

محاضرة 4: سنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية 2020/2019

العلاقات العامة:

تطورت المجتمعات من حيث نظم الاتصال ليمثل الاتصال أهمية بالغة في مجالات الحياة، وبناء على زيادة الحاجات الإنسانية وتعدد المؤسسات العامة والخاصة وتنوع أنشطتها ظهرت العلاقات العامة كنشاط يربط المتعاملين والمؤسسات والشركات والزبائن والمستثمرين والممولين والموردين والمساهمين والوكلاء، إذ أصبح من غير الممكن الاستغناء عنها في المعاملات التجارية والسياسية والاقتصادية والإدارية، وإدارة المشاريع..

مفهومها:

ظهر نشاط العلاقات العامة منذ القديم في شكلها اللارسمي حيث كان الناس يستعينون بمن ينوب عنهم من الوكلاء ليمثلونهم في التفاوض أو في الحصول على الخدمات، فكانت بعض النساء تمتهن الاتصال مع النساء لتوفير زوجات للرجال بناء على طلبهم، كما كان بعض الأفراد من اللذين يمتازون بقوة التأثير والفصاحة والشهرة يقومون بالتفاوض والوساطة وتقريب وجهات النظر بين المتعاملين حتى يتم التوافق على قضية تكون العلاقة فيها بين طرفين أو أكثر.

أنواعها:

تتعدد مجالات العلاقات العامة باعتبارها نشاط يعتمد على الاتصال وتبادل المعلومات وجمعها واستغلالها في البرمجة والتأثير على المتعاملين وتحقيق أهداف الأشخاص والمؤسسات، ويمكن تصنيف أنواعها إلى:

علاقات عامة تفاوضية

تنظيمية تنسيقية

استثمارية

لتذليل الصعوبات وحل القضايا والمشاكل

لجمع البيانات والمعلومات وبناء الاستراتيجية الاتصالية والتأثير

كما يمكن تصنيف أنواعها وفق المجال الذي تتم فيه: سياسية إعلامية اتصاليين، قانونية، تجارية اقتصادية، إدارية

الاتصال في العلاقات العامة:

يمثل الاتصال شريان العلاقات العامة وأساس نجاحها، حيث يعتبر فعالا في عمليات التأثير والتفاوض ويستعمل كل أنواعه الصاعد والنازل والمتشابه/ الشخصي والجمعي والجمهيري/ كما تستعمل كل الوسائل المتاحة والوسائط المساعدة للتأثير في المتعاملين والشركاء والزبائن..

العملاء والوكلاء والزبائن والشركاء:

يعتبر المتعاملون أهم طرف في العلاقات العامة ويمكنهم غساند مهامهم في الحضور والتفاوض وعقد الصفقات والاتصالات العامة إلى الوكلاء الحصريين اللذين ينيون عنهم في تسيير مصالحهم، وذلك وفق عقود واتفاقيات وحصص في الأرباح، كما تتم الاتصالات بهدف التفاوض والتنسيق وإبرام العقود واختيار المتعاملين وتلبية متطلبات الزبائن، وحماية مصالح الأطراف الفاعلة في السوق والعملية التجارية والاقتصادية، حيث تمثل الاتصالات المدخل الوحيد لتنظيم كل تلك الأنشطة، ويمثل الاتصال غير اللفظي كما حدده هاريسون راندال أهم أنواع الاتصالات التي تستعمل في العلاقات العامة على نحو استعمال الرموز الإعلامية والتجارية والاقتصادية وحتى تشفير المعلومات حتى تتم حمايتها.

أهداف العلاقات العامة:

تهدف العلاقات العامة لإنشاء قواعد بيانات حقيقية في عملية الاتصال واستثمار أكبر قدر ممكن من البيانات

زيادة الشراكة والاستثمار

تذليل العقبات والاختلافات

التنسيق بين المتعاملين والشركاء

تفعيل الاتصال التنظيمي وتحسين المعلومات

توفير الأعباء وقنوات الاتصال الفعالة والمتخصصة

محاضرة 5: سنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية 2020/2019

نظريات الاتصال:

الرصاصية السحرية أو الحقنة تحت الجلد

هارولد لازويل / تفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين

وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متمائل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي، لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافترض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة. وتسمى نظرية الآثار الموحدة باعتبار الرسائل الإعلامية كطلقات سحرية بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى، ظهر اعتقاد بقدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على تكوين الرأي العام، وحمل الجماهير على تغيير رأيها إلى أي وجهة نظر يرغب القائم بالاتصال في نقلها، وكانت الفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هذا الاعتقاد هي ان الرسائل الاعلامية تصل إلى جميع افراد المجتمع بطريقة متشابهة، وأن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات.

تقوم هذه النظرية على افتراضيين أساسيين هما:

*أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

*رد الفعل اتجاه رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين

نظرية الاختلافات الفردية: الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم لموروثه أو المكتسبة/ وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص، والذي يرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات، ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين، وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متساوياً عند كل الأفراد.

نظرية الفئات الاجتماعية: الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة ويتأثرون بطرق متقاربة/ موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله/ القائد المنقاد/ الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة، المستوى العلمي والثقافي الخلفية الإيديولوجية، درجة الارتباط بالجماعة والفئة/ أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة/ لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف باختلاف الفئة المستهدفة.

نظرية العلاقات الاجتماعية: جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي، أجريت دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940 أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أكثر من التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، ويمكن للذين يتعرضون لوسائل الإعلام أن يؤثروا في الأقل تعرضاً له، وتستغل العلاقات الاجتماعية في عمليات التأثير حيث تتيح عقد اتصالات مكثفة.

الفروق الفردية: جمهور وسائل الإعلام ليس جماعة متناسقة تصغي إلى الرسائل الاتصالية، وتتأثر بها بشكل مباشر وموحد مثل: الطلقات السحرية، وإنما ظهر مبدأ الانتقائية الذي يشير إلى ان استخدام وسائل الإعلام يخضع للاعتبارات الفردية، وسمات شخصية، وظروفها الذاتية، وتأثرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية يخضع لعوامل انتقائية، حيث اننا نختار ما نتعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي، وكذلك فان ادراكنا للرسائل التي نتعرض لها يؤثر في طبيعة ردود افعالنا، وتعرف هذه العملية بالإدراك الانتقائي، وبسبب الادراك الانتقائي فإن الفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤكد أفكاره وتتفق معها، فإذا كانت هذه الافكار تختلف مع طبيعة شخصيته، فانه قد يحذفها من اهتماماته ولا يستعيدها، وتسمى هذه العملية بالتذكر الانتقائي، ونتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص في توجيه المحتوى الاعلامي، فغن ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الاعلامية والمحتوى الذي يتعرض له.

وباختلاف الاهتمامات، والعقائد، والخلفيات، والحاجات، والقيم، فان الافراد سوف يفسرون الرسائل الإعلامية بطرق مختلفة، ويتأثر الادراك الانتقائي أيضاً بالعلاقات الاجتماعية، حيث يقوم الأفراد بتفسير نفس المضمون الاعلامي بأساليب مختلفة .

* نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج: تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي. (الحلم الأمريكي من خلال السينما- فتيات الإعلانات) ب* نظرية المعنى: يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معانٍ جديدة

لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة. وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فإن وسائل الإعلام يصبح لها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر. (الثورة- النكسة- الفتح العربي) ت* نموذج الحاجات والإشباع: وتقول تلك النظرية أن جزءاً هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي- عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية).

نظريات الاتصال الإقناعي

أ *النموذج النفسي:

يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية / الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.

النموذج هو: الرسالة الإقناعية ---- تغيير أو تنشيط العمليات النفسية الكامنة---- تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية. وتمر العملية ب:

1. وصول الرسالة للشخص،
2. قبوله لها ليفكر فيها،
3. تقييمه للأهداف التي سيقومها من تنفيذه للسلوك،
4. اختيار القيام بالسلوك

ب *النموذج الثقافي الاجتماعي:

- يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية
- من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي
- النموذج هو: الرسالة الإقناعية ---- تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية---- تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة---- تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.
- لابد من مراعاة أن: هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.

نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع

- لابد من وضع ثلاثة عناصر محورية في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام: أولاً: المحيط العام أو ما يطلق عليه النظام الاجتماعي، ثانياً: دور وتأثير وسائل الإعلام في هذا النظام، ثالثاً: مدى علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

- استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة.
- تحدثت وسائل الإعلام في هذا السياق 3 أنواع من التأثيرات:

التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض - وضع الأجندة - زيادة نظم المعتقدات القيم والسلوكيات

التأثيرات الوجدانية: الحساسية للعنف (حرب الخليج) - المخاوف (إعدام صدام على الهواء) - الاغتراب

التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية. مهم لاستيعاب دورنا. (الإعلان لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة بقدر ما يهدف لإثارة رد فعل أو سلوك) فاروق بن سعدي

ج- التأثيرات العقلية:

لا بد ان يكون الاقتناع المرسل من وسائل الإعلام بأشكالها السمعية والمرئية يكون مقتنعاً لدى المتلقي ولكي تصل هذه الوسائل الى مرحلة ثقة الجمهور فإنها بعدها تفرض سيطرة عقلية عليه ويكون هو بدوره عاطفياً عليها حتى ولا لم تكون على بيبة.

أولاً - : نظرية المجتمع الجماهيري تعد نظرية المجتمع الجماهيري (من اول نظريات الاتصال ،ظهرت في بداية القرن العشرين حيث تغيرت صورة المجتمع الذي كان سائدا في القرن التاسع عشر(مجتمع تقليدي يرتبط فيه الناس ارتباطا وثيقا الى مجتمع يتميز بتعقيد اكبر حيث يتسم افراده بالعزلة النفسية عن الآخرين وبود انعدام المشاعر الشخصية عن التفاعل مع الآخرين حيث يتحررون فيه من الالتزامات الاجتماعية) بعد الحرب العالمية الثانية بدأت تظهر الرغبة في انشاء علم للاتصال مستقلا عن باقي العلوم الانسانية الاخرى (علم الاجتماع، علم النفس) حيث انقسم الباحثين المهتمين بعلم الاتصال الى مدرستين فكريتين كبيرتين للاتصال هما المدرسة الامبريقية والمدرسة النقدية.

ثانياً - : النظرية الامبريقية المدرسة الامبريقية بقيادة ج. لازر سفيلد وهي تتميز بالمنهج الكمي والوظيفي والوصفي ، وتهتم بالجانب الاداري لعملية الاتصال وتركز على وظائف الاتصال وعلى مساعدة رجال الاعمال على فرض نفوذهم وخدمة الثقافات المهيمنة وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي.

* **نظرية الاستخدامات والاشباعات:** - (وتسمى نظرية الاستعمالات والرضا) تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى ان الجماهير فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية.

* **نظرية التبعية** (الاعتماد على وسائل الاعلام) محور هذه النظرية ان الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على اهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية بان وسائل الإعلام ستؤثر في الناس الى درجة التي فيها يعتمدون على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم -المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها.

* **نظرية الحتمية التكنولوجية:** ترجع هذه النظرية الى جهود العالمان مارشال ماكلوهان وهاورد انيس حيث ركزا في تحليل عملية الاتصال على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال التي تفرض هيمنتها في كل مرحلة تاريخية، حيث جعل ماكلوهان (الوسيلة هي الرسالة) أن مضمون أي وسيلة هو دائما الرسالة وقدرة الوسيلة على حمل خصائص الرسالة هو أساس التأثير بالإضافة إلى التقنيات التي تنتجها الوسيلة، حيث يرى ان مضمون الاتصال غير ذي علاقة بالتأثير، فالذي يحدث فرقا في حياة الناس انما هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها.

نظرية ترتيب الاولويات : وضع الأجنده ترجع اصول هذه النظرية (لبحوث ترتيب الاولويات إلى والتر ليبمان من خلال كتابه بعنوان الرأي العام حيث يرى ليبمان ان وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الاحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الري العام من خلال قضايا التي تهم المجتمع، وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما في الاربعينات والخمسينيات من القرن العشرين.

***نظرية دوامة الصمت:** تعود هذه النظرية الباحثة الالمانية اليزابيث نويل نيومان عام 1974 ،تعتمد هذه النظرية على افتراض رئيسي هو أن وسائل الإعلام حين تنتبى اراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فان معظم الافراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يكون الرأي العام بما يتسق مع الافكار التي تدعمها وسائل الإعلام.

نظرية الفجوة المعرفية: تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الافراد والجماعات في المعرفة واثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة أو خلق هذا التباين ،وعرفت هذه النظرية من خلال الفروض التي وضعها تيت سينيور وزملاؤه ويرون فيه ان تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي والاقتصادي الأعلى هو الذى يؤدي إلى اكتساب معلومات أكثر بين الفئات ذات المستوى الأقل.

محاضرة 6: سنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية 2020/2019

تطور الكتابة:

تطورت الكتابة بتطور الخط والرسم، حيث عرفت البشرية نماذج متعددة من الرسوم والنقوش والجداريات على حجارة والمعابد والكهوف والقصور، حيث انتقلت البشرية من الخط التصويري إلى الخط المسماري فالكتابة الهيروغليفية .ثم ظهرت الأبجديات التي ساعدت على التأسيس للغات الشعوب والمجتمعات، ودفعت بحركة التدوين والتأليف وظهرت ألواح الكتابة والصحف والقراطيس والكتب..ويعد ظهور الطباعة ازدادت وتيرة الكتابة والتدوين والأرشفة وتسجيل المآثر والاتصال بين الأجيال والمجتمعات والشعوب والأمم.

ويعد ظهور وسائل الاتصال الإلكترونية والرقمية أصبحت ظروف الكتابة غير مكلفة، وسريعة الانتشار والمقروئية وذات تأثير سحري على المتلقي والجمهور، خصوصا بعد ظهور الطباعة واختراع آلتها من قبل يوحنا غوتنبرغ.

الصحف الرقمية الإلكترونية:

تطورت الصحافة إلى النموذج الإلكتروني والرقمي مما أتاح تدفق هائل وسريع للمعلومات ويمكن من تحولها إلى صحافة تفاعلية يشارك فيها الجمهور بشهاداته وتوثيقه للأحداث وبناءه للأخبار، وأيضاً بتعليقاته وانتقاداته ومعارضته أو تأييده للمنشورات الصحفية الإلكترونية، وأيضاً مكن من تغييرها من نشر الكتابة والصور إلى نشر الفيديوهات والوثائق والأحداث الحية لتنافس بذلك التلفزيونات والإذاعات ومواقع التواصل الاجتماعي، كما ساهمت التغييرات الرقمية في إمكانية توزيع وإرسال منشوراتها لأشخاص آخرين قصد تأكيد المعلومات أو فضح ممارسات أو الاستدلال بها أو حتى الاحتفاظ بها كأرشيف أو جمعها وتخزينها كبيانات لمتابعة موضوع أو قضية بتراكم المعلومات المنشورة حولها.

قواعد النشر وحقوقه وأخلاقياته:

تمثل قواعد النشر وحقوق الناشر وأخلاقيات النشر قضية أساسية في العمل الصحفي وفي مجال الاتصال بشكل عام، وتختلف قواعد النشر من مجال الصحف والكتب والمجلات والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحدد هذه القواعد والشروط وفق محددات منها: موضوعية/ مثل التخصص والتقييد بالموضوع، شكلية/نوع الخط تباعد أسطر الكتابة، العنوان، البيانات الشخصية ومكانها، التوثيق والملاحق والمراجع، والصور والجداول والإحصائيات، ومن حيث المضمون: التقييد بالفكرة والمحاوّر وعدم التجريح..

أما الحقوق فمنها الأدبية والقانونية مثل: حق تملك المنتج والإبداع والمنافسة والرد..وحق النقاضي والنشر..

وفي ما يتعلق بأخلاقيات النشر فتؤسس على ضوء القواعد والحقوق والتقي دبحا بالإضافة إلى النزاهة والشفافية وعدم المساس بأمن الأشخاص والمؤسسات والدول والهيئات والحفاظ على الأسرار واجتتاب الفضائح..

المدونات: Blogs- Bloggers

تتعلق المدونات بفن التدوين والكتابة والاتصال، مما يمكن أن يجمع في دواوين خاصة بالكاتب أو المؤلف، ويمكن أن تكون في شكل أوراق شخصية أو مذكرات..تستفيد من تقنيات النشر الحديثة وتكنولوجيا الاتصال والنظام الشبكي المعلوماتي في التدفق والذبوع والانتشار.

الشخصية/الذاتية التي ينقل فيها المدون تفاصيل سيرته الذاتية ونشاطه الخاص الذي يسجل فيه مسار نشاط خاص ينقله للجمهور أو من يوصي لهم بحق الاطلاع على مدونته.

السياسية/ ترسخ التوجهات والأفكار والمواقف والتصورات السياسية التي يوجهها المدون إلى الجمهور، وتكون مقيدة بالأفكار المطروحة للنقاش وتمثل حلقة اتصال بين المدون والمهتمين بالقضايا السياسية منها المنشورة والإلكترونية.

الفنية/ الثقافية التي يسجل فيها المدون بيانات ومعلومات عن مختلف ظروف وأحداث إبداعه والتي غالباً ما لا تسجل في المادة الفنية المنشورة، لتكون بمثابة الخلفية والأرضية التي احتضنت العمل الفني ودفعت لإبداعه، والتي لا يجب تضمينها في المادة الفنية الموجهة للجمهور.

مدونات عامة/اجتماعية/دينية/علمية.. وأصبحت المدونات فضاء اجتماعي يعكس الاهتمامات والقضايا والمشاكل المطروحة للنقاش، والتي تؤسس لتخصص جديد في علم الاجتماع والاتصال وفي عالم الاتصال هو علم الاجتماع الفضاء

المعلوماتية Cybersociologie التي تستغل الفضاء الافتراضي Cyberspace كبديل عن الاتصالات الشخصية والجماعية، حيث يؤسس لمفهوم جديد ويمكن هو الاتصال الجماهيري التفاعلي.

كما يمكن أن نطلع على المدونات لليومية أو الدورية للمفكرين والباحثين والمدونات الإلكترونية السريعة والواسعة الانتشار. استحدثت هيئات رقابية لمراقبة المدونات والمنشورات الإلكترونية حتى تخضع أو تنقيد بالضوابط الأخلاقية والاجتماعية والدينية والقانونية المعمول بها.

الخدمات الصحفية / الإعلامية / الاتصالية / التجارية / الدعاية الترويجية الإشهارية

أصبحت الصحافة بنوعها المكتوب والإلكتروني تشكل حلقة مهمة في ربط الجمهور بالأحداث والواقع وتحقيق التفاعل الجماهيري وفي سبر الآراء واستطلاعات الرأي، وتقديم خدمات يومية للجمهور لمعرفة واقع الأسواق والاستثمار والاستهلاك والمعاملات المالية والأسعار والعناوين المتعددة والمؤشرات المصرفية والبنكية والسندية في سوق المعاملات الاقتصادية والإعلانات المختلفة والخدمات الاجتماعية والترويج والإشهار.. وغيرها من الخدمات.

التعبئة / التعليم / التثقيف

تساهم الصحافة في تعبئة الفرد والجماهير والمجتمع حول قضايا الساعة وتساهم في التقريب بين الآراء وتوحيدها للوصول إلى التعبئة الشاملة ضد المخاطر أو لتوحيد الجهود أو لتحقيق هدف وطني أو قومي أو مصلحة عامة، ولنا في التعبئة ضد الجائحة والوباء العالمي كورونا مثال حي في بداية 2020 كما تساهم الصحافة في خدمات التعليم عن بعد وفي المساعدة على زيادة التحصيل العلمي من خلال نشر الدروس والتمارين وحلولها وتخصيص مساحات لذلك، بالإضافة إلى زيادة المكتسبات الثقافية والتوعية ونشر مستجدات الفن ونماذج الثقافات المحلية والعربية والإقليمية والعالمية.

التعتيم / الصحافة الصفراء:

يعتبر التعتيم عملية مخطط لها ومحكمة الصياغة ودقيقة الزمان والمكان والتفاصيل، وهو عملية ترتبط بخلط البيانات وإخفاء جزء منها أو كلها، وتغييرها بمعلومات أخرى، والهدف صرف الأنظار عن موضوع أو حقيقة وتوجيهها لمواضيع ومعلومات أخرى، أو لتزييف الحقائق ونشر البلبلة والأكاذيب كما هو الحال في الدعاية المغرضة والصحافة الصفراء.

تعتبر الصحافة الصفراء من الوسائل غير الرسمية التي تستغل في الحروب النفسية والإعلام غير الرسمي ونشر الإشاعان، وسميت بالصفراء لارتباطها التاريخي بالخيانة والتزوير وكتابتها على الورق الحائل الأصفر ولارتباطها بالكذبة الصفراء، وكذلك بالرؤية الضبابية التي تشبه الضوء الأصفر في حالة الإغماء.

نماذج من الصحف - دايلي تلغراف - وول ستريت جورنال - كولونيش زيتونغ - البرافدا - واشنطن بوست - لو فيغارو - الأهرام - المجاهد - الأيام - الشروق...

تكنولوجيا الاتصال:

تمثل تكنولوجيا الاتصال الوجه المتطور للابتكارات الحديثة للوسائل والتقنيات المستعملة في نقل الرسائل الإعلامية الاتصالية، وتعتمد على المهارات الفنية والابتكارات العلمية في تصميم الوسائل والأجهزة لخدمة الاتصال، وترتبط بالوسائل والأجهزة ذات التقنيات الدقيقة والمتطورة في نقل خصائص الرسائل ومتغيراتها والتأثير بها في المستقبل، وتضم مختلف المبتكرات/ كالهاتف والتلكس والفاكس والحواشيب والأقمار الصناعية ومراكز البث والاستقبال والأنترنيت والأنترنيت ووسائط المعالجة والتخزين والاستقبال وبرامج التشفير والمعالجة والشرائح والذاكرات الإلكترونية والرقمية، ومراكز التخزين والأرشيف الإلكتروني والرقمي ومختلف المبتكرات والأجهزة والهواتف الذكية التي تساعد على ربط الصلة بين الأشخاص والمؤسسات والدول والإدارات..

التدوين الإلكتروني

تعتبر المدونات الإلكترونية من أساليب الاتصال والتواصل الحديثة التي يستعملها عموم الناس لنقل مواقفهم وآراءهم السياسية والدينية والعلمية والفنية وغيرها، كما تمكن هذه المدونات من الوصول إلى أكبر نسبة من الجمهور بناء على الارتباط العنكبوتي، كما تمكن من الحصول على التقييمات والانتقادات والردود على مواضيعها في ظرف قياسي ومن العديد من الأفراد في آن واحد بما يرسخ مفهوم الاتصال التفاعلي *Communication interactionnelle* ويسعى المدونون للتأثير في الجماهير بغرس الأفكار ووجهات النظر والمواقف والآراء في الجمهور وتبنيها وما ينشرونه يسمى مدونة *Blog* ومن ينشر المدون يسمى *Bloggeurs* وهناك مقاييس للمدونة من حيث الموضوع المحدد والطرح الموضوعي والموجه للنقاش العام مع إتاحة المجال لمشاركة مدونين أو الجمهور في العملية بفضل حوار مكتوب برسائل نصية أو مصورة أو صوتية.

النشر الإلكتروني:

لقد تطورت طرق النشر وتوزيع المعلومات والاتصال بالجماهير والمختصين خصوصا في البحث العلمي، حيث ظهرت طرق النشر الإلكتروني التي تستعمل الوسائط التقنية وشبكات المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي في تعميم وصول المعلومات إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير، ويمثل النشر الإلكتروني اليوم النسبة الأكبر من حيث كم المنشورات ونوعها، وهنا مقاييس وضوابط تنظيمية وإلكترونية وقانونية لعملية النشر خصوصا عند نشر المقالات العلمية والبحوث والدراسات والكتب والدوريات، حيث تخضع لمقاييس التحكيم والخبرة ومطابقة شروط النشر والالتزام بضوابطه، ويتيح النشر الإلكتروني حماية أكبر للمنشورات من السرقة والتقليد والقرصنة والانتحال، كما تتدفق المعلومات بنسب لا يمكن مقارنتها مع النشر التقليدي الورقي، وظهرت في العالم المتطور المجالات العلمية الإلكترونية المعتمدة والواسعة الانتشار بين الأكاديميين.

التعليم الإلكتروني والافتراضي: أصبحت نظم الاتصال الإلكتروني والرقمي توفر المواقع المتخصصة في التعليم بكل أطوارها منها مدفوعة الأجر ومنها ما هو مجاني، بالإضافة إلى مواقع الإذاعات والتلفزيونات التي تقدم الخدمات ذاتها ، وأيضا الجامعات والمراكز والمؤسسات التعليمية التي تتوفر على حسابات ومواقع إلكترونية، وتمكن من متابعة البرامج التعليمية دون حواجز إدارية أو شروط السن أو الجنس أو المستوى ودون التقيد بتاريخ أو توقيق أو برنامج معين ملزم بل

يختار المتعلم الوقت والبرنامج والمستوى والموضوع والتخصص الذي يرغب فيه دون حواجز وشروط ملزمة حيث ساعد ذلك على تعميم الاتصال التعليمي وتعميم المعرفة.

المكتبات الإلكترونية والافتراضية: مكنت نظم الاتصال المعاصرة من استغلالها في العملية التعليمية ونشر المعارف، حيث ظهرت المكتبات الإلكترونية والافتراضية، حيث يمكن للمكتبات المحلية أو الوطنية أو العالمية أن تنشئ مواقع إلكترونية لها وتحمل كم مقتنيات إلى الفضاء الإلكتروني الرقمي فتصبح متاحة بشكلها التقليدي وبالشكل الإلكتروني، كما يمكن للأشخاص والهيئات والمؤسسات والحكومات إنشاء مكتبات افتراضية لوجود لها في حيز الواقع -أي لا تتوفر على مكان وقاعات ورفوف..مثل المكتبات التقليدية بل على موقع رقمي يتيح الاطلاع وقراءة وتحميل وتبادل الكتب والمجلات والقواميس والمستندات .. بالطرق الرقمية والإلكترونية دون الحاجة إلى اتمام تدابير الانخراط والاستفادة بالطرق التقليدية ومنها ما تشترط الاشتراك ودفع الحقوق ومنها ما هو مجاني متاحة بدون شروط أو قيود وتكاليف، ويمكن الاستفادة منها في أي وقت ومن أي مكان بشرط التوفر على وسائل الربط والأجهزة المناسبة والطاقة وخط الأنترنت، كما تتيح استعمال وتخزين وإرسال المقتنيات إلى عدد كبير من الأشخاص في آن واحد بالإضافة إلى إمكانية الطبع والتكبير والتصغير ..

التجارة الإلكترونية:

تتامت في الفترة المعاصرة صور ومظاهر الاتصالات الرقمية والمعاملات الإلكترونية بين الأشخاص والشركات والمتعاملين والزبائن حيث ظهرت التجارة الإلكترونية التي تحتل عائداتها مبالغ خيالية في أقطار العالم، والتي تسمح بالدفع عن طريق بطاقات الائتمان والقرض ومن الحسابات البنكية والقيام باتصالات متعددة/ البنك / المؤسسة/ الزبون / في ظرف قياسي- واستبدلت النقود والأموال بما يسمى بالنقود الإلكترونية التي تحول إلى الحسابات البنكية والمصرفية دون الحاجة إلى قبضها وتعريض المتعاملين لمخاطر تداول الأموال بالشكل التقليدي، وفي المقابل يحصل الزبون على الخدمة والمنتج الفعلي وربما حتى خدمة التوصيل إلى البيت أو مكان العمل بعد احتساب التكاليف، كما تحصل المبيعات التكنولوجية الإلكترونية على نسبة مهمة في هذه التجارة، من، حواسيب وأجهزة ومعدات وذاكرات رقمية وشرائح ..وألعاب..الإلكترونية هي في ازدياد مستمر، تعتمد على الاتصالات الإلكترونية وتصفح المواقع للإطلاع على الصور والمواصفات والأسعار والخدمات والشروط..

الأرشيف الإلكتروني:

مع ازدياد نسب الابتكارات والمنشورات والوثائق بشقيها الورقي والإلكتروني أصبح من غير الممكن أن يسمح الأرشيف التقليدي باستيعاب الكم الهائل من المعلومات والوثائق اليومية ومتعددة المجالات، فتمت الاستعانة بالطرق الإلكترونية والرقمية في الأرشيف والحماية من مخاطر كثيرة: الحرائق الرطوبية - السرقة - التزوير - الإتلاف..إذ يمكننا على سبيل المثال الاحتفاظ بمكتبة ونحملها معنا في قرص صلب أو في حامل من الحوامل الإلكترونية، ومكن تطور نظم الاتصال والاسترجاع والتخزين والمعالجة من أرشفة كم هائل من البيانات والتفاصيل والصور والمخطوطات والوثائق بالطرق الإلكترونية، وساهم في الاتصال بين الأجيال والمجتمعات والتأسيس لمجتمع المعرفة

وسائل التواصل الاجتماعي: أصبح العالم أمام ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر والأستغرام والإيمو وغيرها من الوسائل كالبيت الواحد الذي زالت فيه الحواجز اللغوية والحدود السياسية والأعراف الدبلوماسية، حيث

يمكن مناقشة موضوع واحد من قبل العديد من الأشخاص في المعمورة دون حواجز تذكر مع إمكانية عقد حصص بالفيديو شوب وغيرم صداقات وتعارف وعقد زيجات وتبادل خبرات ومعلومات، مما غير من عادات التواصل الاجتماعي وأحدث ثورة اتصالات، أصبح الإنسان فيها أسير أجهزة ووسائل الاتصال ويقضي أوقات فراغه في تصفحها.

بعض المراجع:

وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، رحي مصطفى عليان / محمد عبد الدبس، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان 1999.

الفكر الاجتماعي والظاهرة الاعلامية الاتصالية، عبد الرحمان عزي، دار الأمة الجزائر الطبعة الأولى 1995.

الثقافة العربية في ظل وسائل الاتصال الحديثة، مجموعة من المؤلفين، الجزئ الأول، مطبعة حكومة الكويت 2010.

مكاوي حسن، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة/الدار المصرية اللبنانية 2009.

حسن كامل محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1 2003.

دليو فضيل، الاتصال، دارالفجر للنشر والتوزيع، ط1 2003.