Université Abou Bekr Belkaid
Tlemcen Algérie
جامعة أبي بكر بلقايد
تلمسان الجزائر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم الفلسفة

Université Abou Bekr Belkaïd
TLEMCEN
Faculté, des Sciences Humaines et Sociales
Département de philosophie

مقياس : نظريات الإتصال

المستوى : ماستر –2– السداسي الثالث .

تخصص : فلسفة عربية إسلامية .

الأستاذ : بوشنتوف إسماعيل

المحاضرة الخامسة: تصنيف وسائط الإتصال

أهداف التعليم : – .التعرف على الوسائل التى أدت إلى تطور عملية الإتصال

– إكتشاف الوسائط الجديدة في عملية الإتصال

مقدمة :

لا شك أن التطورات المتسارعة في مجال الاتصال و تكنولوجيا المعلومات ، هي نتاج مباشر للتقدم العلمي والتكنولوجي ، الذي شهده العالم خلال القرن العشرين ، و الذي كان له تأثير مباشر على كل مجالات الحياة البشرية ، بما فيها الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الثقافية وحتى التعليمية .

وقد كان لهذا التطور في مجال الاتصالات ، تأثير عميق في بنية المجتمعات البشرية عبر التاريخ ، فمع كل تطور أو اختراع مهم لتسهيل و تحسين أساليب الاتصال ، كانت البشرية تنتقل من رحلة حضارية إلى أخرى أكثر تطورا ، وهو ما يدفعنا إلى القول أن وسائط الاتصال عبر التاريخ تطورت وتعددت بتعدد الوسائل و التكنولوجيات المتبعة . ومن بينها الإشهار ، الراديو ، والانترنيت .

أولا : الإشهار

النشاة والتطور : لقد كان الإشهار حاضرا دائما في الحياة الإنسانية ، وقد تطور مفهومه من ممارسات بسيطة عبر التاريخ القديم ، ليتسع بعدها لمعاني جديدة ، جعلت منه اليوم مفهوما و فنا يرتبط بالعديد من العلوم الأخرى .

فالحضارات القديمة، استخدمت طرق مختلفة في عملية الإشهار " إذ أن أول إشهار يعود تاريخه إلى 3000سنة قبل الميلاد

وذلك في الحضارة البابلية ، وكانت دعامتها عبارة عن لوحة ardoise وكان محتواها الترويج لصناعة .."(1)

– بعدها استحدث اليونانيون ، ما يسمى في لغة اليوم بالأغنية المقفاة jingle ، وهي قصيدة منظمة تلحن و تؤدى بأصوات جماعية أو فردية ، وهي بذلك تعني الموسيقى او الأغنية التي ترافق عرض المنتج .

– كما عرف اليونانيون القدامى طريقة « المنادي " crieurs» وهم الذين كانوا يعلنون بالهتاف عن وصول سفن السلع مثلا ، حيث كان الفرد قديما يعتمد على الإشهار الشفهي الذي انتشر بشكل جلي في الأسواق من خلال المنادين و البراحين ، و أصحاب السلع في لفت الانتباه إلى خدمة أو منتوج معين . (2) .

– وفي الرومان ن كان هناك شكل من أشكال الإشهار أيضا، حيث وجد علماء الآثار أول أشكال الملصقات affichage.

– أما الإشهار الحديث ، فقد ظهر مع الثورة الصناعية في الولايات المتحدة الأمريكية في حدود 1870 م ، وبعدها أخذ الإشهار يتطور على ريتم (خطى) النشاط الاقتصادي ، واستفاد بصورة كبيرة من تطور و تحسن وسائل الاتصال فبالنسبة للجرائد و الصحف اليومية ، كانت أزمة 1929 م تاريخا وصل الإشهار فيها إلى أوج تقدمه خاصة من حيث الكم .

– ومع تطور الصناعة والتجارة عند الغرب في العصر الحديث ارتبط الإشهار أكثر بالتصنيع والتوزيع و انتشار ظاهرة (التسويق) إذ يستحيل على المنتج الاتصال بجميع المستهلكين وإبلاغهم بمعلوماتهم الكاملة حول منتجاتهم .(3).

– كما ظهر الإشهار على الانترنيت لأول مرة في 27 أكتوبر 1994 وذلك على موقع www.hotwired.com وهو النسخة الالكترونية لمجلة "هايتك high Tech " (4)

ومن بين العوامل التي ساهمت في ظهور الإشهار والاهتمام به أكثر كوسيط للتواصل بين البشر مايلي :

– تطور وسائل الاتصال الجماهيري .

– ارتفاع مستوى التعليم بين الجماهير .

– تزايد عدد سكان الحضر بالمدن وهم عادة الفئة التي تتأثر بالإشهار.

– زيادة حجم الإنتاج من ناحية الكميات والأصناف والعلامات.

- انتشار الأسواق ووجود عنصر المنافسة.

- انتشار وسائل الإشهار الحديث كالإذاعة، التلفزيون.

تعريف الإشهار : publicity

الإشهار هو الإعلان عن شئ ما ، وتوضيح طبيعته بطريقة شمولية ، كما انه وسيلة إقناعية للجمهور وعملية اتصال تهدف إلى تعريف الناس عموما بشئ معين مثل المنتجات و الخدمات الحديثة .

وفي تعريف آخر : يعتبر الإشهار وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ، يعمل على إيصال مختلف الرسائل الإعلامية ، إلى الملتقى قصد تعريفه بشئ معين ، وهو أداة استمالة و ترغيب لاقتناء الشئ المعلن عنه .(4)

كما يهدف الإشهار إلى أن تصل إعلاناته، إلى أكبر شريحة من الناس المستهدفين السلعة، أو الخدمة المعلن عنها.

و بالتالي يعد الإشهار من أكثر الوسائل و الطرق شيوعا واستعمالا في عصرنا ، إذ تستخدمه اغلب المؤسسات و الشركات بأغلب قطاعات العمل ، لأنه يساهم في زيادة مساحة المنشأة داخل سوق العمل ، مما يؤدي إلى ازدياد عدد عملائها ، لذلك يركز الإشهار على التأثير على الجمهور ، لتحقيق المنفعة بين كل من الشركة والمشتري أو المستهلك ، فالشركة تحقق الشهرة و الربح المالي ، أما الجمهور فيحصلون على الخدمة أو السلعة التي يبحثون عنها بالمواصفات التي تتناسب معهم .

ويرادف الإشهار مفهوم أخر يقابله وهو الإعلان .

الإعلان advertisement لغةً: إظهار الأمر والمجاهرة به. وفي الاصطلاح: إبراز مزايا منتج أو نشاط ما والترويج له. ويرتبط الإعلان بالدعاية في مختلف مجالات الثقافة والسياسة والفنون.(5)

ومن التعاريف الأخرى التي تحدد معنى الإشهار نذكر منها مايلي :

الإشهار هو : استعمال وسائل الاتصال الجماهيري الرئيسية، مثل الصحافة ولوحات الإعلان والإذاعة والتلفزيون والسينما، من أجل نشر معلومات عن إنتاج أو خدمة. (6)

- الإشهار «هو كل عرض، أو تقديم، مأجور وغير شخصي للأفكار أو البضائع أو الخدمات وراءه مموّل معروف وينطوي على استعمال وسائل الإعلام مثل الصحف والمجلات والأفلام السينمائية واللوحات المعلقة خارج الأبنية و«اللافتات» في المحلات التجارية والأماكن العامة والمراسلات المباشرة والإذاعة والتلفزيون والبطاقات والمنشورات والأدلة والنشرات الدورية» (7).

وتعرف جمعية التسويق الأمريكية الإعلان بأنه عبارة عن: "الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع" ([8].)

من خلال التعريفات السابقة نستخلص أن الإشهار هو مجموعة من الوسائل: التقنية والفنية، تقوم بترويج السلع والأفكار، بغرض التأثير في مواقف وسلوك المستهلكين.

.أما الإشهار الالكتروني فهو " كل وسيلة اتصال موجهة لتمكين أي مستهلك مفترض، بان يكون لديه راي حول النتائج المرجوة والمنتظرة من استعمال السلع أو الخدمات المقترحة عبر الانترنيت" .

3- :أهداف الإشهار: يمكن تلخيص أهداف الإشهار في ثالثة محاور أو مستويات هي :

- :الأهداف الإدراكية : أي التعريف بالمنتج ونقصد به التعريف بوجود السلعة أو الخدمة، مميزاتها كيفية استعمالها، وكذلك تزويد المستهلك بمعلومات وبيانات تساعده على اكتشاف جوانب كثيرة يجهلها عن السلعة أو الخدمة.
- الأهداف العاطفية : أي الترغيب بمعنى خلق علاقة عاطفية بين المستهلك والمنتج، كما يهدف إلى تغيير رغبات المستهلك، وهذا طبعا من الصعب لأنه يعتمد على سلوك الفرد والذي تؤثر عليه عوامل كثيرة منها :الظروف الاجتماعية، الثقافية، القدرة الشرائية، والاحتياج الفعلي.
- .الأهداف السلوكية : أي تحريك رد فعل المستهلك و نعني به مستوى استجابة المستهلك، أي دفعه إلى اتخاذ قرار الشراء، أو طلب معلومات أكثر عن المنتج وفيما بعد عملية الشراء أي تغيير السلوك الفعلي للمستهلك .

4- وظائف الإشهار :

للإشهار وظائف متعددة في جميع أشكاله، البصرية والسمعية من خلال لغته التأثيرية أو لونه المثير أو شكله المتميز، ونسجل أهم الوظائف في النقاط الآتية :

- خلق الوعي الذي يساهم في جعل الأشياء معروفة، فالناس لا يتعاملون مع أشياء لا يعرفونها .
- خلق وتنمية اتجاهات إيجابية، وذلك بتدعيم رؤية إيجابية عن السلعة أو الخدمة .

-تنمية هوية للعلامة التجارية، التي تساعد على تزويد المنتج بصورة ذهنية أو صفة خاصة.

- توفير وضع للمنتج في السوق .
- جعل العلاقات مستديمة فهو قوة لبناء وتدعيم المنتج .للوصول إليه .

-خلق الطلب، إذ يجعل الاتصال المنتج سلعة أو خدمة يبدو مرغوباً وقابلا إليه .

- المساعدة على تقديم أوجه التمييز، لأن الجمهور لا يستجيب للمنتجات المتماثلة في خصائصها .

-المساعد ة على الوصول إلى الجمهور.

قائمة المصادر والمراجع :

- محمد عبد الفتاح الصيرفي .: الإعلان ، انواعه ، مبادئه و طرق إعداده .
- الاتصال من المفاهيم إلى شروط نجاحه .
- إدوين إمري وآخرون ، الإتصال الجماهيري ، ترجمة : إبراهيم سلامة إبراهيم .

أولا- الإذاعة المسموعة(الراديو)

تعد الإذاعة المسموعة أو الصوتية "الراديو" وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ومصدرا أساسيا للأخبار والمعلومات والثقافة والترفيه، مشاركة بذلك التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى. وتبث الإذاعة على موجات كهرومغناطيسية، وبإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع

- 1 .**النشأة والتطور**: بدأت رحلة ظهور الإذاعة المسموعة عام 1860مع تنبأ علم فيزيائي اسكتلندي-ماكسوي (بوجود موجات كهرومغناطيسية. وفي عام 1868 أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني(هـ. هيرتز) صحة نظرية ماكسويل. لتفسح المجال للمخترعين وعلى رأسهم الايطالي(ج- ماركوني) الذي تمكن فعال من إرسال واستقبال إشارات إذاعية في ومن ايطاليا عام 1895 .ثم اتبع ذلك بإرسال أول إشارة السلكية عبر " la manche عام 1899 ،وعبر المحيط الأطلسي عام 1900 .

وفي عام 1906 اخترع لي دي فورست ("lee de foreste الأديون" Audion فاسحا المجال لتطور التلغرافيا بسرعة وانتقالها إلى مرحلة الراديوفونية) مرحلة المذياع الهاتفي .

وكانت سنة 1920 موعدا هاما في تاريخ الإذاعة، حيث ظهرت أول محطة إذاعة في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية .

2- **تكنولوجيا الراديو :**

تأثر الراديو أو الإذاعة بالتكنولوجيا الحديثة، ومر هذا التطور بمراحل تميزت بإنجازات جديدة بالنسبة للاتصال وهي - :

تطور الموجات الكلاسيكية الحاملة للصوت من موجات متوسطة الظل إلى قصيرة.

- ظهور الإذاعة الدولية واستخدامها للموجات العاملة القصيرة والطويلة المدى .

-ظهور الإذاعة الفضائية، عبر الأقمار الصناعية كوسيلة من وسائل الاتصال، بعد قرار الأمم المتحدة سنة 1961 استفادة كل البلدان من الأقمار الصناعية .

2 -ظهور البث عبر السواتل، إذ بدأ استعمال السواتل التوزيع منذ حوالي ربع قرن(جهاز الإرسال) .

– .ابتكار الإذاعة الرقمية، فدخلت تقنيات البث الرقمي Digital على جهاز الراديو.

.ثانيا: الإذاعة المرئية(التلفزيون)

– **1– النشأة والتطور** – :في عام 1834 اخترع العالم الألماني"بول نيبكو (Nipkow.P)الاسطوانة المثقوبة لتركيب الصورة، والتي يمكنها تقسيم جسم من الأجسام إلى عناصر تكون في مجموعها صورة من الصور – .وفي عام 1890 طور الأمريكي" تشارلز ف. جينكيز" (Jenkins. F.CH(مبدأ نيبكو) .

– .في عام 1905 استعمل العالم الألماني "دي كورن" الفوتوتلغرافيا (الصورة التلغرافية)

– في عام 1905 كان أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين واليتي نيويورك وواشنطن– .

في عام 1931 اخترع اختراع فالديمير زوريكينZworykin Vladimin الايكونوسكوب Iconoscope وهو الصمام التلفزيوني الذي يعمل كلية بالكهرباء خلفا للاسطوانة المثقوبة – .وفي عام 1939م بدأ البث التلفزيوني المنتظم، حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات يومية للبث – .عام 1950 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكي(بعدما اكتشفها"جولد مارك في"مخابرcbc) – في 1970 –عمت أجهزة الاستقبال 90 ٪من البيوت الأمريكية وعم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم .

2 –**تعريف التلفيزيون:**

التلفزيون la télévision كلمة مركبة من مقطعين هما Télé ومعناها"عن بعد" باليونانية و vision ومعناها باللاتينية "الرؤية عن بعد ."ويري stone silver سليفر ستون التليفزيون على أنه وسيلة ساحرة ومعقدة، كما أنها وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين .

– كما يعرف على أنه وسيلة نقل الصورة والصوت معا وفي وقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي، وهي من أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال الجماهيري عن طريق بث برامج متعددة .والتلفزيون في أبسط معانيه هو عملية التقاط صور ثابتة أو متحركة و تحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية ونقلها عبر الأثير إلى مكان بعيد عن

مكان التقاط الصورة، ثم استقبالها من خلال جهاز استقبال وتحويلها داخله إلى صورة مطابقة للصورة التي تم التقاطها.

3– **تكنولوجيا التلفزيون:** دخل التلفزيون في عصر المعلومات عهدا جديدا يسمى الآن بـ com– com وهو اختصار لكلمة اتصال – كمبيوتر communication computer وهي تشير إلى الترابط الكبير في الاستخدام مابين الاتصال والكمبيوتر...فقد ساعد الكمبيوتر التلفزيون في انجاز العديد من مهامه بدقة بالغة مثال – :عمليات المونتاج – .المؤشرات المرئية – .الأشكال والرسوم التوضيحية – .تخزين العديد من المعلومات في العمل التلفزيوني، بحيث يمكن استخدامها

والاستفادة منها في العديد من الوظائف التي يتطلبها العمل – .استخدام الكمبيوتر في الإرسال التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية.

– ومن مجالات التكنولوجيا الهامة أيضا، الفيديو تكست)text vidéo وهو ببساطة عبارة عن أجهزة ربط التلفزيون المنزلي بمراكز المعلومات بحيث يسهل استدعاء المعلومات المختلفة حين الحاجة إليها(. وهناك أيضا التليتكست text telleوهو نظام توزيع المعلومات عن طريق جهاز التلفزيون أثناء البث التليفزيوني.

– التكنولوجيا الرقمية الجديدة Technology vidéo digital والتي بدأت تحل محل التكنولوجيا التقليدية Analogue وتقدم التكنولوجيا الرقمية صورة تلفزيونية عالية الجودة .

– إنتاج التلفزيون عالي الكثافة – « H.D.T.V « télévision higth density يعطي صورة أكثر نقاء وصفاء وجودة، وعرضها على شاشة أكبر حجما .

– التقدم المذهل في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني من خلال أقمار البث المباشر ووصولها إلى المنازل مباشرة بدرجة نقاء وجودة عالية من خلال التكنولوجيا الرقمية الجديدة

- الموسوعة العربية : الإعلان ، arab-ency.com.sy/ ency /details/1281/2