام 1972 توصيل 72 جامعة ومراكز أبحاث الى الشبكة وكانت تلك الجامعات والمراكز تعمل في مشاريع وابحاث خاصة بوزارة الدفاع الامريكية وفي عام 73 قدمت مجموعة من الباحثين الخطوط العريضة لمحرك الانترنت الحالي الذي أصبح يسمى بالاتصالات اللاسلكية وهو ما عرف لاحقا باسم بروتوكولات الاتصال LCP LP/(مخلوف، 2010/2009، صفحة 26،27). ومن ثم استخدمت هذه البروتوكولات المناسبة بحلول عام 1980 وفي عام 1983 طالبت Drapa باستخدام بروتوكولات IP /TCP لكل الشبكات المترابطة. وفي عام 1986 تمّ استحداث بروتوكول جديد باسم بروتوكول نقل الأخبار عبر الشبكات Works news Net والذي خصص إلى خدمة جديدة عبر شبكة الإنترنت، هي خدمة المجموعة الإخبارية التي عرفت باسم Usenet و التي أصبحت أحد المكونات والاستخدامات الأساسية للشبكة العالمية (بن عمروش ، 2015/2014، صفحة 65).

شهدت بداية الثمانينات، تطور نظم الشبكات و اتساع نطاق استخدامها، في الوقت الذي تحلّت فيه وزارة الدفاع الأمريكية عن ARPANET لتتولاها وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية عبر ممرين إضافيين هما ESNET و NSINET، و ضمت إليها شبكات أخرى من الجامعات و مراكز البحوث و محطات العمل لتشكّل الإنترنت التي تحولت إلى الأعمال البحثية أولاً، و من ثمّ انتقل العمل فيها إلى البعد المعلوماتي و الإعلامي والتعليمي.

في أواخر الثمانينات ارتبطت بالإنترنت شبكات أخرى من فرنسا و اليابان و المملكة المتحدة و غيرها من دول العالم الأخرى، و ساهمت أوروبا بمميزات النقل السريع مثل WORD NET لغرض توفير إمكانيات ربط، أكثر من مائة ألف حاسوب متفرقة عبر عدد كبير من الشبكات. في بداية التسعينات انتشرت الإنترنت لتغطي رقعة من العالم، و انضمت إليها آلاف الشبكات، ويعود الفضل في ذلك إلى تطبيق نظام بروتوكول IP/TCP .

3. خدمات الانترنت

الاتصال عبر الانترنت هو أداة ربط معنوية ذهنية وفكرية بين المستخدمين على الشبكة لمختلف تقنياتها وامكانياتها وهي الوسيلة الأكثر استخداماً لأداء مختلف المهام وتحقيق الأهداف، هذه الإمكانيات الاتصالية الواسعة تدعم وتكمل الاتصال الإنساني على حد تعبير مكلوهان خاصة بعد تطوير البرامج التخاطبية المدعمة بالصوت والصورة والحركة والنص كما احتوت اغلب الوظائف الاتصالية التي كانت للإعلام التقليدي كالإذاعة والتلفزيون والصحف، نذكر منها (بزاوية، 2015/2014):

- **خدمات البريد الإلكتروني:** البريد الإلكتروني هو مصطلح وصفي يدل على تنامي القدرة على تبادل المعلومات بجميع أشكالها إذ يعد أكثر الخدمات الاتصالية استخداماً عبر الانترنت الأمر الذي أكدته عديد الدراسات ويمكن القول كذلك هي الخدمة التي تشرف على ارسال واستقبال الرسائل من حاسوب الى اخر داخل شبكة الانترنت. اين تعتبر خدمة البريد من أولى الخدمات المطورة.
- **خدمة التخاطب والمحادثة** تتم باستخدام بث المحاضرات من أي مكان في العالم، وعقد الاجتماعات، ونقل المحاضرات من القاعات الدراسية مثل التعليم عند بعد، وحل مشكلة نقص أعضاء هيئة التدريس والمعلمين، وعرض بعض التجارب العلمية.
- **خدمة القوائم البريدية** تتم من خلال تأسيس قوائم بريدية خاصة، وإنشاء قائمة بأسماء الطلاب في الفصل الواحد، وتأسيس قوائم بريدية للطلبة في كافة الجامعات أو المدارس أو الكليات، وإرسال متطلبات المادة والواجبات المنزلية، واشتراك الطلبة في القوائم العلمية العالمية، وربط الكادر الإداري مع بعضهم، وتوجيه الطلاب والمعلمين للتسجيل في القوائم العالمية العلمية حسب التخصصات.
- **خدمة الرسائل القصيرة (SMS):** تتوفر خدمة الرسائل القصيرة عبر الإنترنت من خلال إرسالها من الجهاز المرسل إلى الجهاز المستقبل، وبسعة تصل إلى 160 حرفاً أبجدياً كحدّ أقصى في الرسالة الواحدة.

● **الدردشات (Chats) :** تُعدّ خدمة التواصل عن طريق الدردشات والمحادثات من طرق التواصل الشائعة عبر الإنترنت، وهي تُتيح للمستخدم إجراء المناقشات مع شخص واحد أو عدّة أشخاص في نفس الوقت، بالإضافة إلى إمكانية نشر النصوص عبر شبكات الدردشة.

● **المنتديات (Forums) :** يشيع استخدام المنتديات عند مناقشة موضوع معيّن على مستوى جماعي، فهي عبارة عن جلسات واجتماعات عبر الإنترنت تُمكن المستخدم من التفاعل مع الآخرين، وتبادل الرسائل في مضمون الدردشة مع جميع أعضاء المنتدى، وتُعرف المنتديات أيضاً باسم لوحات الإعلانات، ومجالس المناقشة.

● **اللوحه البيضاء التفاعلية (Whiteboards) :** تشبه أداة اللوحه البيضاء عبر الإنترنت السبورة المادية، إذ تُمكن المستخدم من الرسم أو الكتابة ولكن على شبكة الإنترنت، الأمر الذي يجعل استخدامها شائعاً في المؤسسات التعليمية.

● **التراسل الفوري (Instant Messaging) :** يُمكن للمستخدم إرسال واستقبال الرسائل والردّ عليها بشكلٍ فوري مع شخص آخر يستخدم شبكة المراسلة الفورية ذاتها، وتُعدّ هذه الوسيلة من خدمات الدردشة التي تمّ تحسينها، ويُشترط في هذا النوع من التواصل عبر الإنترنت اتّصال كلّ من المستخدم المرسل والمستقبل بالشبكة ليتمكّنوا من التراسل بشكلٍ فوري، وفي حال لم يكن أحد المستخدمين متّصلاً بالشبكة، فسيصله إشعار بوصول رسالة من المستخدم الآخر.

● **خدمة الصوت عبر الإنترنت (Voice over Internet Protocol- VoIP) :** تُعدّ خدمة الصوت عبر الإنترنت شائعة الاستخدام في وقتنا الحالي؛ وذلك بسبب إتاحة الفرصة للمستخدمين للتفاعل فيما بينهم بالصوت والفيديو، ممّا يعزّز التواصل اللفظي بين اثنين من المستخدمين أو أكثر، وتُستخدم هذه الخدمة غالباً في المؤتمرات، والاجتماعات، والمكالمات الجماعية.

يُمكن تصنيف طرق الاتّصال عبر الإنترنت إلى طريقتين اثنتين، وهما: التواصل المتزامن، والتواصل غير المتزامن، إذ يكون التواصل متزامناً إذا كان تواصل الأفراد فيما بينهم بشكلٍ فوري خلال الوقت الفعلي، كالتواصل الفوري عبر الرسائل، أمّا التواصل غير المتزامن فيكون عندما يتواصل الأفراد كلاً بوقته الخاص وبشكلٍ غير فوري؛ كالردّ على الرسائل التي نُشرت عبر المنتديات مثلاً.

قائمة الاشكال و الجداول

قائمة الاشكال		
الصفحة	العنوان	رقم
5	الشكل رقم 1: توضح طرق وآليات التقييم	01
42	الشكل رقم 2: يمثل النموذج الخطي لأرسطو	02
43	الشكل رقم 03: يمثل النموذج الاتصالي لهارولد لاسويل	03
45	الشكل رقم 04: يمثل النموذج الاتصالي جورج جرينر	04
46	الشكل رقم 05: يمثل النموذج الاتصالي لشانون وويفر	05
47	الشكل رقم 06: يمثل النموذج الاتصالي لشرام	06
48	الشكل رقم 07: يمثل النموذج الاتصالي لشرام المستحدث	07

قائمة الجداول		
الصفحة	العنوان	الرقم
6	الجدول رقم (01): يوضح آليات التقييم البيداغوجي 6	01
75	الجدول رقم (02): يمثل مؤشر مجتمع المعلومات ISI	02

• قائمة المصادر و المراجع

1. Nowak Marcin .(2023 ,4 11) . *Top 7 Communication Problems in the Workplace* من الاسترداد من mitefcee: <https://mitefcee.org/top-7-communication-problems-in-the-workplace/>
2. التعليم نات . (6 11 ,2018). تم الاسترداد من اخلاقيات المهنة الاعلامية : <https://www.ta3lime.com/showthread.php?t=12883>
3. *How can I overcome communication barriers* من الاسترداد من (2 7 ,2023) ؟ <https://www.health.nsw.gov.au/mentalhealth/psychosocial/strategies/Pages/communicating-barriers.aspx>
4. C Merriel, J. (1993). *Medias en questions*. 1ere editon .
5. kaplar, R. (1995). *the government factor*. wachington : Cato institutue.
6. ابراهيم بعزيز . (16 04 ,2020). مجتمع المعلومات، المفهوم، الخصائص، و التحديات . تم الاسترداد من المنتدى العربي للعلوم الانسانية والاجتماعية : <https://socio.yoo7.com/t3556-topic>
7. اتصالات الجزائر . (01 07 ,2021). فضاء الصحافة والاعخبار . تم الاسترداد من <https://www.algeriatelecom.dz/ar/espace-presse>
8. احمد علي شومان . (2002). الانظمة الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية . عمان : دار الكوثر .
9. بسام عبد الرحمن . (2012). فلسفة التشريعات الاعلامية . الاردن : دار اسامة للنشر والتوزيع .
10. بومدين مخلوف . (2010/2009). اثر الانترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري اطروحة دكتوراه (منشورة). جامعة محمد بوضياف -مسيلة، علم الاجتماع والديموغرافيا.
11. جون هنبيرغ . (1996). الصحفي المحترف ، ترجمة كمال عبد الرؤوف . القاهرة : الدار الدولية للنشر و التوزيع.
12. جين فورمان . (2012). اخلاقيات الصحافة ترجمة محمد صفوت حسن . الجزائر : دار الفجر للنشر والطباعة والتوزيع .

13. حبيب بلقاسم، هالة برناط بن علي، و فاتن بن لاغي الطابعي. (2020). *اخلاقيات الاعلام في الزمن الرقمي*. الرياض - المملكة السعودية : مكتبة الرشد .
14. حسن عبد الجبار. (2009). *اتجاهات الاعلام الحديث و المعاصر*. الاردن : دار الاسامة .
15. حسن عماد المكاوي. (2014). *الاتصال و نظرياته المعاصرة* ، ، . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
16. حنان يوسف . (2010). *الاعلام و السياسة* . دار الكثير : القاهرة .
17. راضية قراد . (23 06 , 2017). *اخلاقيات ممارسة الصحافة المكتوبة _دراسة في عناصر السلوك المهني*. مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية .
18. رشا الصوالحة. (5 10 , 2022). *معوقات الاتصال*. تم الاسترداد من موضوع :
https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B9%D9%88%D9%82%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84#cite_note-3fe3541c_e8da_4781_ac8d_206a3fa26b49-3
19. زهرة بزواوية. (2015/2014). *مجتمع المعلومات والكفاءات الجديدة لدى اخصائي المعلومات*. رسالة ماجستير (منشورة). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقي، جامعة احمد بن بله: دهران.
20. زهير احدادن. (2007). *الصحافة المكتوبة في الجزائر* . الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .
21. سهير عبد الباسط . (يوليو، 2004). *مجتمع المعلومات / دراسة في المفاهيم والخصائص والقياسات*. (ع 22). *الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات*.
22. صادق الحمامي . (2005). *المسائلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات*. العدد3. تونس، معهد الصحافة وعلوم الاخبار : اتحاد اذاعات الدول العربية .
23. عبد الجليل حسناوي . (27 ديسمبر، 2016). *اخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الاعلام الجزائرية* . مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية ، صفحة 17.
24. علي كنعان . (2013). *الصحافة مفهومها و انواعها* . الاردن : دار المعتزللطبع و التوزيع .
25. فارق ابو زيد. (1998). *مدخل الى علم الصحافة* . القاهرة : دار عالم الكتاب .
26. فريدة بن عمروش . (2015/2014). *استخدامات الانترنت في البحث العلمي الجامعي*، اطروحة دكتوراه (منشورة). كلية علوم الاعلام والاتصال : جامعة الجزائر 3.

27. فضيل دليو . (ديسمبر, 2017). الانظمة الاعلامية في العالم : من نظريات الصحافة الى ما بعد النماذج الاعلامية. مجلة العلوم الاجتماعية (25).

28. فهد بن عبد الرحمن الشميمري. (09 06, 2020). التربية الاعلامية ... كيف نتعامل مع الاعلام؟ تم الاسترداد من <https://www.saudimediaeducation.org/sme/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D8%B9-%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85>

29. محمد عبد الحميد. (1993). دراسات الجمهور في بحوث الاعلام . القاهرة : عالم الكتب .

30. محمد منير حجاب . (2010). نظريات الاتصال . مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع .

31. مصطفى عليان ربحي. (2009). اقتصاد المعلومات . عمان: دار الصفاء .

32. مليكة بن علي . (بلا تاريخ). مجتمع المعلومات. محاضرة منشورة . مستغام، قسم العلوم الانسانية.

33. منال هلال. (2018). نظريات الاتصال . الاردن : دار الميسر .

34. نصر الدين امقران . (2020/2019). حرية الصحافة في الجزائر بين التشريع والممارسة في ظل التعددية الاعلامية. الجزائر، اطروحة دكتوراه -قسم الاعلام .

35. نور الدين بن سولة . (01 03, 2018). مجتمع المعلومات في الوطن العربي. جيجل: مجلة جيل للعلوم الانسانية والاجتماعية.

36. هند علوي. (2008/2007). المرصد الوطني بمجتمع المعلومات . اطروحة دكتوراه منشورة . قسنطينة ، علم المكتبات، تخصص اعلام علمي وتقني: جامعة منتوري .

فهرس المحتويات

2	أولا : البطاقة التقنية.....
2	1.المعلومات الأساسية حول المقياس
2	2.تقديم المحاضرة
3	3.المحتوى
3	4.المتطلبات الأساسية
4	5.أهداف المقرر الدراسي
4	6.طرق تقييم التعلم
7	المحاضرة الاولى : التطور التاريخي للظاهرة الاتصالية.....

مدخل

8	1.المراحل التطورية لوسائل الاعلام والاتصال
10	المرحلة الأولى: المرحلة الشفهية
10	المرحلة الثانية: المرحلة الكتابية أو الخطية
11	المرحلة الثالثة: مرحلة الطباعة
11	المرحلة الرابعة: الاكتشافات والاختراعات الاتصال السلوكي و اللاسلوكي
12	المرحلة الخامسة: مرحلة تكنولوجيا الاتصال
15	المرحلة السادسة: ثورة المعلومات أو المعلوماتية
17	المحاضرة الثانية : عناصر العملية الاتصالية.....

17	مدخل
18	1. عناصر العملية الاتصالية
18	1.1. المرسل او القائم بالاتصال
18	2.1. الرسالة
19	3.1. الوسيلة
21	4.1. المتلقي أو المستقبل
21	5.1. رجع الصدى او التغذية العكسية
22	6.1. التأثير

22 أنواع الاتصال	2
22 1.2. الاتصال من حيث اللغة المستخدمة	1.2
24 2.2. الاتصال من حيث درجة الرسمية	2.2
25 3.2. الاتصال من حيث اتجاهه	3.2
25 4.2. الاتصال من حيث حجم المشاركين ونجد فيه التقسيمات التالية (شومان، 2002):	4.2
27 5.2. الاتصال من حيث درجة التأثير	5.2

28 المحاضرة الثالثة : معوقات العملية الاتصالية

28 مدخل	
29 1. مفهوم المعوقات الاتصالية	1.
29 2. المعوقات المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية	2.
29 المعوقات المتعلقة بالمرسل (المصادر)	
30 المعوقات المتعلقة بالرسالة	
30 المعوقات المتعلقة بالمستقبل	
30 المعوقات الخاصة بالوسيلة	
31 المعوقات المتعلقة ببيئة الاتصال	
32 3. خصائص الاتصال الفعال (كيف نتغلب على المعوقات الاتصالية)؟	3.
34 4. عوامل نجاح العملية الاتصالية	4.

35 المحاضرة الرابعة : وسائل وأغراض العملية الاتصالية

35 مدخل	
35 1. وسائل الاتصال	1.
35 -الوسائل الشفهية	
36 -الوسائل الكتابية	
36 الوسائل غير اللفظية	
36 2. أغراض الاتصال	2.
37 1.2. الأغراض المتعلقة بالاستجابة للحاجات الشخصية	1.2
38 2.2. الأغراض المتعلقة بالجوانب الاجتماعية	2.2
39 3.2. الأغراض المتعلقة بالجوانب الاقتصادية:	3.2
39 4.2. الأغراض المتعلقة بجوانب التعبير من النفس:	4.2

40	المحاضرة الخامسة : نماذج العملية الاتصالية
40	مدخل
40	1. تعريف النماذج الاتصالية
41	2. أنواع النماذج الاتصالية
41	3. أهداف نماذج الاتصال
42	4. النماذج الخطية التاريخية (أحادية الاتجاه)
42	نموذج "أرسطو":
42	نموذج هادول لا زويل <i>lesswell</i>
44	نماذج (جورج جرينر)
45	نموذج (شانون و ويفر) <i>Shannon and weaver</i>
47	نموذج شرام
48	5. النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه)
48	نموذج روسي
50	محاضرة السادسة: السياسة والاعلام
50	مدخل
50	1. النظرية السلطوية
52	1. النظرية الليبرالية
54	2. النظرية الاشتراكية
56	3. نظرية المسؤولية الاجتماعية
61	المحاضرة السابعة: الاخلاق والاعلام
61	مدخل
61	1. ماهية الاخلاق الإعلامية
62	2. خصائص المهنة الصحفية
64	3. نماذج من موضوعات المواثيق الأخلاقية الإعلامية
64	أ. مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع
67	4. التجربة التشريعية الجزائرية في اخلقت قطاع الإعلامي
70	محاضرة الثامنة: وسائل الاعلام ومجتمع المعلومات
70	مدخل

70	1. مفهوم مجتمع المعلومات
72	2. خصائص مجتمع المعلومات
73	3. قياسات مجتمع المعلومات
76	3. بدايات مجتمع المعلومات في الجزائر
78	4. المجالات الواجب تحديثها والاعتناء بها بغرض الانتقال إلى مجتمع معلومات في ظل العولمة
78	من الجانب التشريعي السياسي
78	من الجانب الاقتصادي والمعلوماتي
79	من الجانب التعليمي التكنولوجي
81	محاضرة التاسعة: الانترنت والتطبيقات الرقمية الجديدة
81	1. ماهية الانترنت
82	2. تاريخ ظهور الانترنت
84	3. خدمات الانترنت
84	☐ خدمات البريد الالكتروني
84	☐ خدمة التخاطب والمحادثة
84	☐ خدمة القوائم البريدية
84	☐ خدمة الرسائل القصيرة :
85	☐ الدردشات :
85	☐ المنتديات
85	☐ اللوحة البيضاء التفاعلية
85	☐ التراسل الفوري
85	☐ خدمة الصوت عبر الإنترنت
87	قائمة الاشكال و الجداول