

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجزائر 2 - أبو القاسم سعد الله -



كلية العلوم الاجتماعية

المرجع/المراسلات الوزارية:

01-رقم: 288/أ.خ.و/2020 بتاريخ 29 فيفري 2020

02-رقم: 416/أ.خ.و/2020 بتاريخ 17 مارس 2020

03-رقم: 440/أ.خ.و/2020 بتاريخ 23 مارس 2020

نموذج الوثيقة البيداغوجية لتدعيم

منصة التعليم عن بعد

cours@univ-alger2.dz

اسم ولقب الأستاذ:.....سويح سايح.....	
☒ محاضرة	☐ مدخل إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....تطبيق

نوع الوثيقة - محاضرة/ أعمال موجهة/.....محاضرة.....
الفئة المستهدفة من الطلبة: ليسانس / ماستر:.....ماستر.....
المستوى:.....أولى ماستر (صحة السكان).....
المجموعة:.....
التخصص:.....أولى ماستر (صحة السكان).....
تاريخ تسليم الوثيقة:.....2020/04/01.....

مقدمة:

برزت الظاهرة الاتصالية إلى الوجود مع بداية الإنسان، وتطور 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، وبفضلها حولت المجتمع من مجتمع جمعي إلى مجتمع جماهيري.

ويتميز العصر الحديث بمواكبته لتكنولوجيا فائقة المفعولية في مجال الاتصال لذلك تعتبر الوسائط التكنولوجية الحديثة والمتمثلة في القنوات الفضائية، الهاتف النقال، الأنترنت من أهم المواضيع التي يتسارع العلماء والباحثين إلى دراستها خاصة في مجال العلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام والاتصال ويعود هذا الاهتمام المتزايد لهذه المواضيع إلى التغيرات التي تحدثها في المجتمع والتي تمس مختلف جوانبه، فالعالم اليوم يشهد انفجارا اتصاليا وثورة تكنولوجية كبيرة ألغت فيها الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد والمجتمعات وجعلت الفرد لا يتصل بعاصريه فحسب بل حتى بالأجيال التالية من خلال ما يحفظه لهم من تراث ومعلومات مكنته من التواصل مع غيره بطريقة سريعة وفورية وفي أماكن مختلفة من العالم.

ونحن في محاضراتنا في هذا السداسي الثاني نحاول أن تكون مدخلا إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أولاً: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال

1. التكنولوجيا
2. الإعلام والاتصال
3. تكنولوجيا الاعلام والاتصال
4. مفاهيم مشابهة للإعلام والاتصال
 - 1.4 الدعاية
 - 2.4 الدعوة
 - 3.4 الإشاعة
 - 4.4 الإشهار

1. التكنولوجيا

1.1. التكنولوجيا لغة:

لفظ "تكنولوجيا" يوناني الاصل (Technologie) وهي مشتقة من كلمتين "Ne Teck" وتعني "تقنية" او فن "وكلمة (Logis أو Ligos) تعني علم + دراسة، وعلى هذا الأساس تشير التكنولوجيا الى الدراسة الرشيدة للفنون، إن اصطلاح التكنولوجيا يعني تفسير الألفاظ الخاصة للفنون والمهن العديدة¹. كما ورد في بعض المصادر (بومهرة نور الدين 1989) أن أول ظهور المصطلح التكنولوجيا كان في ألمانيا عام 1770 وهو مركب من مقطعين (Techno) وتعني باللغة اليونانية (الفن أو صناعة يدوية) و (Logy) تعني (علم) أو نظرية وينتج عن تركيب المقطعين معنى "علم الصناعة المعرفة النظامية في الفنون الصناعية أو العلم التطبيقي وليس لديها مقابل أصل في اللغة العربية بل عريت بنسخ لفظها حرفيا تكنولوجيا².

2.1. التكنولوجيا اصطلاحا:

يعرفها المعجم الشامل بأنها:

- التكنولوجيا هي جملة المعرفة التي تتعلق بعمليات التصنيع والاستخراج.
- التكنولوجيا هي القطاع العام أو المنظم من العلم الذي يطبق على الصناعة.
- التكنولوجيا هي نسق من معارف تقنية مستمدة من علوم مختلفة وتهدف كلها إلى غاية واحدة وهي تطوير الانتاج وتوزيع وسائله وتحديد دور الانسان فيه وهي سمة من سمات العصر الحالي³.

2. الاعلام والاتصال

1.2 الاعلام.

أ. الاعلام لغة:

مادة : ع ل م أعلم فلانا الخبر: أي أخبره به.
عَلِمَ علماً الرجلُ: حصلت له حقيقة العلم، والشيء أي عرفه وتيقنه، والشيء شعر به وأدركه.
أعلم الأمر وأعلم بالأمر: أطلع عليه، وأعلمت الشيء أي علمه.
استعلمه الخبر أي استخبره إياه، والعلم هو جمع علوم وهو إدراك الشيء بحقيقته⁴.

¹ محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة-الاستخدام والتأثير-، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص02.

² فضيل دليو: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 13.

³ مصلح الصالح: قاموس الشامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي -عربي، ط 1، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1999، ص554.

⁴ المنجد في اللغة والأعلام، ط 30، دار المشرق، بيروت، 1988، ص ص 526-527.

ب. الاعلام اصطلاحا:

الاعلام (Information) هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الاعلام على التتوير والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي¹. وهو أيضا عملية نقل الخبر أو وجهة النظر أو كليهما من طرف إلى طرف آخر. وهذا التعريف يشمل كل صور الإعلام المتداولة في وسائل الإعلام المختلفة².

ولتوضيح التعريف لابد من ذكر صور الإعلام المتداولة وهي على النحو التالي:

- نقل خبر بدون هدف من ورائه باستثناء الرغبة في نقله، واستجابة لرغبة المستمع، وهذه الصورة هي الدارجة في التعاملات العادية، وهي نادرة في وسائل الأعلام الحديثة.
- نقل خبر حدث فعلا وتوظيفه لخدمة جهة معينة من خلال تحليله بما يتناسب وتوجهات تلك الجهة أو إضافة أحداث وشخصيات غير واقعية للخبر أو إظهاره في توقيت معين أو إظهاره مع خبر أو مجموعة أخبار لفرض نتيجة تحليلية لا شعورية على المتلقي.

وقد اختلف المفكرين في وضع تعريف شامل للإعلام، وعموما يمكن القول بأن الإعلام يعني:

* حسب الأستاذ طلعت همام "الإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاوبهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم"³.

* أو هو تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها⁴.

1.2 الاتصال.

أ. الاتصال لغة:

نجد أن أصله وصل بمعنى بلغ أو وصل إليه، أي بلوغ الهدف (الوصول إليه) بمعنى وصل إليه وصلا أي بلغه.

- ويعنى هذا المفهوم في معجم الوسيط في مادة وصل، أصل الفعل، وهو بمعنى يصل فلان وصولا أي

¹ محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سابق، ص 03.

² محمود محمد سفر: الإعلام موقف، ط 1، مطبعة تهامة، السعودية، 1982، ص 21.

³ طلعت همام: مائة سؤال عن الإعلام، ط 2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1985، ص 7.

⁴ سامي ذبيان: الصحافة اليومية والإعلام (الموضوع، التقنية والتنفيذ)، ط 2، دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، 1987، ص 35.

وصل الشيء أي بلغه وانتهى إليه¹.

أما كلمة Communication الانجليزية فمشتقة من الأصل اللاتيني Communis ومعناها عام أو شائع أو مألوف، وتعني الكلمة المعلومة المرسله الرسالة الشفوية أو الكتابية، شبكة الطرق وشبكة الاتصالات، كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الرمز².

ب. الاتصال اصطلاحاً:

يعرفه "كارل هوفلايد" الاتصال على أنه العملية التي ينتقل بموجبها الفرد (المرسل) منبهات (رمز، لغوية، رسالة) بقصد تعديل أو تغيير سلوك الأفراد الآخرين³.

التعريف الثاني: يعرف الاتصال على أنه بث وسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية والسياسية، ويوجدون في مناطق متفرقة⁴.

من التعريف نجد أن الاتصال عملية تتم عبر مناطق مختلفة وفي جميع النواحي والمجالات بين مختلف الاشخاص بواسطة وسائل قد تكون واقعية أو خيالية.

-التعريف الثالث: كما يعرف أيضا على أنه: الأفعال والتعبيرات والأشكال التي تتم بين بني البشر بغرض الإبلاغ والإيحاء، والإيماء للعواطف والأفكار، ونقل المعاني المشتركة لأغراض الإقناع المبني على الحقائق والأدلة والشواهد⁵.

-التعريف الرابع: الاتصال هو عملية ما بين الأشخاص، لإرسال واستلام رموز تتضمن رسائل⁶. من التعريفين السابقين نستنتج أن الاتصال عبارة عن أشكال ورموز تترجم إلى رسائل، تثبت بين مختلف الجنسيات والأطراف لغرض أو هدف معين.

نستنتج مما سبق بأن الاتصال عبارة عن عملية نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخر بغرض تحقيق الأهداف المنشودة في المؤسسة، فمن غير الممكن تصور جماعة أيا كان نشاطها دون أن تتصور في نفس الوقت عملية الاتصال التي تحدث بين أقسامها وبين أفرادها وتجعل منها وحدة عضوية.

¹ إبراهيم عبده الدوسوقي: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص 11.

² رجي مصطفى عليان وعدنان محمد الطوباسي: الاتصالات والعلاقات العامة، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 27.

³ نصر الله عمر عبد الرحيم: مبادئ الاتصال التربوي والإنسان، ط 1، دار وائل، عمان، 2000، ص 30.

⁴ مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط 1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص ص 26-27.

⁵ بشير العلاق: الاتصال في المنظمات العامة مبن النظرية والممارسة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، لأردن، 2009، ص 17.

⁶ مصطفى محمود أبوبكر وعبد الله بن عبد الرحمن البريدي: الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، دار الجامعية، مصر، 2007، ص 40.

3. تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أ. تكنولوجيا الاعلام والاتصال لغة:

يجب الإشارة إلى ان مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال ورمزه (TIC/ICTs) ليس مفهوماً وحيداً المعنى، فهو من اهتمام عدة تخصصات: الرياضيات، الاعلام الآلي، الاتصال، الادب، علم الاجتماع، علم النفس، الفلسفة، هندسة الاتصالات... ولقد ظهر مفهومه في ثمانينيات القرن الماضي في الولايات المتحدة الامريكية باسم مصطلح "تكنولوجيا الاعلام (Information Technologies) أو IT الناتج عن دمج الحواسيب بالخطوط الهاتفية، ثم في اليابان باسم الكمبيوتر والاتصال (communication & computer) ولاحقاً في أوروبا باسم (Télématique)، و (Télécommunication et Informatique) أي الاتصالات عن بعد والإعلام الآلي، وأخيراً وبعد تأثير علوم الاعلام، والاتصال شاع في أوروبا المصطلح الحالي (TIC/CIT).

ب. تكنولوجيا الاعلام والاتصال اصطلاحاً:

مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالنسبة للمقاربات الرسمية ممثلة في المنظمين الدوليتين/ الأمم المتحدة ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (ONU, OCDE) أنها عبارة عن وسائل إلكترونية تنقل وتخزن وتعالج وتنتشر المعلومات، وتتمثل الداعمة المادية لهذه التكنولوجيات بالنسبة للمؤلفين (Lorente, Bernete, Becerril) في الكهرباء، الالكترونيات والفوتونيك، ودعامتها الفكرية والمعرفية في البرمجيات (Software)، أما تطبيقاتها فتشمل الاتصالات عن بعد، الإعلام الآلي، صناعة محتويات السمع بصري والوسائط المتعددة (Multimedia) تكنولوجيا المعلومات هي التكنولوجيا المستعملة في تجميع وتخزين، واسترجاع ومعالجة المعلومات¹.

كما تعرف أيضاً بتكنولوجيا المعلومات وقد عرفها عاطف السيد بأنها: التكنولوجيا المتعلقة بتخزين واسترجاع ومعالجة وتداول المعلومات وإنتاج البيانات بالوسائل الإلكترونية، ويمكن أن تكون البيانات شفوية أو مصورة أو نصية أو رقمية.

ويعرفها محمد الهادي بأنها: مزيج بين وسائل الاتصال وأجهزة الحاسب الآلي بداية من الأفلام المصغرة إلى الأرقام الصناعية.

ويعرفها شوقي سالم بأنها: كافة الأدوات والأجهزة والبرامج المستخدمة في تخزين واسترجاع المعلومات مثل وسائل الاتصال، أجهزة الحاسب الآلي، المكتبات... الخ².

بينما يعرفها "روجر كارتر" Roger carter في كتابه المسمى (the information) على أنها: " الأنظمة والأدوات المستخدمة لتلقي وتخزين وتحليل وتوصيل المعلومات بكل أشكالها وتطبيقاتها لكل جوانب حياتنا³.

¹ مصلح الصالح: قاموس الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي عربي، ط 1، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1999، ص 554.

² مصطفى السايح: المنهج التكنولوجي وتكنولوجيا التعليم والمعلومات في التربية الرياضية، ط 1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ص 177-178.

³ ياسين خض البياتي: الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق، عمان، 2006، ص 20.

وأیضا هي مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث ودراسات مبتكرة في مجال الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتبية التي تمثل مجموعة الرسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية، وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية¹.

4. مفاهيم مشابهة للإعلام والاتصال

1.4 الدعاية

الدعاية كلمة مستحدثة اشتقاقها قد يكون الادعاء وهو المطالبة بالشيء حقا أو باطلا ولذا فهي تختلف لغة عن الدعوة لأن الدعوة هي المطالبة أو الدعاء إلى شيء مع الاعتقاد أنه حق ثابت...ولقد عرفها الدكتور عبد اللطيف حمزة بقوله: "هي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولهدف معين"².

ويرى الدكتور عبد القادر حاتم : أن الدعاية هي العمل بكل الأساليب والوسائل لتأييد فكرة أو عقيدة معينة ويدور هذا التعريف حول (الغاية تبرر الوسيلة) لدى رجل الدعاية الذي يحرف و يبذل و يغير الوقائع و يلجأ إلى أسلوب التهيج و الإثارة أحيانا

وبالتالي الدعاية هي فن التأثير والممارسة والسيطرة لقبول وجهات النظر لصحاب الدعاية.

* خصائص الدعاية:

- تختص الدعاية بشيئين أساسيين وهما النشر والتضخيم وهما متلازمان لها معا.
- النشر: فهي صفة أخذتها من عملية الاتصال فالدعاية تقام إذا كان عند أصحابها فكرة أو مجموعة آراء يريدون نشرها بين الناس فالهدف الأول من الدعاية هو جعل عدد كبير من الناس يتعرفون على هذه الأفكار والآراء ولهذا تلجأ الدعاية إلى جميع الوسائل المعروفة عند الاتصال منه الاتصال الشخصي والجماعي كما تستعمل جميع الوسائل الإعلامية من صحافة وراديو وتلفزة وغيرها.
- التضخيم: فهو استعمال لغة غير عادية فيها كثير من المبالغة والمفاضلة في نشر الآراء والأفكار لإلفات أنظار عدد كبير من الناس وبما أن الدعاية تبحث عن نشر الآراء والأفكار لا تتعلق بأذهان الناس إلا إذا صادمت أفكارهم بقوة وعنف³.

2.4 الدعوة: وهي مخالفة للدعاية، ترتبط بالعقيدة، فهي خطاب للعقل يقوم على أساس تقديم الحقيقة، فهي نوع من أنواع الإقناع المستند إلى الصدق، فهي لغة ترفض الأكاذيب والتشويه وترتبط بالأديان السماوية.

¹ عبد الأمير الفصيل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص ص 14-15.

² عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية، ط 1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1984، ص 65.

³ جمال محمد أبو شنب وأشرف محمد خوخه: الدعاية والإعلان، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 21.

3.4 الإشاعة

الإشاعة لغة هي اشتقاق من الفعل "أشاع" أما الشائعة لغة فهي اشتقاق من الفعل "شاع" الشيء يشيع شيوعا ومشاعا ويقال: شاع بالشيء - أذاعه.

والإشاعة هي نشر الخبر بصفة غير منتظمة وبدون تحقيق من صحة الخبر فالإشاعة إذا لها صلة وثيقة بعملية الاتصال والإعلام إذ مثلهما فهي تنشر بين عدد كبير من الناس خبرا أو أخبارا غير أنها تختلف عنها من كونها تقوم بعملية النشر بصفة شبه سرية إذ تتكرر بطبعها عن مصادرها وتمتدع عن ذكرها ثم أنها تنشر أخبارا وهمية وقد تكون حقيقية ولكنها تلبسها كثيرا من التحريف يشوه صورة الحدث الأصلي وهي عملية لا تتم في وقت واحد كما هو الشأن في عملية الإعلام ولكنها تتم بتدرج زمني وتنتقل من شخص للأخر¹.

4.4 الإشهار

يعرفه الشيرازي على أنه المجاهرة في حين أن بطرس البستاني قال أنه يعني النشر والإظهار هذا عند العرب بينما يعرفه قاموس "لاروس" الصادر عن دائرة المعارف الفرنسية أنه مجموعة من الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجارية أو صناعية واطراد منتجاتها "

إن الإشهار عملية من عمليات الاتصال بالجمهور إذ هو بدوره يقوم بعملية نشر لبعض المعلومات الخاصة بين عدد كبير من الناس فالعلاقة بينه وبين الإعلام كذلك وطيدة وربما قد يتداخل مفهومهما نظرا لكونهما يستعملان نفس الوسائل ويتعايشان معا داخل الوسائل الإعلامية الكبرى مثل الراديو². كما أنه مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة أو استهلاك منتج معين. فالإشهار يشمل جانبين متكاملين:

- عملية نشر معلومات بين عدد كبير من الجمهور (له علاقة بالإعلام)
 - عبارة عن طرق ووسائل تستعمل في عملية النشر والاتصال
- والفرق بينه وبين الإعلام والاتصال هو في الهدف فالإعلام يكتفي بإعطاء المعلومات أما الإشهار فهو يريد أن يقنع الناس، فهو يعطي للصيغة أهمية كبيرة، ويريد من ورائها الإقناع ثم المكسب المادي. لذا يعتبر نشاط تجاري وعملية للترويج والبيع والشراء داخل المجتمع، فهو يكتفى بأنه إعلام تجاري واقتصادي.

¹ زهير أحداتن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص ص30-35.

² جمال محمد أبو شنب وأشرف محمد خوخه: المرجع السابق، ص 22.

ثانيا: كل ما يتعلق بالاتصال من الخصائص إلى النماذج

1. خصائص الاتصال
2. أهمية الاتصال
3. أنواع الاتصال.
4. عناصر عملية الاتصال
5. شروط نجاح رسالة الاتصال
6. النماذج الشهيرة في عملية الاتصال

1. خصائص الاتصال

يمكن تبيان أهم خصائص الاتصال على النحو الآتي¹:

- **الاتصال عملية ديناميكية:** الاتصال هنا عملية تفاعل اجتماعي يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار بين الناس، فنحن نتأثر بالرسائل الاتصالية الواصلة إلينا من الناس، فنغير معلوماتنا وسلوكنا، وفي المقابل فإننا نؤثر في الناس بالاستجابة لهم والاتصال معهم بهدف التأثير على معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم.
- **الاتصال عملية مستمرة:** الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد لها بداية أو نهاية فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا أو الكون المحيط، فالاتصال يستمر ما استمرت الحياة.
- **الاتصال عملية دائرية:** لا تسير عملية الاتصال في خط واحد من شخص لآخر فقط، بل تسير بشكل دائري، حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال في نسق دائري فيه إرسال واستقبال وأخذ وعطاء وتأثير وتأثر يعتمد على استجابات المرسل والمستقبل.
- **الاتصال عملية لا تعاد:** تتغير الرسالة الاتصالية بتغير الأزمان والأوقات والجمهور المستقبل وكذلك معناها، فرسائل أمس الاتصالية ليست كرسائل اليوم أو الغد.
- **لا يمكن إلغاء الاتصال:** ليس من السهل إلغاء التأثير الذي حصل من الرسالة الاتصالية وإن كانت غير مقصودة، كزلة اللسان، أو الخطأ في اختيار الزمان أو المكان، أو الموقف الاجتماعي وهذا يبدأ بالأسف أو الاعتذار، ولكن من الصعب سحب الكلام أو الرسالة إذا تم توزيعها.
- **الاتصال عملية معقدة:** إضافة إلى أن الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلف، فهي معقدة أيضا لما تحويه من أشكال وعناصر وأنواع وشروط يجب اختيارها بدقة عند الاتصال وإلا ستفشل العملية الاتصالية².

2. أهمية الاتصال:

- تتمثل أهمية الاتصال في القدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين، وتبادل الآراء والأفكار، والمعلومات بحيث تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا.
- ويمكن أن نوجز أهمية الاتصال في النقاط التالية³:

* أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل.

- **الإعلام:** أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل أو الجمهور المستقبلين وإعلامهم عما يدور حولهم من أحداث.

¹ مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص 41-42.

² محمد الصيرفي: الاتصالات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 23.

³ مصطفى يوسف كافي: الاتصال والصراع التنظيمي، ط 1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص ص 24-27.

- **التعليم:** أي تدريب وتطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة، وتطوير إمكانياتهم العملية.
 - **الترفيه:** وذلك بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.
 - **الإقناع:** أي إحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين.
 - * **أهمية الاتصال من وجهة نظر المستقبل**
 - فهم ما يحيط به من ظروف وأحداث.
 - تعلم مهارات وخبرات جديدة.
 - الراحة والمتعة والتسلية.
 - الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعد في اتخاذ القرار والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا.
- 3. أنواع الاتصال.**

توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال أهمها: حسب الوسائل المستخدم، وحسب درجة الرسمية وحسب الاتجاه، والتقسيم حسب درجة التأثير على النحو التالي¹:

- **أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:** ويقسم الباحثون الاتصال إلى:

أ. الاتصال اللفظي:

وهو الاتصال الذي يتم من خلال استخدام اللغة المنطوقة أو الشفوية في توصيل الرسالة أو المعلومات إلى المستقبل، فهو الذي يستخدم اللفظ فيه كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إل المستقبل سواء كانت مكتوبة أم غير مكتوب، كالمذكرات، الخطابات، التقارير، وغالبا ما يتم ذلك وجها لوجه ويسمى أيضا الاتصال الشفهي ويأتي ضمن هذا النوع من الاتصال: الاتصال بين شخص، الاتصال داخل الجماعة، الاتصال بين الجماعات الاتصال مع الجمهور.

ب. الاتصال غير اللفظي:

وهو عبارة عن تعبير منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أوقد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه: لغة الصمت، والتعبيرات الحسية والفيزيولوجية والتغيرات الحركية واللغة الرمزية، والإشارات، ويطلق على هذا الاتصال اللغة الصامتة وهو من أقدم أنواع الاتصال، ومهما تكن فعالية هذا النوع من الاتصال فإنه قصير المدى من حيث المسافة التي يغطيها بين نقطة الإرسال، ونقطة الاستقبال إضافة إلى أنه واجه صعوبة فهمه في بعض الأحيان.

* **أنواع الاتصال من حيث درجة رسميته:** ويقسم من حيث درجة رسميته إلى²:

¹ رحمة الطيب عيساني: مدخل إلى الاعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط 1، دار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص 28-34.

² رحمة الطيب عيساني: مرجع سابق، ص ص 34-36.

أ. الاتصال الرسمي:

وهو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها، ويعتمد على الخطابات أو المذكرات، حيث يوجد في كل مؤسسة ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة. والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية التي يتضمنها الهيكل.

وهكذا يتم الاتصال الرسمي غالبا في إطار التنظيم ويسير وفق أساليب وإجراءات وقواعد رسمية ومحددة ومعروفة، كما أنه غالبا يكون موثقا بصورة رسمية مكتوبة ويمكن أن يسير الاتصال الرسمي من أعلى إلى أسفل، أو من أسفل إلى أعلى، أو في شكل أفقي.

ب. الاتصال غير رسمي:

وهو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة في غير رسمية بين العاملين يتبادلون المعلومات والأفكار أو وجهات النظر أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية.

والاتصال غير الرسمي لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية كما هو الحال في الاتصال الرسمي وإنما يتم غالبا عبر قنوات خارجية بعيدا عن القنوات الرسمية، ولا يتم داخل التنظيم فقط، بل يتعداه إلى خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية واللقاءات والرحلات.

* أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره: ويقسم إلى:

أ. الاتصال المباشر الشخص:

ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجها لوجه، وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية.

ب. الاتصال الجماهيري:

ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري، وهذا النوع من الاتصال يتم بطريقة غير مباشر، وغالبا ما يكون في اتجاه واحد.

* أنواع الاتصال من حيث الهدف: وفي تصنيف آخر وفقا للغرض أو الهدف نجد ما يلي¹:

أ. الاتصال الإقناعي: هو الفعل الذي يستند إلى مساع معمولة من أجل تغيير سلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية.

ب. الاتصال الثقافي: وهو نوع من أنواع التبادل بين الثقافات يحدث تداخل أو امتزاج بين مجتمعين أو جماعتين أو أكثر ينتميان إلى ثقافات مختلفة لكل منها تراث ثقافي متميز عن تراث آخر.

¹ بسام عبد الرحمن المشافية: نظريات الاتصال، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص 101-103.

ج. **الاتصال التسويقي:** هو عملية توصيل فعالة لمعلومات المنتج وأفكاره إلى الجماهير المستهدفة ويعتمد على الاتصال الجماهيري وكذلك يرتبط بمفهوم التأثير الاجتماعي ارتباطاً عفوياً.

د. **الاتصال التنظيمي:** وهو الاتصال الذي يتم في المؤسسات فيما بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية، والاتصال التنظيمي معني أساساً بالاتصال الداخلي للمؤسسات من خلال نشر المعلومات بين أفراد المؤسسة وجماهيرها.

4. عناصر عملية الاتصال:

تتكون عملية الاتصال من سلسلة من العمليات التي تتسم بحركة مستمرة، ويقوم بها شخص (مصدر) بغرض الوصول إلى هدف ما في موقف ما ويكون ذلك عن طريق إرساله لرسالة تحمل بيانات أو معلومات أو فكراً أو مشاعر، وقد تصل الرسالة واضحة أو قد يعترضها التشويش، ومنه فإن عناصر عملية الاتصال تتجسد في النقاط التالية:

أ- **المرسل (المتصل):** وهو الشخص المبادر بالاتصال سواء كان شخصية عادية أو اعتبارية بأن يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو عدة أشخاص. فالمرسل هو مصدر الرسالة التي تخرج عنه في صورة كلمات أو حركات أو إشارات أو صور ينقلها للآخرين، وله من وراء ذلك هدف يسعى إليه، ولا يتحقق هذا الهدف إلا بالتأثير على الآخرين.

مثال ذلك المحاضر الذي يلقي محاضرة.

ب- **الرسالة:** ويقصد بها المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو المشاعر التي يود نقلها للآخرين، وقد تأخذ شكلاً صوتياً كالكلام، أو صورياً كالكتابة والتصوير، أو حركياً كالإشارات، ومن هنا فإن الرسالة هي - بالفعل - الناتج المادي والفعلي للمرسل أو المحتوي المعرفي الذي يود المرسل توصيله إلى الآخرين، وهي الهدف من عملية الاتصال.

مثال ذلك هو المحاضر ذاتها التي يلقيها المحاضر.

ج- **المستقبل (المتلقي):** ويقصد به مستقبلو الرسالة، أي الفئة المستهدفة سواء كانت شخصاً واحداً أو جماعة أو جمهرة من الأشخاص. وهذه الفئة تقوم بحل رموز الرسالة وتفسير محتواها وفهم معناها.

مثال ذلك هو الجمهور الذي يستمع للمحاضرة.

د- **الهدف:** ولكل رسالة هدف، فإما أن يكون الهدف منها توجيه مشاعرهم أو أفكارهم نحو تصور معين، أو أن يكون هدف الرسالة تحقيق طلب أو تلقي معلومات.

مثال ذلك أن المحاضر يبغى لفت الانتباه لمفهوم معين أو زرع فكرة لدى الجمهور.

هـ- **قناة الاتصال (الوسيلة):** وهي الوسيلة المستخدمة لنقل الرسالة، فإما أن تكون الوسيلة شفوية إذا ما كانت حالة الاتصال الشخصي، أو عن طريق وسيط كالكتب والمجلات والتلفاز والإنترنت إذا كانت موجهة

نحو عموم الناس (ال جماهير).

و- **الظرف (البيئة):** ويقصد بها الوسط الذي تتم فيه عملية الاتصال بكل عناصرها التي تتكون منها. وهذه البيئة هي التي تحدد الأسلوب الأمثل في عملية الاتصال وحجمه ونوعه.

مثال ذلك نوعية الجمهور، طبيعة المجتمع، المكان نفسه، التكنولوجيا المستخدمة.

ز- **التشويش:** وهو أمر وارد أن يحدث في ثانيا أي عملية اتصالية الأمر الذي يؤثر على الرسالة ومتلقيها.

مثال ذلك التشويش الميكانيكي أو التشويش الدلالي.

ح- **الاستجابة:** وهي ردة فعل المتلقي للرسالة سواء كانت بالسلب أو الإيجاب.

مثال ذلك صيحات الاستهجان أو التصفيق من قبل المستمعين للمحاضرة.

ط- **التغذية الراجعة:** وهي المعلومات الراجعة من المتلقي والتي تبين مدى فاعلية الاتصال وتأثره بالرسالة الأمر الذي يمكن من خلاله تقييم الرسالة ثم تقويمها وتوجيهها وتعديلها نحو المسار الصحيح.

وهي كالاستجابة إلا أنها تستغرق وقتا. مثال ذلك نقد المحاضرة أو التعليق عليها في الصحف.

5. شروط نجاح رسالة الاتصال:

لكي تكون الرسالة ناجحة أو محققة لأقصى ما يمكن تحقيقه من أهدافها فإن شروطا عدة يجب أن تتوفر فيها:

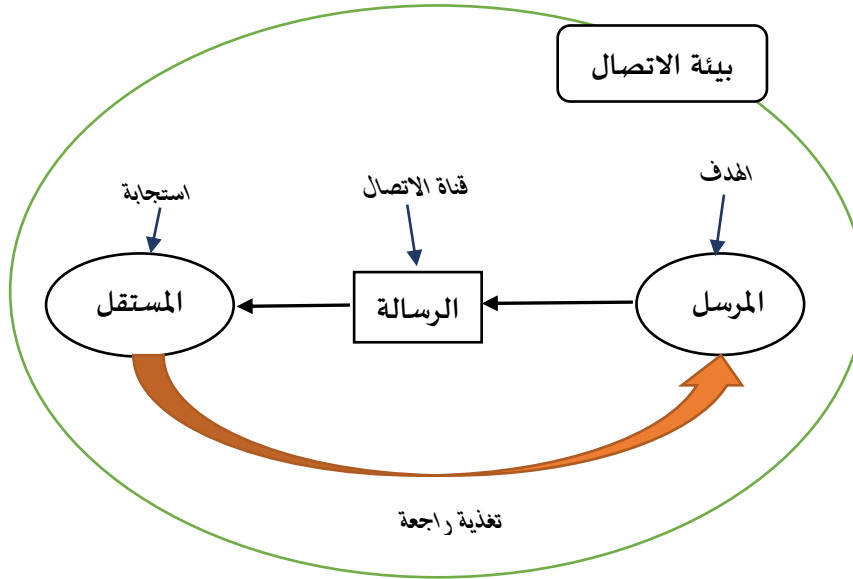
- **من حيث المرسل:** يجب أن يلم بجميع عناصر الموضوع المرسل من قبله، واستيعاب وسائل الاتصال، ومعرفة الوسيلة الأنسب لكل موقف، واستخدامه لحواسه الخمس استخداما ماهرا إذا ما كان الاتصال شخسيا، كما أن عليه أن يكون مقتنعا بالعمل

الذي يقوم به وفاهما جيدا لنفسية الفئة المستهدفة وخصائصها.

- **أما من حيث الرسالة** فيجب أن تكون على قدر من الدقة العلمية لمحتواها المعرفي، وأن تصاغ في صورة ميسرة واضحة بعيدة عن التعقيد، ومتناسبة مع المستويات المعرفية للفئة المستهدفة، وأن تتسم بالتشويق والإثارة وذلك لما حسن العرض من أثر في جذب الفئة المستهدفة.

- **أما من حيث المتلقي** فيجب أن يكون منصتا جيدا وقارئا ماهرا، وفي حالة من الوعي والتركيز التي تمكنه من تبادل الأدوار مع المرسل.

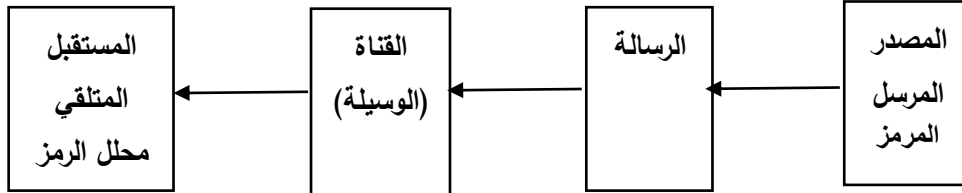
والشكل أدناه يوضح عناصر وكيفية عملية الاتصال بحسب ما أوردناه، والذي يسميه البعض الاتصال التفاعلي إذ أنه يشمل كل عناصر الاتصال الفاعلة، وهذه هي طبيعة العلاقات



6. النماذج الشهيرة في عملية الاتصال:

1.6 نموذج بيرلو (Berlo): وهو من أقام النماذج وأشهرها ويسمى أحادي الاتجاه، وقد اعتبر بيرلو أن عملية الاتصال تتم من خلال أربعة عناصر رئيسية وهي المصدر، الرسالة، القناة، والمتلقي. وهو نموذج للاتصال الشخصي اللفظي الذي يتوقف نجاحه على مهارة المرسل وتوجهاته مما يمكنه من التأثير على الآخرين.

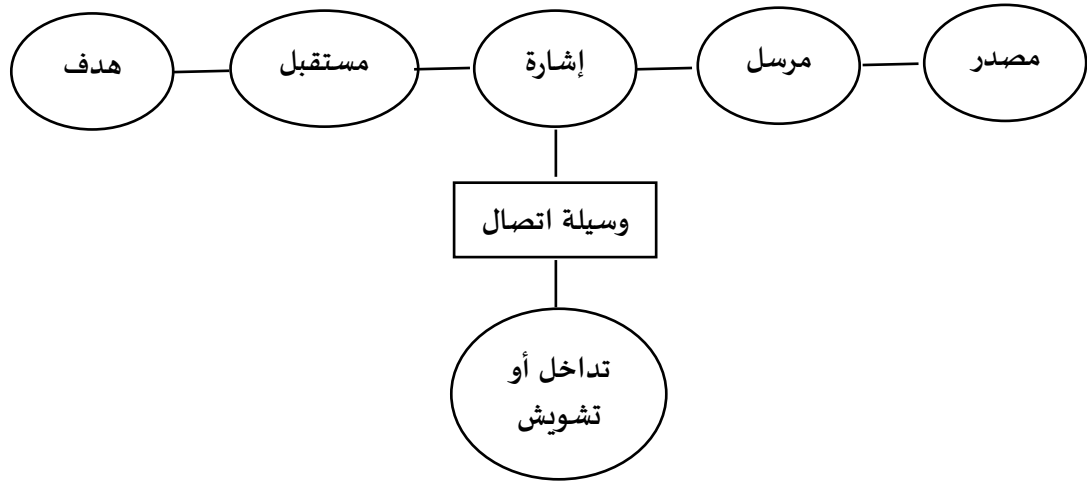
إن هذا النموذج لا يعكس العملية الاتصالية بدقة إذ أنه يتجاهل رجع الصدى ورد الفعل من المستقبل تجاه ما يستقبله من رسائل.



2.6 نموذج شانون و ويفر Shannon and Weaver

ويعتبر من أكثر نماذج الاتصال شهرة، ويعتبر النموذج الأساسي لنماذج تالية حاولت شرح عناصر الاتصال. ويتكون من خمسة عناصر رئيسية هي المصدر، المرسل، الإشارة (وسيلة اتصال، تداخل أو تشويش)، المستقبل، الهدف¹.

¹ عبدالفتاح إبراهيم محمود عبدالنبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة (بين النظرية والتطبيق)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص33.



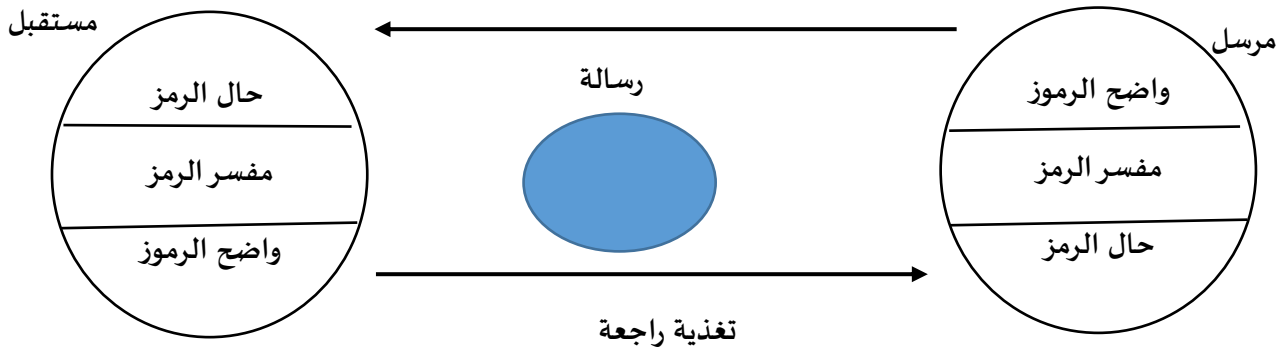
أو بمعنى آخر أن هناك مصدرا للمعلومات ينقل رسالة عبر جهاز إرسال ويحمل الإشارة (الرموز) ويحدث أثناء ذلك تشويش ويستقبلها ويستقبل هذه الإشارة جهاز استقبال ثم تصل إلى الهدف.

3.6 نموذج شرام (Schramm):

ويسمى النموذج التبادلي وقد نشر شرام نموذجه هذا في عام 1954 من خلال موضوعه: كيف يحدث الاتصال؟ وقد أوضح طبيعة المرسل حيث يمكن أن يكون فردا أو مؤسسة. والرسالة يمكن أن تكون بشكل مكتوب، أو بشكل صوت إذاعي، إشارة باليد أو أية إشارة ذات معنى.

أما المستقبل فقد يكون شخصا مستمعا أو مشاهدا أو عضوا مشاركا في مناقشة، أو جمهورا متظاهرا أو مشاهدا لمباراة رياضة. وقد أكد شرام على أهمية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل حيث الاتصال عنده دائري وليس في اتجاه واحد.

إن كلا الطرفين يستقبل ويرسل وبينهما سلوك اتصالي يعبر عن قيامهما بالترميز وفك الرموز بقصد أو بدون قصد، ويفسر الرسائل ويفك رموزها وهو غير منتبه لها، وفي كلا الحالتين نجد أن التشويش مصاحب مرحلة إرسال الرسائل واستقبالها مما يؤثر على كفاءة الاتصال وفاعليته.



4.6 نموذج لاسويل Lasswell

وقد عرفه هارولد لا سويل Harold Lasswell من خلال تساؤلاته الخمسة وهي¹:

من يقول؟	المرسل Who?
ماذا يقول؟	الرسالة What says?
بأي وسيلة (القناة)؟	In which channel?
لمن يقول؟	المستقبل To whom?
وبأي تأثير؟	التأثير With what effect?

5.6 نموذج برادوك Bradook

وقد أضاف فيه عنصرين إلى نموذج لا سويل هما الطرف الذي يتسم فيه إرسال الرسالة، وما هو هدف المتصل فأصبح الترتيب على النحو التالي:

من يقول؟	المرسل Who?
ماذا يقول؟	الرسالة What says?
بأي وسيلة (القناة)؟	In which channel?
لمن يقول؟	To whom?
تحت أي ظرف؟	In which context?
ولأي هدف؟	In which aim/target?
وبأي تأثير؟	التأثير With what effect?

6- نموذج جورج جرينر عشرة عناصر للاتصال هي:

يتضمن نموذج جرينر عشرة عناصر للاتصال هي:

شخص	Some one
يدرك حديثا	Perceive an evenl
ويستجيب	And reacts
في موقف ما	In a situation
عبر وسائل	Through some means
ليضع مواد مناسبة	To make available materials
بشكل ما	In some from
وسياق	And content

¹ عبدالفتاح إبراهيم محمود عبدالنبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة (بين النظرية والتطبيق)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص36.

Conveying Content

ينقل محتوى

With some consequences

له نتائج

ثالثا: تكنولوجيا الاتصال من النشأة إلى الخصائص

1. نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال
2. سمات تكنولوجيا الاتصال
3. مميزات التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال
4. آثار تكنولوجيا الإعلام والاتصال
5. خصائص التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال

1. نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال:

شهدت المجتمعات الإنسانية في تطورها عبر العصور عدة مراحل، ولكن لكل عصر مميزاته وخصائصه التي تميزه عن بقية العصور السابقة ، فإذا كان عصر البخار وعصر ثورة الذرة وعصر الثورة الزراعية ثم عصر الثورة الصناعية هي أكبر الاكتشافات تأثيرا في حياة البشر فإن العصر الذي نعيش فيه اليوم يستحق بامتياز تسميته عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية ، فلم تعد رسالة واحدة صالحة لجميع الجماهير وهذا ما يدل على التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصال التي جعلت من هذه القرية الكونية بناية واحدة تتكون من مجموعة من الغرف كل واحد يتفاعل في غرفته مع العالم الخارجي ولكنه منعزل عنك في المكان نفسه الذي تتواجد فيه معه ، فقد توالى ثورات الاتصال لترفق ذلك الصعود الإنساني في مدارج الرقي بحيث شكلت كل ثورة من هذه الثورات مرحلة فاصلة في تاريخ تطور الاتصال الإنساني فقفزت به إلى الأمام نحو المزيد من التقدم وذلك وفقا للتتابع الاتي¹:

- الثورة الأولى:

بدأت الثورة الاتصال الأولى عندما ظهرت اللغة لتعبر في صياغة عبقرية عن رغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتفاهم والمعاني المشتركة، وبالتالي كانت ثورة الاتصال هي ثورة اللغة، وذلك قبل الميلاد فظهرت أولا مرحلة الكلام في 90000 - 40000 ق م وفي سنة 35000 ق م بداية استخدام اللغة كوسيلة للاتصال.

- الثورة الثانية:

بدأت ثورة الاتصال الثانية عندما ظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة وانقاضها من النسيان والضياع، وبالتالي كانت ثورة الاتصال الثانية هي ثورة الكتابة التي ظهرت ما بين 4000-3600 ق م .

-الثورة الثالثة:

بدأت عندما ظهرت المطبعة في القرن الخامس عشر، وأتاحت للغة المكتوبة لأول مرة قدرا كبيرا من الانتشار والشيوع يتجاوز الدائرة المحدودة لأنشطة النسخ اليدوي بمعرفة الخطاطين، وينطلق بها إلى الآفاق الواسعة لأنشطة الطباعة الآلية بواسطة المطبعة وبالتالي كانت ثورة الاتصال الثالثة هي ثورة المطبعة التي كانت على يد الألماني يوحنا جوتنبرغ.

-الثورة الرابعة:

رغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرص لتخطي حاجز المكان والمسافة، لكن في المقابل ظلت اللغة المنطوقة عاجز على تخطي هذا الحاجز، ثم جاءت ثورة الاتصال الرابعة في منتصف القرن التاسع عشر عندما استطاع صامويل مورس اختراع التلغراف عام 1837 م وابتكار طريقة للكتابة تعتمد على استخدام

¹ محمد محفوظ : تكنولوجيا الاتصال (دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية لتكنولوجيا الاتصال)، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2005، ص ص 20-21.

النقط، وقد تم اختراع التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند، وعد التلغراف فيما بعد من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل الكترونية ففي عام 1876 استطاع جراهام بيل، أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة ثم تمكن العالم " إميل برلنجر " في عام 1887 م من ابتكار القرص المسطح FLAT DISCK الذي يستخدم في تسجيل الصوت، وفي عام 1919م يعتبر الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة فتحطمت بذلك الحواجز الجغرافية، ثم ما لبثت حواجز الزمن تتحطم هي الأخرى عندما ظهرت آلة التصوير الفوتوغرافي وسرعان ما تطورت ليزيل حاجز الزمن تماما¹.

-الثورة الخامسة:

بحلول النصف الثاني من القرن العشرين بدأت ثورة الاتصال الخامسة على مرحلتين:

- تمثلت الأولى في ظهور الحاسب الآلي الكمبيوتر كذاكرة لحفظ وتحليل المعلومات.
 - الثانية تمثلت في إطلاق الأقمار الصناعية سنة 1945 كأذان وعيون صناعية خارقة ولقد أدى الاندماج ما بين هاتين المرحلتين إلى اندماج ما يسمى بظاهرة انفجار المعلومات.
- الثورة السادسة:

يطرح علينا العصر الراهن ضرورة الاعتراف بأن ثم ثورة سادسة لتكنولوجيا الاتصال أخذت في التشكل تحت أنظارنا، وتتمثل في شبكة الإنترنت التي تعتبر النموذج الأمثل لشبكة المعلومات ولذلك يطلق عليها شبكة الشبكات، فإن ما تطرحه فعاليات الطريق السريع للمعلومات المتمثلة في القدرة على الجمع بين كافة الأشكال والأنواع الاتصالية، ونقلها إلى كافة أرجاء العالم بسرعات عالية عبر بنية تحتية من التجهيزات التكنولوجية المتقدمة والبرمجيات الفائقة الذكاء، الأمر الذي سيؤدي إلى تجاوز الطريق لوظيفة نقل المعلومات والانتقال إلى وظيفة نقل المعرفة والتي كانت نتيجة امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض التي شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية².

2. سمات تكنولوجيا الاتصال:

تتميز تكنولوجيا الاتصال بمجموعة من الميزات والتي تجعلها أكثر فعالية وأقل تكلفة نذكر منها بعض الخصائص والسمات منها:

- **التفاعلية:** القدرة على تبادل الأدوار بين المرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد من متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته.

¹ محمد محفوظ: نفس المرجع، ص 21.

² Brution Philippe. La Société D L'information. Du l'utopie Au désenchantement. La Société De l'information. Etat Des Lieux. Revue Européenne Des Sciences Sociales 40, 2002 , p 38.

- **الاجماهيرية:** وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان تتوجه إلى فرد واحد او إلى جماعة معينة.
 - **اللاتزامنية:** إن عمل وسائل الاتصال الحديثة بتكنولوجياتها المتقدمة والتي مكنتها من العمل الدائم والمستمر على مدار (24 سا) يوميا تجاوز بها محدودية الوقت في استقبال الرسائل والاتصال من طرف الجمهور إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة في الوقت الذي يناسب المرسل والمستقبل على حد سواء¹.
 - **قابلية التحريك أو الحركية:** فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن استخدامها والاستفادة منها في أي مكان دون الحاجة إلى التواجد في مكان ثابت الحركية كالهاتف النقال والتلفاز المدمج... الخ.
 - **قابلية التحويل:** هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسائل من شكل إلى آخر.
 - **قابلية التوصيل والتركيب:** لم تعد شركات صناعية أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض قد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة الشركة ESTON، والديمو (المحلل) من صنع شركة NEXT WAVE².
 - **الشيوع والانتشار:** ونعني به تغلغل وسائل الاتصال حول العالم وداخل كل طبقة اجتماعية، فتكنولوجيا الاتصال تتجه من الضخم إلى الصغير، ومن المعقد إلى البسيط ومن الأحادي إلى المعقد مثل: الكمبيوتر الذي تميز بأجياله الأولى بالضخامة والعمليات المحددة ليصبح فيما بعد صغيرا، وفي متناول الشرائح، ومتعدد الخدمات والوظائف وهو ما يطلق عليه اسم الكمبيوتر (Multimedia)³.
 - **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية.
 - **التكامل والاندماج:** بين كافة وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، فمع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات، واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي، ظهرت تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة وأشهرها حاليا شبكة الأنترنت.
- 3. مميزات التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال**
- تتميز التكنولوجيا الجديدة لإعلام والاتصال بعدة مميزات نذكر منها:
 - القدرة على نقل المعلومات من وسط لآخر مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.

¹ فلاح كاظم المحنة: العولمة والجدل الدائر حولها، ط 1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 259.

² سعد محمد الهجرسي: الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، دار الثقافة العلمية للنشر، الإسكندرية، 2001، ص 48.

³ محمد شطاح وآخرون: القنوات الفضائية تأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، دون سنة، ص ص 100 - 101.

- القدرة على استخدام وسائل اتصالية في أي مكان مثل الهاتف النقال بمعنى الانتقال من الأجهزة الثابتة إلى الأجهزة المتنقلة.
- اللامكانية وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي.
- الانتقال من اللغة الواحدة إلى اللغات المتعددة.
- الانتقال من تكنولوجيات التنوع إلى تكنولوجيات التكامل في الاتصال.
- يمكن لثورة المعلومات أن تمنح فرصة للفقراء بأن يصبحوا أغنياء وللمبتدئين بأن يكونوا محترفين ومنافسين حقيقيين.
- الانتقال من الاعتماد على الثورة المادية إلى الاعتماد على الثورة الفكرية.
- الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء الأعمال.
- التدفق السريع والكثيف للمعلومات مما يسمح للفرد بتنمية قدراته.
- سمحت التكنولوجيا الجديدة لإعلام والاتصال بظهور أنماط إنتاجية واستهلاكية جديدة: حيث أصبح الإنتاج على كثرة المعلومات والابتكار والتجديد بدل التكرار في العملية الإنتاجية.
- ظهور تصنيفات جديدة للمعرفة قادرة على تحقيق طفرات تنموية لم يسبق إليها الوصول إليها من قبل مما أدى إلى العمل في محيط عمل قائم على أساس إدارة المعرفة ومحاولة استيعابها لتحقيق متطلبات العصر.
- الانتقال من الاقتصاد المحلي إلى الاقتصاد العالمي.

4. آثار تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

لقد أحدثت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال أثر كبير وتغيرات عميقة خاصة فيما يتعلق بتنظيم المؤسسات وطرق الإنتاج وكذا الموارد البشرية ويمكن حصد هذه الآثار فيما يلي:

1.4 الآثار الإيجابية.

- مساعدة الشركات على تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية جديدة لتصميم المنظمات.
- التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكة اتصال وسيطة بين الشركات، وهذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل والاقامة.
- تحقيق تكامل عالمي لأسواق رأس المال من خلال وضع ترتيبات وإجراءات أكثر مرونة لضمان حركة رأس المال على المستوى العالمي.
- زيادة الاختراعات والتجربة من الانتاجية والتي تؤدي إلى تخفيض التكاليف والأسعار وزيادة المنتجات الامنية وبالتالي ارتفاع الاستهلاك.

- تطبيق التجارة الإلكترونية التي تشمل تبادل أشياء ذات قيمة بين طرفية أو أكثر من خلال وسائل إلكترونية غالبا ما تكون الأنترنت مما يحقق الميزة التنافسية، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين العلاقات مع الموردين.

- تنمية قدرات الأفراد من خلال اكتساب المعلومات الهادفة و أخذ قرارات أحسن.

2.4 الآثار السلبية.

قد تتج بعض الآثار السلبية عن التكنولوجيا الجديدة لإعلام والاتصال والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- في كثير من الصناعات يتقلص الإنتاج لتوظيف الأفراد إن كانت تكنولوجيا الإعلام والاتصال مفيدة بالنسبة للمنظمات التي تستخدمها، وبالتالي يكون هناك أشخاص لم يسعفهم الحظ في الحصول على منصب عمل بسبب هذه التكنولوجيات.

- الأنترنت قد تسمح لبعض المتشددین والمعارضین بنشر أفكارهم ودعواتهم وتكون هناك صعوبات كبيرة لمواجهة التحريض على العنف والعنصرية والجنس.

- التكنولوجيات الجديدة لإعلام والاتصال تجعل العلاقات بين المتعاملين أقل إنسانية كعلاقة الطبيب بالمريض أثناء الجراحة عن بعد.

- يرى البعض بان السيادة الوطنية أصبحت مهددة نظرا لحرية تحرك المعلومات والاتصالات والأموال عبر الحدود الوطنية كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي باتت مهددة بتفوق اللغة الإنجليزية والولايات المتحدة الأمم المتحدة الأمريكية.

- سمحت التكنولوجيات الجديدة بظهور النقود الإلكترونية والتي تمثل تهديدا للسيادة النقدية.

5. خصائص التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال

لقد سمحت التكنولوجيات الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال أن يخرج كل فرد أو مؤسسة من موقعه الاجتماعي الذي يحتله في المجتمع ويلتحق بتجمعات جديدة تقوم على أساس نظام رقمي وتجمعات لغوية تشمل فضاء الأنترنت، وهو ما أطلق عليها بالمجتمعات السيبرية، ونجد ذلك مجسدا خاصة في البريد الإلكتروني والمنتديات، ويضمن ذلك السرية وحرية المستقبل الذي يقوم بتسيير وتسهيل استهلاكه، إن ما ينبغي التأكيد عليه هو أن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال قد غيرت كثيرا من المفاهيم، فلم تعد المفارقة في جوهرها قائمة بين القوي والضعيف ماديا، ولا بين من يملك ، ولكن حقيقة بين البطيء والمسرّع، كما لم يعد الحديث يجري عن الأمية بمفهومها التقليدي، بل عن الأمية الرقمية والتكنولوجيا، وفي مستوى متقدم يجري الحديث عن أمية رشادة الاستعمال، لا إمكانية التشغيل والاستعمال فحسب، كما لم تعد الساحة الفكرية تستوعب الحديث عن المجتمع الزراعي أو الصناعي، وعندما أضحي مركزا حول مجتمع المعلومات، بل عن المجتمع الرقمي والإقتراضي.

وعليه فإن الواقع اليوم يثبت - وبقوة- أن الهوة الحقيقية لم تعد بين قوى متباينة اقتصاديا أو سياسيا فحسب، بل بين الذين يملكون التكنولوجيا الاتصالية وبين من لا يملكونها، بين من يوظفونها توظيفا عمليا ويطوعونها لخدمة مجالات التنمية، وبين من يملكونها عبثا دون الاستخدام الجيد لها، ومن هذا المنطق طرحت عدة إشكالات والتي منها مشكلة الفجوة الرقمية التي خلفتها ثورة المعلومات والاتصالات.