



جامعة: 08 ماي 1945 - قالمة
كلية: العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



محاضرات

نظريات الإعلام

أستاذة المقياس:

د. أم السعد مكي

السنة الجامعية: 2019 - 2020

معلومات عن المادة:

المادة: نظريات الإعلام

وحدة التعليم: استكشافية

المستوى والتخصص: السنة ثانية علم المكتبات السداسي: الرابع

السنة الجامعية: 2019 - 2020

الرصيد 2 : المعامل I :

الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: محاضرة، ساعة: 01.30سا

لغة التدريس: العربية.

الأستاذة المسؤولة عن المادة: مكي أم السعد، الرتبة: أستاذة محاضرة صنف (ب).

البريد الإلكتروني: mekkioumsaad@yahoo.fr

أوقات الاستشارة البيداغوجية /الإشراف: - الثلاثاء: 14.00-12.30

- الأربعاء: 11.00 - 9.30

الأهداف:

-معرفة كل النظريات التي ظهرت في مجال علوم الإعلام والاتصال قديما وحديثا .

محتوى البرنامج :

أولا: تقديم عام وتعريف: للاتصال ، الإعلام، المعلومات، الدعاية ، الهيكل الأساسي للاتصال.

ثانيا: نماذج الاتصال: النظرية الرياضية، التنسيق المفتوح، النسق الاجتماعي، نموذج الاتصال العام

ثالثا: حواجز الاتصال: التشويش، الحشو .

رابعا: اللغة والاتصال: الوظائف الأساسية للخطاب، الوظيفة الدلالية، الوظيفة التعبيرية، الوظيفة الميتالغوية، الوظيفة

الشعرية، قياس المعلومات حسب نظرية شانون.

خامسا: أنواع الاتصال: الاتصال واقتصاد اللغة، الاتصال من حيث الزمان والمكان، الاتصال ذو الاتجاه الواحد والمتعدد الاتجاهات

سادسا: المعلومات: دراسة قيمة المعلومات، حفظ المعلومات داخل الجماعات، تحويل المعلومات العلمية والتقنية، المعلومات والوثائق، الوثائق وتحليل النص، تحليل وقراءة الصور، الإشهار.

سابعا: نظريات الاتصال الجماهيري: تعريف الاتصال الجماهيري، الخبر الإعلامي، النظريات المفسرة، النظريات

السلوكية، النظريات السوسيو- سيكولوجية، السوسيولوجية، نظرية Lasswell ;Lazarsfeld ;Mc Luhan ;

.SharammVI

الفهرس:

برنامج المقياس:

الصفحة	العنوان	رقم المحاضرة
01	بطاقة تعريفية بالمقياس	
	أولاً: تقديم عام وتعريف: 1. الاتصال، الإعلام، المعلومات 2. الدعاية، الهيكل الأساسي للاتصال	01
	ثانياً: نماذج الاتصال: 1. النظرية الرياضية، التنسيق المفتوح 2. النسق الاجتماعي، نموذج الاتصال العام	02
	ثالثاً: حواجز الاتصال : 1. التشويش 2. الحشو	03
	رابعاً: اللغة والاتصال: 1. الوظائف الأساسية للخطاب، الوظيفة الدلالية 2. الوظيفة التعبيرية، الوظيفة الميتالغوية، الوظيفة الشعرية 3. قياس المعلومات حسب نظرية شانون.	04
	خامساً: أنواع الاتصال: 1. الاتصال واقتصاد اللغة، 2. الاتصال من حيث الزمان والمكان 3. الاتصال ذو الاتجاه الواحد والمتعدد الاتجاهات	05
	سادساً: المعلومات: 1. دراسة قيمة المعلومات،	07

	2. حفظ المعلومات داخل الجماعات،	
	3. تحويل المعلومات العلمية والتقنية	
	4. المعلومات والوثائق	08
	5. الوثائق وتحليل النص	
	6. تحليل وقراءة الصور	09
	7. الإشهار	
	سابعا: نظريات الاتصال الجماهيري 1. تعريف الاتصال الجماهيري، 2. الخبر الإعلامي،	10
	ثامنا: النظريات المفسرة: -النظريات السلوكية، -النظريات السوسيو- سيكولوجية -السوسيولوجية،	11
	تاسعا: نماذج الاتصال: - Lasswell	12
	- Sharamm	13
	- Mc Luhan;	14
	- Lazarsfeld	15
	خاتمة	
	قائمة المراجع	

أولاً: تقديم عام وتعريف للاتصال، الإعلام، المعلومات، الدعاية، الهيكل الأساسي للاتصال

مفهوم الاتصال (Communication):

تعني كلمة: **الاتصال: التعبير والتفاعل**، من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين، وتتطوي على عنصر

الأجنبية من الأصل
وتكوين العلاقة، وهو بذلك
موضوع أو فكرة لتحقيق



القصد والتدبير، وهي مشتقة في اللغة اللاتينية (Communis)، ويعني: المشاركة عملية تتضمن: المشاركة، والفهم حول هدف أو برنامج). (ه. بدوي، 2003، ص 14..)

والإعلام، 2008،

في اللغة العربية يرجع (المنجد في اللغة

ص.903): أصل كلمة (الاتصال)، إلى الفعل: **وصل، ومنه وصل، يصل، وصلا، وصلته الشيء بالشيء أي جمعه، وصل الشيء بالشيء يبطه به، واتصل بالشيء أي التأم إليه وبلغ وانتهى.**

كذلك، تستخدم كلمة: **الاتصال** في مجالات وميادين مختلفة، ووفقاً لذلك تتخذ معانٍ تدرج من:

التفاعل بين الأفراد، إلى استخدام شبكات الاتصال التكنولوجية، وحتى وسائل المواصلات المتقدمة.

ذكر الباحثون بأن، **الاتصال يحدث عندما يتبادل الأفراد المعلومات، أو يدركون بعضهم، ويتبادلون الرسائل فيما بينهم، ولا يقتصر**

نلك على الجانب اللفظي فقط، بل ويتضمن الإيحاءات، الإشارات، المظهر وأوضاع البدن. (ه. بدوي، ص.15)

ومنه فالالاتصال مشتق من الجذر (وصل)، الذي يحمل معنيين هما:

أولاً: الربط بين كائنين أو شخصين / إيجاد علاقة تربطهما ثانياً: **بلوغ غاية معينة.** - يشير فعل: **الاتصال،**

التواصل Communiquer، إلى: **إطلاع شخص على شيء ما، العمل على مقاسمة شخص ما بمشاعر، حالة، معرفة، لذلك**

فالالاتصال هو العمل على إقامة علاقة مع شخص عن طريق تبادل شفوي، الإيماءات، حركات الجسم، أو الكتابة بين شخصين. (M. Amadou, 2008, P. 10)

كما يعرفه: (ح - ع. مكاوي، ل. السيد، 1998، ص 24). نقلاً عن كارل هوفلاند: على أنه:

" العملية التي يقدم من خلالها القائم بالاتصال منبهات تكون عادة رموزاً لغوية، لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين، أي

مستقبلي الرسالة."

في نفس السياق يقول (ح - ع. مكاوي، ل. السيد، ص 24). أن الاتصال يعني:

"النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية والذوب والانتشار، أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال

المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد، ومفهوم

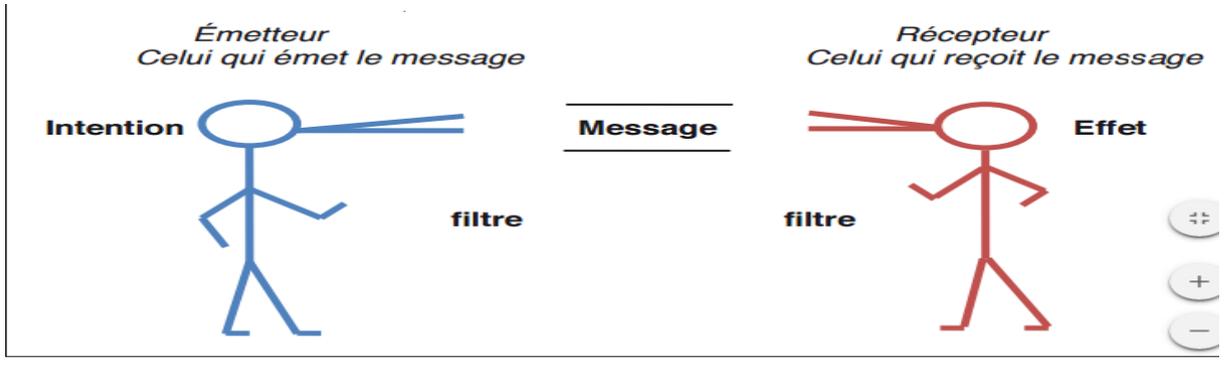
بنفس الدرجة لدى الطرفين."

-كما ورد تعريف الاتصال لكل من: (C. Schiffers, P. Thonart, 2011, P. 06) في برنامج التعاون الأوروبي (programme de coopération européen (PIP)، ويعني:

"مجموع الاستراتيجيات الموضوعية حيز التنفيذ من قبل شخص أو مجموعة أشخاص من أجل تبادل الموارد والتمثيل مع الآخرين". وتمثل وفقا للمخطط التالي:



مخطط عناصر عملية الاتصال:



مخطط انتقال الرسالة بين مرسل ومستقبل:

كما أنه يعبر أيضا عن: قصد/ أو نية مرسل تترجم في شكل رسالة، يقوم المستقبل بترجمتها مع التغذية الراجعة (رجع الصدى Feed-Back)، وبالتالي يحتل المتحدثين بالتناوب دور: المرسل والمستقبل.

يتم خلال عملية انتقال الرسالة بين المرسل والمستقبل عملية: تصفية/ فلترة لعدد من العناصر، تتمثل في: التعليم، الأحكام المسبقة، الخبرات الشخصية، والفلترية مهمة في نظام الترميز وفك الترميز (الشفيرة) لكل طرف لتفسير الرسالة. (C. Schiffers, P. Thonart, P. 06)

يمثل مفهوم الاتصال: عملية انتقال المعلومات أو الأفكار، أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى، عبر الرموز (Symboles) ويوصف بأنه فعال (Effective) حينما يكون المعنى الذي يقصده

المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل، ما يجعل الاتصال أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا، وبيسر التفاهم بين الأفراد.

لذلك فالإتصال لا يشير إلى مجرد نقل لفظي محدد وهاذف للرسائل فقط، بل إلى كل العمليات التي يؤثر الناس بمقتضاها في بعضهم، بما يعني أنه بصورته العامة والبسيطة يقوم على نقل واستقاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة وممتأثرة، على نحو يقصد به، ويزترتب عنه تغيير في المواقف والسلوك، وتحتاج العملية الاتصالية إلى خمس عناصر هي: المرسل، المستقبل، الوسيلة، الرسالة، التأثير.

شروط الإتصال الفعال :

من بين محددات وشروط الإتصال الفعال، التركيز على تصميم الرسالة، والتي يجب أن تتم صياغتها بطريقة تجذب انتباه الجمهور، هي عادة تكون متضمنة: رموز + كلمات + صور، ويجب أن يكون لها معنا موحدا بين المرسل والمستقبل.



كذلك يجب أن تثير حاجات المستقبل وتقتراح إمكانية إشباعها، بشرط أن تكون طرق الإشباع متوائمة وقيم المجتمع، ولكي تجرى عملية اتصال ناجحة، يتوجب :

- تحديد الأهداف.

- تحديد الجمهور: مهم جداً، من حيث أن خصائص الرسائل الإعلامية تتغير مضموناً وشكلاً بحسب:

- التوزيع السكاني
- عقائد المجتمع
- المستوى الثقافي
- الحرفة السائدة
- العادات والتقاليد
- عادات المشاهدة

- فهم الرسالة: يتم فهم الرسالة الإعلامية من خلال محورين :

1- من حيث المضمون، أن تكون :

- واضحة وموجزة
- صادقة
- مفيدة
- مقبولة
- مناسبة
- ملفتة للانتباه
- مقنعة
- مميزة
- متصلة بقضايا معينة
- فكرة ثابتة

2- من حيث الشكل: بأن :

- توضع في قالب المناسب
- تسترعي الانتباه
- تتناسب مع طبيعة الوسيلة.

-الرسالة يجب أن تكون قصيرة، واستناد إلى القاعدة: (27 -

3-9)، وتعني :

• 27 كلمة

• 9 ثوان

• 3 نقاط

فهم الوسيلة : وتنقسم الوسائل إلى نوعين :

- وسائل الاتصال المواجهي: شخصي + جمعي .
- وسائل الاتصال الجماهيري: مشاهدين / مستمعين / مسرح / تلفزيون .



أنماط وأشكال العملية الاتصالية :

أولاً: **الاتصال الذاتي Intra – Personal Communication**: يحدث داخل الفرد، عندما يتحدث الى ذاته بصورة شعورية / لاشعورية، متضمنا على أفكار، تجارب، مدركات، أو هو (إدراك) الفرد لذاته، والعلاقات التي تربطه بالعالم الخارجي، ومعرفته لصفاته ومدى قدرته وحدوده، ومعرفته لجوانب القوة والضعف، والحوجز الموجودة داخله، ومن طرق اتصال الفرد مع ذاته، نجد وفقا للشكل التالي:



المرجع: أسماء فهد السلمي، الاتصال الذاتي، 2018.



نقد الذات/ اكتشافها: نافذة جو/ هاري = جوهاري: الذات المكشوفة، المخفية، العمياء، المجهولة.
نظرية هولاند: (6) أنماط للشخصية: الواقعي، العقلي/ الفكري، الفني، الاجتماعي، المغامر، التقليدي.
أنظر أيضا: الخطوات الخمس للاتصال الذاتي،

<https://www.youtube.com/watch?v=UEGn3ZHma3l>.

<https://www.slideserve.com/dawn-puckett/5962202>

ثانياً: الاتصال الشخصي/ المواجهي: Face to Face Communication: نوع من الاتصال المباشر يتيح التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك، ويساعد على تشكيل شبكة علاقات بين الأفراد، ويمكن من التعرف الآني على فحوى الرسالة، حيث تكون الفرصة سانحة امام (القائم بالاتصال/ المرسل/ المصدر) لتعديل الرسالة، ويحصل بشكل تلقائي.

<https://www.slideserve.com/dawn-puckett/5962202>

ثالثاً: الاتصال الجمعي: Group – Macro Group Communication: يعكس كبر حجم المشاركين في الاتصال حيث يسود التأثير الانفعالي أو العاطفي مثل: لقاءات المرشحين مع مواطني الدوائر الانتخابية.

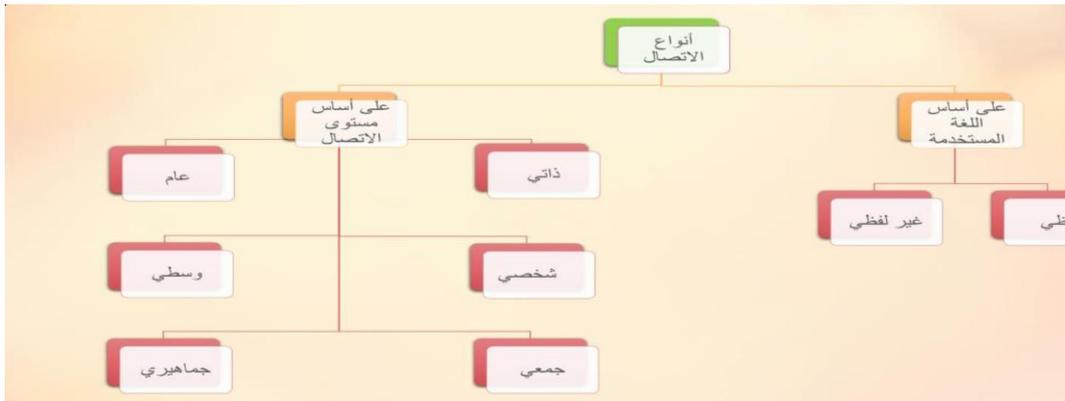
رابعاً: الاتصال الجماهيري: Mass Communication: عملية يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الآلية الإلكترونية إلى عدد كبير من المتلقين بغرض التأثير عليهم، ويتميز الجمهور هنا بالضخامة وعدم التجانس، ومن أشهر وسائله:

• الصحافة الإذاعة التلفزيون الإنترنت

ويكون الاتصال متبادلاً، من خلال: التكلّم /الإصغاء: **كيف يؤثر الاتصال على المتلقي؟**

تتم عملية التأثير عبر مبادئ ومراحل تنتهي في نهاية الأمر إلى سلوك، وهذه المبادئ تقوم على أن المتلقي يختار ما يوافق من الرسائل تبعاً لمعايير المحددة، وبالضرورة أن تكون تلك المعايير متأثرة بمعتقده، وقيمه، وعاداته الاجتماعية، ومستوى ثقافته، وميوله الفكري، وفتته العمرية، ونوعه...

توجد عدة تقسيمات للاتصال على أساس:



انظر أيضا:

-بندر آل ساعد، أنواع الاتصال وأهمية الاتصال الذاتي: https://www.youtube.com/watch?v=MY_skuZeeF8

الاتصال مع الذات - مهارات الاتصال، جامعة العلوم والتكنولوجيا التعليم الإلكتروني والتعلم عن بُعد، اليمن:

<https://www.ust.edu/usty/ar/open>

https://www.youtube.com/watch?v=G_JE4csoE0s

2- مفهوم الإعلام :

عملية جمع وتخزين ومعالجة ونشر الإنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة، من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والوطنية والدولية، والتصرف تجاهها عن علم ودراية، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة .

وظائف الإعلام: اتفق كل من بول لازارسيفلد و روبرت ميرتون على أن وظائف الإعلام تتمثل في الوظائف التي تحدث عنها هارولد لاسويل، والتي تتمثل في:

وظائف الإعلام عند لازارسيفلد وميرتون
مراقبة البيئة.
وحدة المجتمع
نقل التراث

وقد أضافا وظيفتين جديدتين للوظائف السابقة التي ذكرها لاسويل، وهما:

1. **منح المنزلة**، ويقصد بالمنزلة أن ذكر أسماء الأشخاص في المجتمع في نشرات الأخبار في المجتمع يؤدي إلى رفع المكانة .
2. **فرض الأنماط الاجتماعية**، ويعني بذلك تكريس العلاقات الاجتماعية السائدة والأنماط المشكّلة للجماعات وأدوار الأفراد ومكانتهم دون تزييف أو تحريف.

إضافة إلى وظيفتي الترفيه والإعلان، أما وظائف وسائل الإعلام والاتصال حسب اليونسكو: تقوم بـ:

وظائف الإعلام حسب اليونسكو
الإعلام/ الأخبار
التنشئة
التحفيز
المناقشة والحوار
التعليم والتثقيف
الترفيه
التقارب الاجتماعي

Gabriel drieuh, cominication conception, part 1, outawa practeste, canada, 2012

-الفرق بين الإعلام والاتصال :

يكن الاختلاف بينهما من حيث:

+ المضمون.

+ حجم الجمهور المُخاطب.

+ الهدف من كل منهما.

+ الإعلام خاصية إنسانية.

+ الاتصال يشمل كل الكائنات.

+ الاتصال اشمل من الإعلام، من حيث مضمون كل منهما.

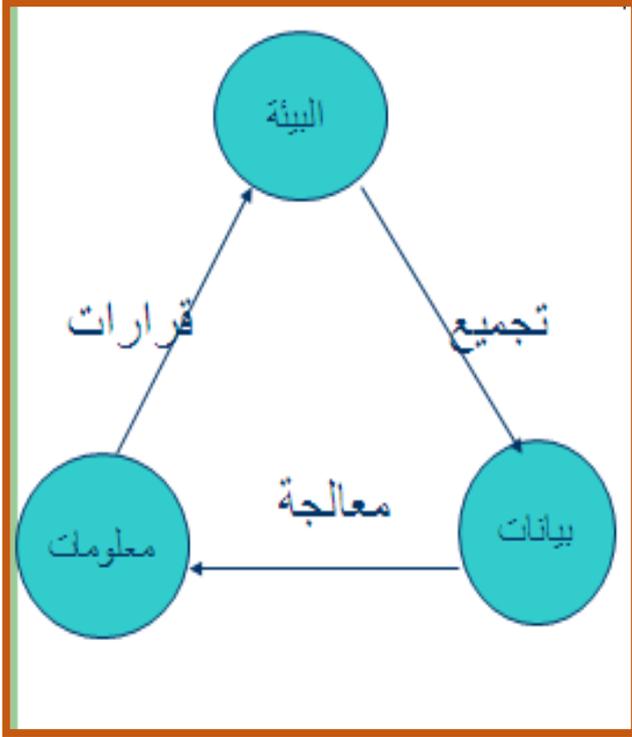
+ الاتصال يستعمل عدد كبير من الوسائل، أما الإعلام فهو وظيفة وسائل الإعلام الجماهيرية.

+ الإعلام يخاطب حشود الإعلام، يعني إحاطة الجماهير بالمعلومات عن وقائع وتقديم آراء، أما الاتصال أهدافه

أوسع.

+ الإعلام غرضه الأساسي إحداث الأثر، وتشكيل الرأي العام .

3- مفهوم المعلومات (Information):



-المعلومات: هي البيانات التي عُولجت لتصبح ذات معنى ومغزى مُعيّن لاستعمال مُحدّد، لأغراض اتخاذ القرارات، وبذلك يمكن تداولها، وتسجيلها، ونشرها، وتوزيعها، في صورة رسميّة أو غير رسميّة وفي أي شكلٍ، لأنها تكون حقائق ينتهي إليها البحث العلميّ بعد عدة مراحل من التتقيب، والاستقصاء، والاستقراء، والتجارب التي بُنيت على المنهج العلميّ. لكي تصبح المعلومة ذات قيمة في المنظمة، يجب أن تتوفر على مجموعة من الخصائص يمكن تناولها من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

- **البعد الزمني:** يقصد به فترة المعلومات، ومدى

تكرارها، وزمن استخدام المعلومات (أي متى تقدم

للمستخدم؟)، وتوقيت المعلومة، والتداول والحدثة، التواتر والتكرار.

- **بعد المحتوى:** مجال المعلومات، ويتعلق بالتساؤل (ماذا؟)، ويتضمن: الدقة، الصدق والثبات، الواقعية،

الملائمة، الشمولية، الإيجاز، المدى، الأداء .

- **البعد الشكلي:** الكيفية التي تقدم بها المعلومة، وتجب عن السؤال: (كيف؟)، ويتضمن: الوضوح، الترتيب،

المرونة، التقديم، التفاصيل، الوسائط.

البيانات (Data): عبارة عن حقائق غير مترابطة لا تعطي أي معنى لمتلقيها كونها لم يتم تقديمها لوصف هدف أو حالة معينة. تشير أيضا إلى أنها مجموعة الحقائق، أو المشاهدات، أو التقديرات غير المنظمة، وقد تكون أرقاما أو كلمات، أو رموزا وحروفا.

وهي تشكل المادة الخام للمعلومات، التي توجد من خلال مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الأفراد الاستفادة بها للوصول إلى المعرفة واكتشافها.

وتكون المعطيات المشتقة والناجمة من أنشطة معالجة البيانات إما يدويا أو حاسوبيا أو بهما معا، ذات سياق محدد وانتظام داخلي، ومستوى عالٍ من الدقة والموضوعية، إضافة إلى أنها عبارة عن بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل

يسمح باستخدامها والاستفادة منها، حتى صار لها معنى تأثير في سلوكيات من يستقبلها، بمعنى أن المعلومة تؤدي إلى تغيير سلوك فكر الأفراد لاتخاذ القرارات .

وعلى مستوى المؤسسة/ التنظيم، فهي أحد مكونات التنظيم تختص ب: جمع، وتبويب، ومعالجة، وتحليل، وتوصيل البيانات الملائمة لاتخاذ القرارات إلى أطراف خارجية وداخلية .

وسائل الحصول على المعلومات :

- البحث وفحص السجلات .
- الاستبيانات.
- التقارير .
- المقابلات الشخصية.
- الملاحظة.
- نتائج التجارب .

طرق تدفق المعلومات :

- المنتجة من المؤسسة نفسها .
- من الخارج والمستعملة من طرف المؤسسة.
- تدفق المعلومات المنتجة من طرف المؤسسة والموجهة إلى الخارج.

دور وتأثير المعلومات في المؤسسة :

تحتاج المؤسسة بشكل دائم للمعلومات باعتبارها مجال للاتصال واتخاذ القرار، حيث يسمح الاتصال بنقل وتبادل وتوزيع المعلومات، وكذلك يحدد مراكز الوظائف يضمن التدفق الرسمي للمعلومات وغير الرسمي، حيث تعتبر المعلومات :

- أداة لدعم التسيير .
- أداة لدعم المعرفة الشخصية.
- أداة ربط مع المحيط، من خلال التكنولوجيا، كذلك تستعمل تحت شكل معلومة مندمجة في منتج معين، أو على شكل نظام معلومات يدعم المنافسة.

المرجع: الشيخ ولد محمد، استخدام نظم لمعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسات الاقتصادية، 2011.

4-تعريف الدعاية:

يرجع اصل المصطلح الانجليزي Propaganda إلى اللاتينية، من الفعل: Propagare ، ويراد به تكثير الأشجار والمزروعات ونشرها، ويعود أصلها للعام 1633، عندما أنشأ أحد الباباوات إدارة تحمل اسم: Congregation of Propaganda، وكانت تضم كبار الأساقفة تتولى تنظيم وتخطيط المهام الخارجية للكنيسة الكاثوليكية، وقد ارتبط المفهوم منذ ذلك الحين بـ (الدعوة)، على أن هذا لم يعد يعبر عن المفهوم الحقيقي لهذا الاصطلاح، فالدعوة تعني الإعلان عن عقيدة". (هالة محمود عبد العال، 2011).

-عرفها المعجم الوجيز، بأنها: *الترويج لأمر، أو مذهب، أو رأي بالكتابة والخطابة وغيرها* .

-معجم (Longman): من الفعل: Propagate، وهي: *"الحث على أفكار، ومعلومات، إما صحيحة، أو كاذبة، وتنتشر بطريقة رسمية بواسطة الحكومة"* .

- Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics.

-عرفها قاموس (أكسفورد Oxford)، بأنها:

خطة منظمة لنشر معتقد أو ممارسة معينة، أو أنها جهود وخطط ومبادئ هذا النشر، أو هي استخدام الرموز على نحو معتمد، ومنظم ومخطط من خلال الإيحاء ما يتصل به من تكتيكات نفسية، بقصد تغيير وضبط الآراء والأفكار، والقيم وتغيير الأفعال الظاهرة عبر خطوط حددت سلفاً" .

www.oxfordlearnersdictionaries.com

-عرفها القاموس (الانجليزي العالمي World English Dictionary)، بأنها:

"النشر المنظم للمعلومات والأفكار والإشاعات، بطريقة متعمدة على نطاق واسع لمساندة، أو إيذاء شخص أو مجموعة أو مؤسسة أو أمة" .

www.world-english.org .

-اصطلاحاً: تشمل عنصرين أساسيين: الهدف والوسيلة، وقد انصبت التعريفات وفق ثلاثة اتجاهات هي :

- تعريف الدعاية من زاوية الوسيلة.
- تعريف الدعاية من زاوية الهدف.
- تعريف الدعاية من زاوية الهدف والوسيلة.

-من زاوية الوسيلة:

حيث يتم الاعتماد في هذا الاتجاه على استخدام :

- منظم للرموز والتلاعب باللغة .

- الإيحاء والتركيز على العبارات العاطفية.
- الوضوح والدقة في عرض المعلومات.
- الفنون ووسائل الإقناع بشكل محترف.
- العرض الانتقائي للوقائع والحقائق لصاحب الدعاية.
- الاستخدام المنظم لوسائل الإعلام.
- التركيز على القيمة الإخبارية الحقيقية للمعلومات المقدمة للجمهور.

-من زاوية الهدف :

-عرفها (مارتن Martin)، بأنها: فن التأثير التحكم والسيطرة وتغيير الرأي أو غرس وجهات نظر معينة في وعي الجماهير يمكن أن تؤثر في سلوكها، حيث أن أهم الأهداف التي تسعى إليها :

- التأثير على سلوك الجماهير وأفكاره وتوجهاته.
- تشكيل الرأي العام والعمل على الإدارة اليومية للمجتمع أو الجمهور .
- التأثير على العلاقات بين الجماعات التي تؤلف الجمهور المستهدف .
- إقناع الجمهور بفكرة ما أو قضية يكون للدعاية مصلحة منها.
- تشكيل تصورات ومعالجة ادراكات الجمهور لصالح الهدف الذي يريه صاحب الدعاية.

-من زاويتي الهدف والوسيلة :عرف (بورتن جون Burton St John) الدعاية السياسية، بأنها :

نقل المعلومات بين الحكومة والمواطنين من أجل حصول الحكومة على تعاون الجماهير، وبناء صورة جيدة في ذهن الجمهور عنها، من أجل الحصول على تأييد المواطنين للقضايا التي تعرضها الحكومة عليهم.

-عرفها (هيونج جين وو Hyung Jin Woo)، بأنها:

"تلك الدعاية التي تكمن وراءها دوافع سياسية، وهي تكون عبارة عن رسوم وصور ورسائل وشعارات ذات دلالات سياسية، هذا إلى جانب محتواها اللفظي المتمثل في الشعارات والشتائم الإحصائيات ضد المعارضين والخصوم".

وبالتالي، ومن خلال التعريفات السابقة فهي تركز على:

- التأثير على تفكير الناس، إذ تستهدف عقولهم.
- التأثير على الشخصيات والسيطرة على سلوك الأفراد لتحقيق أهداف معلنة وغير معلنة.
- التأثير على آراء وأفعال أفراد ا جماعات من خلال تحكم نفسي .
- تعتمد على الحقائق وتكون معلوماتها صادقة تكون أكثر تأثيرا .
- تركز على التحليل العلمي (علم النفس والاجتماع).

-من جهته، عرفها هارولد لاسويل (1927) بأنها:

- محاولة السيطرة على اتجاهات الجماعات، أو التأثير عليها باستخدام الرموز، والتحدث بشكل دقيق واستخدام الشائعات، والصور، وغيرها من أشكال التواصل الاجتماعي.

ومنه، الدعاية هي :

الطريقة المنظمة والمخططة لنشر الأفكار والعقائد والمواقف، والإيديولوجيات على أوسع نطاق، بهدف إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، ويستخدم القائمون عليها الإضل وسائل الاتصال وأكبرها تأثيرا في الناس وأكثرها انتشارا، وتميل إلى إبراز الوجه الجميل وإخفاء العيوب والأخطاء، أو تهدف إلى التأثير في الشخص ا الجماعة المراد توجيه سلوكها لتحقيق أهداف الدعاية.

المرجع: هالة محمود عبد العال، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية، العربي للنشر والتوزيع، 2017 ، القاهرة، <https://books.google.dz>.

أنظر أيضا:

<https://www.youtube.com/watch?v=uQrrRlaDOEE>

آفاق: فنون الدعاية السياسية:





ثانياً: نماذج الاتصال:

تتكون عملية الاتصال من عناصر أساسية، تتمثل في:

المرسل، المستقبل، الرسالة، وسيلة / قناة الاتصال

ويتطلب لذلك مسار الاتصال (المشاركون) في العملية الاتصالية وهم يمثلون: المرسل والمستقبل لكل واحد منهم مبادراته وكفاءاته، ويتم بينهما اتصال عن طريق تبادل رسائل تتضمن: لغة، إيماءات وإشارات وغيرها، ويتم انتقال الرسالة عن طريق قناة عن طريقها تمر الرسالة منذ إنتاجها من قبل المرسل إلى أن يتلقاها المستقبل ويستخدم في ذلك عوامل مختلفة، ويخلق هذا الانتقال للرسالة أثر، وهو عبارة عن نتيجة لفعل الاتصال، يكون في شكل رجوع الصدى للمستقبل نحو المرسل عن محتوى الرسالة، مع ضرورة مراعاة السياق أو المحيط الفيزيائي والنفسي والسياسي والثقافي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال. (M. Amadou, .11).

جاءت هذه العناصر متضمنة في نماذج، تعد بمثابة خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الاتصال، ووضعت بغرض تنظيم، وترتيب عناصر العملية الاتصالية مع بعضها، إضافة إلى إظهار العلاقة بينها، وتعتبر هذه النماذج تصوريا للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الاتصال، وتساعد في عملية التنبؤ بالنتائج، أو بمسار الأحداث في عملية الاتصال.

وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث (ح -إ. عبد العظيم)، والنموذج عبارة عن: محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات، ومن وظائف النموذج تنظيم المعلومات والبيانات، التنبؤ والتوقع، التوجيه، التحكم والضبط، تطوير الأبحاث العلمية.

وقد أدى تباين وجهات النظر بين الباحثين في الاتصال وطرق معالجتها إلى حصول جدل حول كيفية التخاطب مع المجتمع، ومدى تأثير ذلك في الناس على اختلاف ثقافتهم وبناهم الاجتماعية، غير أن معظمهم يتفقون في الرأي مع السياسي هارولد لاسويل، في أن، مهمة علماء الاتصال هي الإجابة عن الأسئلة التالية :

من قال، ماذا قال، لمن قال، ما هو أثر قوله؟

وقد تم تفسير كل عنصر تبعا لتخصص الباحثين، كما تم تطوير عدة نماذج للاتصال لكنها بقيت محصورة بين النموذجين الشائعين: **النموذج الخطي والدينامي (التفاعلي)**. ويمكن تقسيم نماذج الاتصال لعدة تقسيمات حسب مستويات الاتصال، إلى: اتصال ذاتي، اتصال جمعي، اتصال جماهيري، وعلى أساس الهدف: بنائية، وظيفية، ومن نماذج الاتصال: نموذج أرسطو، لاسويل، برلو، روس، نموذج شانون وويفر.

1-النظرية الرياضية:

أخذت النظرية الاتصالية مع (كلود شانون Claude Shannon) -تلميذ (Wiener) - طابعا رياضيا قائما على الانتقال أو التدفق الخطي للمعلومات بين المرسل والمستقبل، وهو ما يدرج ضمن "النماذج الآلية الخطية"، حيث يعتمد الاتصال بشكل واسع على أعمال "السيبرنتيك"، أو عمل التحكم الآلي، وفقا لما جاء في كتاب نوريت وينر، ثم قام شانون و وارن ويفر بتطوير نموذجا للاتصال عرف أيضا باسم (النظرية المعلوماتية Information Theory) عام 1948، وذلك من خلال ورقة بحثية بعنوان: نظرية رياضية في الاتصال. وتتمحورت رؤيتهما حول خمس عناصر للاتصال هي :

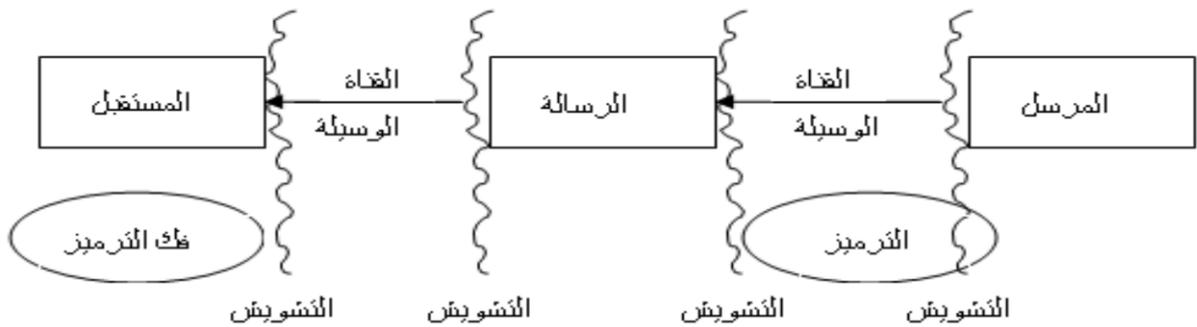
مصدر المعلومة، المرسل، قناة تدفق المعلومة، المستقبل، مستقبل المعلومة



(A. Monseigne, 2009, P.P. 30 -46).

لم يتضمن النموذج شروط عمل أنظمة الاتصال المحيطية والمشكلات المرافقة لها، خاصة ظواهر التشويش وتغير معالم الإشارات تغيرا عشوائيا، حيث تتدخل مصادر عشوائية الطابع في أنظمة الاتصالات على شكل ضجيج داخلي أو خارجي، مؤدية إلى تغيير معالم الرسالة وتشويهها، وقد أضيف مبدأ التغذية الراجعة فيما بعد إلى النموذج الخطي، وذلك لتبيان التأثير المتبادل بين أنظمة الاتصالات وتأثيراتها في العنصر البشري، مثلما أضيف معنى "التشويش" أو "الضوضاء" الذي يؤثر على نوعية الرسالة، ويعتبر الميزة الهامة للنموذج:

مرسل رسالة قناة إرسال رمز مرسل تشويش رمز ملقط قناة استقبال رسالة مستقبل



مخطط نموذج الاتصال لـ"شانون" و"ويفر".

حسب نموذج "شانون" و"ويفر"، فإن الرسالة ترمز على يد المرسل للإشارات بالرموز اللغوية الملائمة لجهاز البث، والمستقبل يترجم الرموز إلى رسالة عن طريق جهاز الاستقبال، أما التشويش فهو كل عنصر يعيق الانتقال الصحيح

للمرور بين جهازي البث والاستقبال، مثل: خط هاتف مشوش، أخطاء مطبعية، أو خط مقطوع، أو أحيانا تعدد دلالات للنص، واستيعابه للرسالة، وحسب نموذجهما فهو عملية خاملة و"التشويش" يعرقل ويحد من استيعاب الرسالة وليس المستقبل نفسه، وإنما خلل في القناة الاتصالية. (أ.إ. فقيه، 2005).

2- نموذج التنسيق المفتوح:

يعتبر النموذج المعياري للاتصال من بين: الأنظمة مفتوحة المصدر: (Open Systems Interconnection (OSI)، وهو أول نموذج اتصالات يحدد كيفية تبادل المعطيات عبر الشبكة بين أجهزة طرفية مستقلة تشغل أنظمة تشغيل مختلفة مفتوحة المصدر، وهو بذلك يعتبر النموذج المرجعي الذي يفسر كيفية نقل البيانات عبر شبكة الاتصال. وقد جرى تطويره من قبل منظمة المعايير الدولية (International Standard Organization ISO) مطلع الثمانينيات من القرن الماضي باسم (ISO/IEC 7498-1) والمفهوم الرئيسي للنموذج هو إمكانية تقسيم أي اتصال بين نقطتين في شبكة اتصال سلكية/ لاسلكية إلى (7) مستويات/ وظائف/ طبقات وهمية مرتبطة ببعضها، والتي تمر حزم البيانات خلالها، ويطلق على النموذج الشبكات المحلية والواسعة، شبكة الانترنت.

وتكون هذه الطبقات مصنفة ضمن مجموعتين: التطبيقات + النقل. تربط الطبقات التطبيق البرمجي العامل في الجهاز مع وسط الاتصال الذي تستخدمه الشبكة (كابلات - هواء) وترتيبها بدءاً من التطبيق البرمجي حتى وسط الشبكة هو:

طبقة التطبيق (Application layer): يقوم بفحص عمليات التوثيق مع تحديد القيود التي سيتم فرضها على البيانات.

طبقة التقديم (Presentation Layer): يقوم بتحويل البيانات الواردة أو الصادرة من تنسيق إلى آخر مثل تحويل النص إلى إطار أو نافذة للعرض .

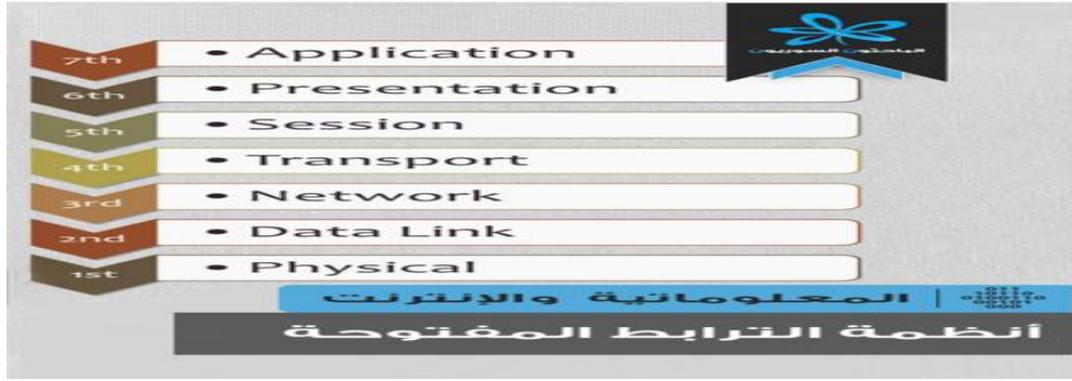
طبقة الجلسة (Session Layer): يقوم بإعداد وإنهاء الاتصال بين التطبيقات الموجودة على الشبكة.

طبقة النقل (Transport Layer): يتولى التحكم في نقل البيانات عبر الشبكة.

طبقة الشبكة (Network Layer): يقوم بإرسال البيانات إلى جزء من الشبكة والذي يشمل على عنوان وجهة هذه البيانات.

طبقة وصلة المعطيات (Data Link Layer): يربط البيانات ويدعم المستوى الأول مع إمكانية التحكم بالأخطاء وخاصة ضبط التوقيت والتوجيه.

الطبقة الفيزيائية (Physical Layer): تحديد كيفية انتقال مجموعة الثبات الكهربائية عبر مختلف أجهزة الشبكة.



بحيث تحدث عدة عمليات في كل طبقة وتهدأ البيانات للانتقال إلى الطبقة التالية، ويتم توفير طبقات الوظائف السبع عن طريق تطبيقات وأنظمة التشغيل، وبرامج التشغيل وأجهزة الشبكات التي تتيح للنظام وضع إشارة على كابل شبكة الاتصال، أو عن طريق شبكة لاسلكية (Wi-Fi).

بحيث تسمح عملية التقسيم للمعلومات في كل مرحلة باستثناء الأخيرة بإضافة بعد المعلومات إلى المعطيات الأصلية بهدف إيصالها بنجاح إلى وجهتها، والتي تتحدّد بمكونين أساسيين، هما: **الجهاز الفيزيائي** الذي تُرسل هذه المعطيات إليه، و**التطبيق البرمجي** العامل في نظام التشغيل فيه،
أنظر أيضا:

<https://www.egyres.com>. <https://www.syr-res.com/article/5535.html>.
<https://books.google.dz>.

3- نموذج النسق الاجتماعي:

ارتبطت بالنظرية البنائية الوظيفية، السوسيولوجية، التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا خلال بداية الخمسينات من القرن العشرين، وانتشرت بفضل جهود كل من: عالم الاجتماع الأمريكي تالكوت بارسونز، و: دور كايم، وكارل مانهايم، وغيرهم، كما تندرج تحتها أفكار عالم الاجتماع الأمريكي روبرت ميرتون، وعالم الاجتماع الاقتصادي نيل سملسر في دراستهما على المؤسسات التربوية والثقافية والاقتصادية عموماً، وذلك عند محاولتهما لدراسة العلاقة بين الأنساق التربوية والاقتصادية والثقافية والأنساق الاجتماعية الأخرى في المجتمعات الحديثة.

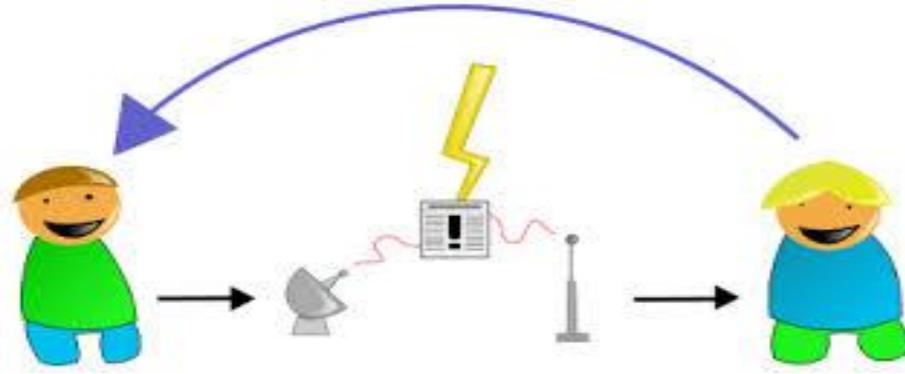
كذلك تعدّ جهود ميلفن دوفلير، وساندرا روكاش من المحاولات التي ركزت بالفعل على استخدام نظرية الأنساق الاجتماعية بتأكيدهم على اعتبار أنساق وتنظيمات الاتصال والإعلام أنساق اجتماعية، ودراستهم للمؤسسات الإعلامية الحديثة في الو. م. أ): الصحفية، الإذاعة ومحطات التلفزيون، لفهم دورها (تنظيمات اجتماعي) في الحياة الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، الحضارية.

وتم التأكيد على تحليل الدور الوظيفي لمؤسسات الإعلام والاتصال في المحافظة على الاستقرار والتوازن والانسجام بين هذه المؤسسات وغيرها من التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، كما اهتمت الدراسات بالتأثير المتبادل بين هذه المؤسسات كأنساق اجتماعية، وتخفف من حدة الصراع ومظاهر العنف التي تحدث بين الفئات الاجتماعية الأخرى نتيجة للاختلاف في الجنس والنوع والسلالة .

ثالثاً: حواجز الاتصال :

- تتعرض عملية الاتصال إلى حواجز أو العوائق تحدّ من فعاليتها، فتظهر في: وجود بعض مصادر تشوش عليها، أو عدم انتظام تدفق الرسالة بالشكل المطلوب، ومن أهم هذه العوامل ما يلي:
- عدم انتباه مستقبل الرسالة لمحتواها/ عدم فهم مقصود الرسالة.
 - استخدام كلمات في الرسالة لها دلالات ومعانٍ مختلفة.
 - ضغط الوقت (المرسل أو المرسل إليه). تأثير الحكم الشخصي لمستقبل الرسالة على نجاح الاتصال.

1-التشويش - الضجيج: (Anthropy-Noise):



يعتبر أهم عامل مؤثر في وضوح الرسالة من المصدر، واستيعابها من قبل المتلقي(ين). وينقسم إلى:

- داخلي: عوامل فسيولوجية ونفسية للمتلقي تؤثر على: دقة تلقي الرسالة، وإدراكها، وفك رموزها.
- خارجي: يشير إلى نوع من الاضطراب/ الانتروبيا، الذي يحدث أثناء نقل الرسالة، مما يجعل عوامل فيزيائية تتداخل وتؤثر في عملية النقل، مثل: الحرارة والبرودة وشدة الإضاءة، وتذبذب الإضاءة، والتهوية، وعادةً ما يقع التشويش على قناة الاتصال، فيكون: ميكانيكياً/ دلالياً، يحدث داخل الفرد نفسه، مثل: استعمال المرسل مصطلحاً لا يفهمه المستقبل، فيكون ضجيجاً دلالياً. <http://www.uobabylon.edu.iq>.

•- التشويش الدلالي يكون ناتجاً عن سوء فهم أو تفسير خطأ من المستقبل للتقنيات التي يرسلها المرسل. فيؤثر على الاتصال في المؤسسة وينتج عن عوامل تخلق صعوبة وعدم وضوح الاتصال، ووقت الرسالة، والمؤثرات قد تحدث من: مرسل (عملية الإرسال/ استلام الرسالة)، صوت الآلات يؤثر سلباً على محادثة عاملين بنفس الآلة، وغموض وعدم فهم نتيجة استعمال الكلمات/ الرموز غير واضحة، وتأتي إما عن مؤثرات بيئية: أصوات والمسافة والوقت، إدراكي: كالفهم والاتجاهات والميول، والعوامل الحضارية بين المرسل والمستلم. والتغذية العكسية في نموذج الاتصال تبين تأثير التشويش على فعاليته، وهذا مهم لتحديد المشكلة في العملية والخطوات اللازمة للتغلب عليها.

أهمية ذلك تظهر: تأثير التشويش/ عائق آخر (ضجيج) على مضمون الرسالة في الحياة اليومية: عرقلة وصول الرسالة من المرسل إلى المتلقي، ومنه وصول الملاحظات من المتلقي إلى المرسل بسبب انتشار (الضجيج) المتمثل خاصة برسائل أخرى، وقد لا تبلغ الرسالة المتلقي أبداً لضياعها في رسائل أخرى (تلقى 50 رسالة إلكترونية يوميا) فتغفل عن بعضها/ إن لم يتم الإصغاء بشكل جيد لا يتمكن من سماع ملاحظات الآخرين/إساءة فهم/ تفسير/تضييع رسالة عندما لا تخصص وقتاً لتلقي الملاحظات مباشرة من المستقبلين-.

2-الحشو:

عند انتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإنها تكون معرضة إلى:

التشويش المسموع، التداخل، التشويش المرئي.

إضافة إلى أشكال أخرى عشوائية غير مرغوب فيها، سواء كانت مضافة، أو محذوفة، أو أية تغييرات مما يطلق عليها عامة لفظ الضوضاء noise، وهناك طرق متعددة للتصدي للضوضاء إذ يمكن إعادة كل الرسالة أو إعادة أجزاءها التي تعتبر ذات أهمية، ولكن ذلك لن يكون كافياً، وهناك وسيلة للتصدي للضوضاء وذلك عن طريق إضافة نوع من الحشو أو الإضافة redundancy إلى الرمز (الكود).

فالعنصر المضاف هو عنصر ليس ضرورياً للدلالة بمعنى الرسالة، ولكن يعمل على الإزالة عن الأخطاء إذا لم تتطابق مع جزء سابق من الرسالة، وهناك الحشو الاصطناعي الذي يضاف لتقليص نسبة الخطأ، ولكن مصادر المعلومات يمكن أن تمتلك حشواً طبيعياً ليس من الضرورة إن يقلل نسبة الخطأ.

مثال: الحرف (q) في اللغة الانجليزية متبوع بالحرف (u) ولذلك يرسل الكود بدونه.

المرجع: الموسوعة العربية المجلد الثاني، أحمد محمد الشامي، سيد حسب الله، الحشو والضجيج، <https://books.google.dz>.

رابعاً: اللغة والاتصال:

تحمل منظومة الاتصال مجموعة عناصر تعمل معا لتتمة العملية، سواء على المستوى: الوثائقي، المكتوب أو غيره، أما اللغة فهي وسيلة ضرورية لإنجاح العملية التي تقتضي وجود رسالة، يحرص المرسل على إيصالها إلى المستقبل بصرف النظر عن بيئة الاتصال تقليدية أو الكترونية، وعليها يتوقف مدى استيعاب الرسالة من قبل المتلقي وتأثره بها وفقا للتغذية المرتدة، ونجاح عملية الاتصال يكون حينما اتفق طرفا عملية الاتصال بأن لغة الرسالة واحدة (لغة قومية)، أو كان الطرف الآخر ملماً بلغة الاتصال، وفي حال العكس فإن منظومة الاتصال تضطرب ويتوجب البحث عن سبل لتخطي حاجز أو عائق اللغة.



الوظائف الأساسية للخطاب:

تعريف الخطاب: يمثل بحسب دارسيه (انجاز) في الزمان والمكان، ويقتضي لقيامه شروطاً أهمها:

- **المُخاطَب.**
 - **المُخاطَب.**
 - تحدّد كيان الخطاب، مكونات تعلن عن حدوثه وهي: أصوات، مفردات، تراكيب، الدلالة والتداول.
- أما في اللسانيات نجد الخطاب يساوي الكلام، بهذا فهو عبارة عن نتاج فردي كامل يصدر عن وعي، وإرادة، ويتصف بالاختيار الحر، وحرية الفرد الناطق تتجلى في استخدامه أنساقاً للتعبير عن فكره الشخصي، يستعين في إبراز ذلك بآليات نفسية، وفيزيائية.

كما أن الخطاب هو كلام مباشر أو غير مباشر شفوي أو مكتوب، ويلقى على المستمعين قصد التبليغ والتأثير، ويختلف نوع الخطاب باختلاف مضمونه، والمواقف التي يلقي فيها، لذلك يتعدد الخطاب، منه: السياسي، والاجتماعي، والديني، والعلمي، والتعليمي...

مثال: الخطاب التعليمي :

حسب (ديبوا Du Bois) خطابات أساتذة الجامعات هي تقريبا كلها خطابات تعليم...، بعضها خطابات تعليمية، و أخرى تربوية، أي عبارة عن مجموعة مغلقة من الأسئلة والأجوبة التي يحاول من خلالها الأستاذ الحكم على المتلقين و قدراتهم الذهنية، و ذلك أثناء تشكيل ملفوظاتهم التي تعكس مدى استيعابهم لملفوظاته (الأستاذ)، والباقي عبارة عن تشكيل تعليمي للملفوظات العلمية.

-الخطاب التعليمي ينطلق من الثنائية: أنا إلى أنت أو أنا= أنت.

من مميزات الخطاب: علمي-تربوي، معرفي، تواصل، ويقوم على الملفوظات .

- المُخاطَب/المتكلم فيه هو الأستاذ-المعلم: اصطلح عليه المتلفظ الأول.

- المُخاطَب /المتلقي: الطالب: اصطلح عليه: متلفظ ثاني.

- التلفظ: الكلام، الخطاب.

عرّف (ديكرو Ducrot) و(أنسكومبر Anscombe) التلفظ، الحديث بأنه ذلك النشاط الكلامي الذي يصدر عن المتكلم في تلك اللحظة التي هو فيها بصدد الحديث.

-أهمية الخطاب :تظهر أهمية الخطاب في كونه:

-أداة لتكوين أفعال الجماعة وصناعة السلوكات في ممارساتهم الاجتماعية .

-ذو استعمالات متعددة.

المرجع:

<https://faclettre.univ-tlemcen.dz/assets/uploads/DOCUMENTS/cours%20en%20ligne/1-MKHI-MELIANI.pdf>

بالحديث عن الخطاب فقد ارتبطت نشأته الأولى بـ (فردينان دي سوسير)، من خلال كتابه (محاضرات في اللسانيات العامة)، وقد ميز بين: **اللغة والكلام**، حيث أن (اللغة) عنده هي: جزء جوهري من اللسان، وهي في الوقت ذاته نتاج اجتماعي لملكة اللسان، وتواضعات ملحة ولازمة يتبناها الجسم الاجتماعي لتسهيل ممارسة هذه الملكة عند الأفراد، إضافة إلى أنها نظام، ومؤسسة اجتماعية حركتها التكرار والثبات ومن ثمة فهي ماضوية سلطوية.. أما (الكلام)، فهو نتاج فردي كامل يصدر عن وعي وإرادة "يتصف بالاختيار الحر، وحرية الفرد الناطق تتجلى في استخدامه أنساقا للتعبير عن فكره الشخصي، يستعين في إبراز ذلك بآليات نفسية، وفيزيائية، لهذا فالكلام يولد خارج النظام، و ضد المؤسسة، لأنه السلوك اللفظي اليومي الذي له طابع الفوضى والتحرر، ومنه ينشأ المولود اللغوي المسمى لغة جديدة.

- الأسلوب = الكلام عند اللسانيين.

- الأسلوب = الخطاب عند النقاد.

وهناك نموذجين تواصليين:

- الأول (لساني): يعود إلى رومان جاكوبسون.

- الثاني (سيمائي): ل هنريش بليث.

نركز على النموذج الأول الذي أسس من خلاله جاكوبسون نظرية (التواصل اللغوي)، انطلاقا من العلاقة الوثيقة بين اللسانيات ومختلف العلوم ك: الأنثروبولوجيا والثقافة وعلم التواصل، وقد اهتم بالتواصل وعلاقته بالوظيفة: المرجعية، التعبيرية والشعرية، ورفض اعتبار اللغة أداة للتواصل لأنها هي التي تؤسس كل عملية تواصلية، وانتهى إلى اللسانيات، وهي العلم الذي يشمل كل الأنساق والبنى اللفظية، واقترح لمعالجتها اختصاص: لسانيات الخطاب، أو لسانيات فعل القول.

وأصل هذه النظرية هو أن وظيفة اللغة هي: الإخبار، أي نقل فكرة من متكلم إلى سامع بواسطة ناقلة هي قناة نقل الرسالة، وللرسالة شكل محدد (نقاط وخطوط)، وهذا الشكل له مرجع وهو نتيجة لترميز تقوم به مجموعة من قواعد التعادل تسمح بإبدال تركيب النقاط والخطوط بمختلف حروف اللغة، ويسمح الاتفاق على قواعد الترميز، ترميز الرسالة في حالة إرسالها، وفي حالة فك رموزها عند استقبالها.

عناصر شبكة التواصل مجتمعة هي :

-المرسل - المتكلم، المبدع، الكاتب: منتج الخطاب .

-المرسل إليه - السامع، المتلقي: المستهدف من إنشاء النص .

-الرسالة- المحتوى الموضوع: مدار الحدث النصي .

-القناة- الناقل: الواسطة التي يتم من خلالها التواصل: كلام، كتابة، إشارة ...

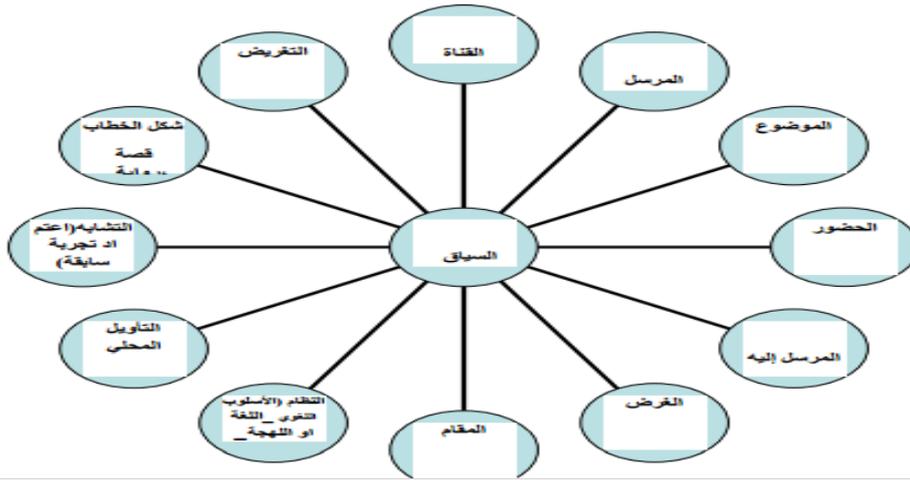
-السياق- المرجع: ينقسم السياق عند يول وبراون إلى قسمين: خارجي وداخلي؛ ومراعاة السياق الخارجي تعني: الإحاطة بالظروف التي أنشئ فيها النص، وهنا تصبح وظيفة السياق وظيفة أساسية؛ يتم من خلالها حصر التأويلات الممكنة للنص؛ وأهم عناصر السياق عندهما: المرسل والمتلقي والحضور والموضوع والمقام والقناة والنظام وشكل النص والمفتاح .

أنظر أيضا :

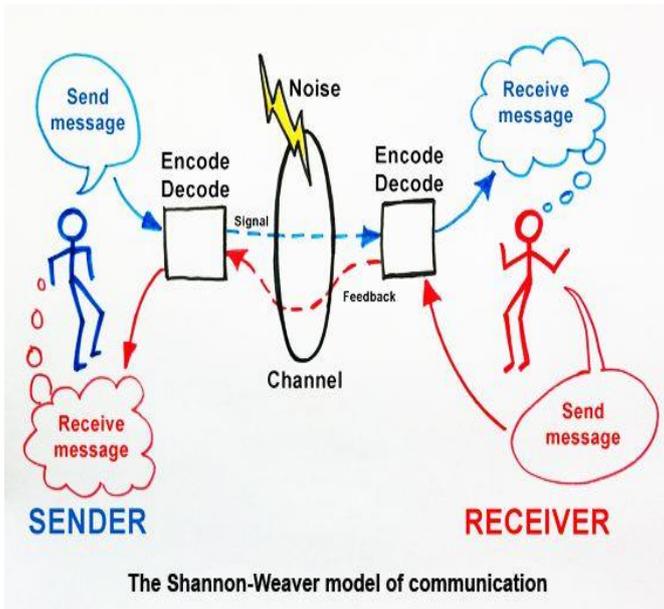
. <https://faclettre.univ-tlemcen.dz/assets/uploads/DOCUMENTS/cours%20en%20ligne/1-MKHI-MELIANI.pdf>

-السنن- الرموز وقوانين الترميز .

تقوم العملية الإخبارية من الموضوع (محتوى الأخبار) ومن اللغة، والناقل هواء المحيط الحامل لموجات سمعية يرسلها الفم، وتستقبلها الأذن، ويحتوي كل إخبار على ستة مكونات. أما شكل الرسالة فيتعلق بكل عنصر منها، وهو ما سمح لجاكوبسون باكتشاف (ست) وظائف متميزة، اهتدى إليه النظرية بتتبعه لأبحاث الرياضيين ومهندسي التواصل، لا سيما العمل الذي قام به " شانون وويفر " الذي يعتبر المصدر العلمي لكل الباحثين والمهتمين بالتواصل، واستفاد كثيراً من نظرية التواصل عند فردينان دي سوسير ويوهلر .



وبناءً على هذا حدد جاكوبسون العوامل أو الأطراف التي تؤثر في سيرورة الحدث اللغوي، أو بعبارة أخرى، التواصل بواسطة اللغة، وبناءً عليه صاغ جاكوبسون خطاطته اللسانية المشهورة، وهي:



• المرسل • المرسل إليه.

• الرسالة . السنن - الشفرة.

• قناة اتصال . • السياق.

1- المرسل أو المتكلم: Destinateur يعتبر من العوامل الأساسية في العملية التواصلية، فهو الذي ينتج الرسالة ويقوم ببعثها للمرسل إليه، ومصطلح "مرسل" لا يطلق على الأشخاص وحدهم، بل يطلق على الأجهزة أيضاً، فمثلاً المذياع يعدُّ مرسلًا؛ لأنه يرسل إشارات ذات قوة وشكل معينين".

2- المرسل إليه: Destinataire هو الطرف الذي يستقبل رسالة المرسل، وهو أساس في العملية التواصلية، والمرسل إليه يقوم بمهمة أخرى تتمثل في فهم الرسالة وفكِّها وتأويلها.

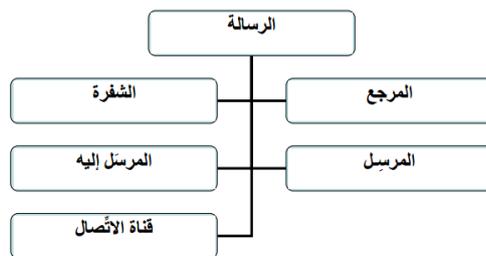
3- الرسالة: Message هي مضمون ما قاله ونقله المرسل من معلومات إلى المرسل إليه.

4- قناة الاتصال: Canal ورد في قاموس اللسانيات أن الرسالة تتطلب اتصال أي قناة فيزيائية وتواصل فيزيولوجي بين المرسل والمرسل إليه، يسمح لهما بإقامة اتصال والحفاظ عليه.

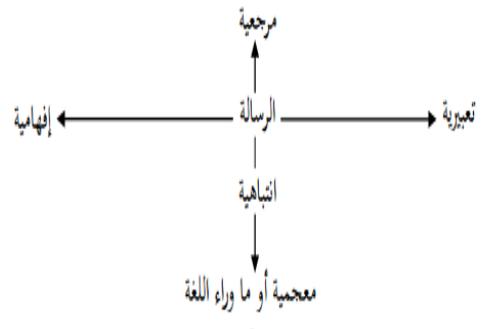
5- السنن: Code هي مجموعة العلامات المركبة والمرتببة في قواعد يستعين بها المرسل في تأليف رسالة، ويتعرف المرسل إليه على هذه المجموعة من العلامات إذا كان له المعجم اللساني نفسه الموجود لدى منشى الرسالة (المتكلم)، وبعبارة أخرى السنن "نظام ترميز "Unicode" مشترك كلياً أو جزئياً بين المرسل والمتلقي.

6- السياق: Context لكل رسالة مرجع تُحيل إليه، وسياق معين مضبوط قيلت فيه ولا نفهم مكوناتها الجزئية، أو نفكك رموزها السننية إلا بالإحالة إلى الملابس التي أنجزت فيها هذه الرسالة؛ يقول جاكسون: "ولكي تكون الرسالة فاعلة، فإنها تقتضي سياقاً تحيل إليه - وهو ما يدعى أيضاً "المرجع" - (...)" ويكون قابلاً لأن يدركه المرسل إليه، وهو إما أن يكون لفظياً وإما قابلاً لأن يكون كذلك.

بناءً على هذه العوامل الستة الموضحة في الخطاطة السابقة، والمستمدة من نظرية الاتصال التقليدية، فقد عمد جاكسون إلى تحديد وظيفة لسانية مناسبة لكل عاملٍ بهدف سرد تلك العوامل الستة وتحليلها، هو التوصل إلى الوظائف التي تنتجها من وجهة نظر لسانية.



مخطط عناصر عملية التّواصل حسب جاكسون



الوظائف الستة للاتصال (رومان جاكسون)

1-**الوظيفة التعبيرية) الانفعالية:** (عندما تكون الرسالة منصبة على المرسل تكون الوظيفة هي التعبيرية، وتتمثل في الرسالة ذات الحمولة الانفعالية والعاطفية للمتكلم الذي يبدي انطباعه وانفعاله تجاه شئ سواء صادق أو خادع، وتستطيع تحديد العلاقة بين الرسالة والمرسل، وذلك من خلال إرسال شخص رسالة إلى شخص آخر عبر الكلام أو وفقا لنمط آخر من انماط الدلالة، فهو يرسل له أفكار تكون نسبية لطبيعة المرجع الوظيفة المرجعية)، إلا أنه بمقدور ذلك الشخص أن يعبر عن موقفه من إزاءه فيحس به جيدا أو سيئا، مرغوبا أو غيره، جميلا أو بشعا.

2-**الوظيفة الافهامية:** تولد هذه الوظيفة اللغوية بالتركيز على عنصر المرسل إليه، وتسعى إلى إثارة انتباهه، أو الطلب إليه القيام بعمل ما، وتسعى للحصول على ردى فعله، ومن مميزات هذه الوظيفة أنه يكثر فيها أساليب الأمر والنداء؛ لأن كل اتصال غايته الحصول على فعل من هذا المتلقي وتتمثل هذه الوظيفة في الإعلام؛ لأن غرض الإعلام وهدفه الأساس هو تأثيره في الآخر.

3-**الوظيفة المرجعية:** هي قاعدة كل اتصال تحدد العلاقة بين الرسالة وموضوع ترجع إليه، وهي ترتبط بالمرجع السياق وسماها جاكوبسون: المرجعية الوظيفية والمعرفية، وغايتها صياغة معلومة صحيحة عن المرجع وتكون موضوعية ويمكن ملاحظتها والتأكد من صحتها، وهي تتوجه نحو المرجع المشترك بين طرفي التواصل الأساسيين. ما هو متفق عليه، وتتعدد أنواع المرجعيات حسب الخطاب الذي يحيل إليها: مرجعيات اجتماعية وفلسفية، رصيد ثقافي وطبيعي، علاقات ذاتية وموضوعية، وهو ما أكد عليه بيار غيرو (عندما جعلها) قاعدة كل اتصال، لأنها تستكشف العلاقة القائمة بين الرسالة وموضوع ترجع إليه.

4-**الوظيفة الانتباهية:** تظهر في الرسائل التي توظف اللغة لإقامة اتصال وتمديده وفصله، تمحور حول) قناة الاتصال (وتهدف إلى تأكيد الاتصال وتنبيته أو إيقافه، وهي توظف إثارة انتباه المخاطب والتأكد من انتباهه، وتعتمد على كلمات تتيح للمرسل إقامة الاتصال أو قطعه: ألو، أفهمت، أنت تسمعي... وهدفها تمديد الاتصال والحفاظ عليه والتأكد من أن المرسل إليه ما يزال مصغيا، وتصبح أهمية وجود المتلقي وفعالية في الاتصال هي الأساس.

5-**وظيفة ما وراء لغوية (ميتاليسانية):** ميز المنطقة بين مستويين أساسيين للغة هما: اللغة والموضوع، أي اللغة المتحدثة عن الأشياء واللغة الواصفة (المتحدثة عن نفسها -الشارحة)، وبالتالي تظهر وظيفة تعدي اللغة في الرسائل وتتناول بالوصف اللغة ذاتها، ومن التعابير التي تدل عليها: إنني لا أفهمك، ما الذي تريد، ماذا تقول؟ ...

6-الوظيفة الشعرية: تبرز في رسائل تجعل اللغة تتمحور حول (الرسالة نفسها) العلاقة بين الرسالة وذاتها، أي الوظيفة الجمالية بامتياز، حدد جاكوبسون مفهوم الشعرية بالإجابة على سؤال ما الذي يجعل من مرسله كلامية عملاً فنياً؟، فالوظيفة الشعرية تدخل دينامية في حياة اللغة"، وهي تهيمن على فن الشعر .



مخطط التواصل والوظائف عند جاكوبسون

المرجع: https://www.alukah.net/literature_language/0/124032/#ixzz5kys21usV

قياس المعلومات حسب نظرية كلود شانون:

تعتبر نظرية المعلومات: أسلوب رياضي يتعامل مع خصائص المعلومات وإرسالها، وتمثل جزء من النظرية الرياضية للإحصاء والاحصاء الرياضي لقياس مفهوم المعلومات، وتركز على أوجه الاتصال مثل: كمية البيانات، مدى الإرسال، سعة قناة الإرسال، تداخل الإشارات، التكرار، صحة الإرسال، وتصحيح الأخطاء، وذلك من لحظة إرسال البيانات عبر الكابلات حتى تدفقها إلى المجتمع ككل.

يعتقد بداية تشكله نظرية رياضية للمعلومات خلال الأربعينيات في مختبرات (بل) مع نشر "كلود شانون مقال بعنوان: النظرية الرياضية للاتصال"، أكتوبر 1948 في مختبرات "بيل سيستم تكنيكال جورنال، وطبقها في مجال هندسة الاتصالات، واستفاد من أعمال هاري نيكسيت في تحديد سعة الحزمة المطلوبة لبث المعلومات، وأعمال رالف هارتلي في بث المعلومات وقال إن مجموعة كمية المعلومات المرسله تتناسب مع مدى الترددات المرسله وزمن الإرسال، وأوجدت النظرية وسيلة كمية لقياس محتوى المعلوماتي للرسائل، وأكفأ الرسائل لبثها.

المرجع: <https://www.elshami.com/Terms/I/information%20theory.html>

حدد (شانون) العلاقة العكسية بين المعلومات المنقولة خلال حادثة معينة وبين احتمالية حدوثها. فكلما قلت احتمالية تحقق حادثة معينة زادت كمية المعلومات التي تحملها عملية تحقق هذه الحادثة المحددة، وتتنطبق نظريته

بسهولة على تسلسل الحروف الابجدية او اي رموز تعمل عملها، فضمن حروف الابجدية ذات العدد "س" من الاحرف، تحقق كتابة حرف محدد يلغي احتمالات "س-1" أحرف أخرى من التحقق، وبذلك يحمل هذ الحرف مقدارا من المعلومات يساوي كمية الاحتمالات التي الغاها.

فتكون احتمالية اي حرف من التحقق ضمن سلسلة حروف الابجدية التي تحتوي عدد "س" من الحروف المحتملة هو $1/س$ فتكون فرصة تحقق اي حرف متساوية، في الانظمة التي تحتوي عدد "س" قابل للتقدير مثل لغة البرمجة او اللغة الانسانية يمكن لعملاء الرياضيات صياغة تقديرات كمية للقدرة المعلوماتية لهذه الانظمة بسهولة فكلما زاد عدد الحروف المحتملة في كل موضع وكلما زاد طول تسلسل الحروف زادت قدرتها على حمل المعلومات أو زادت كمية معلومات "شانون" المرتبطة بها.

اشار (وارن ويفر) في عام 1949 إلى ان: كلمة المعلومات في سياق هذه النظرية تستخدم بمعنى (رياضي) محدد، ولا ينبغي ان تلتبس مع المفهوم الذي تقصد به عادة، وبلغة اخرى لا ينبغي ان يلتبس مفهوم المعلومات -حسب نظرية شانون- بمفهوم آخر للكلمة، فنظرية المعلومات لها القدرة على قياس قدرة تسلسل معين من الرموز على حمل المعلومات، لكنها لا تستطيع التمييز بين تسلسل ذو معنى يحقق وظيفة ناتجة عن ترتيب الرموز المحدد في التسلسل وبين مجرد تسلسل عشوائي بلا معنى.

قياس المعلومات في مجال الحاسب:

يعود الفضل فيه الى كل من نوربرت وينز وكلود شانون، وهما يحددان كمية المعلومات في أي نظام على أنها قياس احصائي للمنظمة الخاصة بهذا النظام، ويحدد شانون المعلومات على أنها "الاحتمال ا الارحجية" الخاصة برسالة يتم نقلها. ففي نظام نقل الكتروني تعتبر الضوضاء الجزء الاكثر احتمالا أو الاكثر ارجحية المولد بشكل عشوائي في عملية النقل (تشويش في محادثة هاتفية) إن الاشارة هي الجزء غير العشوائي الذي يحمل المعلومات في عملية النقل (الاستماع إلى صوت في ضوضاء)

يعتبر أسلوب شانون في قياس المعلومات هو المستخدم بشكل واسع في مجالات الاتصالات اللاسلكية والالكترونيات، وفي دراسات نقل المعلومات التركيز ينصب على السرعة والدقة التي يمكن ان تنقل بها البيانات عن طريق مجموعة من الوسائط او الوسائط الالكترونية، وهو أسلوب مهم لتطوير معدات الحاسب وبرامج الاتصالات، لكنه لا يبحث في معنى المعلومات بالنسبة للبشر.

نظريته كان المقصود منها التعامل مع نقل الرسالة وليس المعنى الرمزي، ولم تشر الى ان زيادة نقل المعلومات او البيانات عن طريق شبكات الحاسب التي ستشكل اضافة بشكل أتوماتيكي لمعرفتنا الثقافية.

قياس قيمة منتجات المعلومات:

لكي نصنع ونبيع منتجات المعلومات مثل: برامج الحاسب وقواعد البيانات فيجب على الشركات ان تكون قادرة على قياس تكاليف انتاجها وقيمتها بالنسبة للمستهلكين.

التفكير في حجم المعلومات عادة يكون في شكلها المادي مثلا كتاب يتكون من 200 صفحة، او قرص مضغوط بحجم ... لكن تكلفة انتاج المعلومات لا ترتبط بهذا الجانب.

طبيعة المعلومات:

الحاسب عبارة عن اداة لمعالجة المعلومات؟ فما هي المعلومات؟

يقول فريتز مالكوب: ان المعلومات ليست مجرد شيء، انها تعني اشياء مختلفة بالنسبة لهؤلاء الذين يشرحون او يفسرون خصائصها ورموزها وعناصرها واساليبها ووظائفها وابعادها وارتباطاتها، ومن الواضح أنه يجب أن يكون هناك شئ مرتبط بين كل الاشياء التي يمكن ان يطلق عليها اسم معلومات.

مصطلح او تعبير (المعلومات) في اللغة العادية يعني اشياء كثيرة: ربما نعني الحقائق بشأن العالم الذي يمثله الأرقام او الكلمات أو الصور (أشجار تحمل الكثير من المعلومات)

-المعلومات = علاقات بين حقائق.

-تقييمنا او فهمنا للعالم يعني اننا نتحدث عن معلومات (خشب البلوط يصنع منها الاثاث أحسن من الصنوبر)

-للتمييز بين مجموعة من المعاني فإننا يمكن ان نستخدم الكلمات التالية: بيانات ومعلومات ومعرفة.

البيانات: عبارة عن تمثيلات رمزية او رقمية محددة لحقائق عن العالم، وهي العناصر التي يتم ادخالها وتخزينها ومعالجتها بواسطة (الحاسب) وخلال (المعالجة) فإن أجهزة الحاسب تستخدم ببساطة لتحويل او نقل حقائق من وسيلة او وسيط الى اخر (طبع مرتبات العاملين).

المعلومات: عبارة عن منظومة ومجموعة مفيدة من الحقائق وليس عدد الحقائق المتاحة. وهي عبارة عن وصف هيكل للبيانات لأنها تشمل علاقات بين الحقائق الممثلة، وأن أجهزة الحاسب تعالج المعلومات عندما تقوم بتخزين او استرجاع او اعادة ترتيب العلاقات بين البيانات (ادلة الهاتف تحوي بيانات (اسماء، عناوين، ارقام) والمعلومات

في هذه الأدلة هي عي (العلاقة) بين اسم ورقم والترتيب الابددي - شريطة ان يكون الدليل منظما والا تبقى بيانات.

المعرفة: تشمل تقييم وفهم المعلومات، وتشير الى معنى المعلومات فيما يتعلق بالاهتمامات والاعراض الانسانية، لذلك فالمعرفة تتطلب فهم م هو متاح من معلومات وكيفية تطبيقها على المواقف الخاصة، او استخدام تلك المعلومات لتوليد معارف مثل ادلة الهاتف.

التسلسل الهرمي للمعلومات:

احيانا يتم التعامل مع المعلومات مثل البيانات.

المعرفة الإنسانية هي طريقة لفهم "ماذا يعني العالم" ، انها مصدر للحكمة التي تقوم على اساس النطاق الكامل لخبرة مجتمعنا، اما المعرفة العلمية فهي فهم للكيفية التي يعمل بها العالم/ ويتم اثباتها من خلال عملية تجارب دقيقة.

بالتالي، فإن المعلومات رغم انها مجردة إلا أنها حقيقية ويمكن دراستها وقياسها*.

المرجع:

<https://books.google.dz/books>

<https://books.google.dz/books>

*- الوعي الانساني: قبل اختراع الحاسوب كان المخ البشري هو النموذج المتاح لدراسة معالجة المعلومات وتعتبر العلاقة بين العقل (غير المادي) والمخ (المادي) هي المشكلة الاقدم والاعقد في الفلسفة. مخ الانسان يستقبل المدخلات التي يفهم منها الوجود عن طريق الحواس، ثم يربط بينها وبين ما تشير اليه من معان، فقد أصبح اسلوب الحاسوب الرقمي في معالجة المعلومات الرقمية - التي تتعامل بالبيانات بغض النظر عن المعنى - غير مناسب لتفسير نشاطاتنا العقلية.

قسم العالم كريستيان دوف -عالم الخلية والكيمياء الحيوية البلجيكي- في كتابه (التراث الحيوي Vital Dust) 1995، تاريخ الحياة إلى سبعة عصور: الكيمياء، المعلومات، الخلية البدائية، الكائنات وحيدة الخلية، الكائنات عديدة الخلايا، العقل، المجهول. وقد جعل الكيمياء تسبق المعلومات البيولوجية مما يعني أنها (مصدرها).

خامسا: أنواع الاتصال:

يعرف (الاتصال) على أنه: "نشاط تبادلي، ووضع مشترك لمعلومات أو رسائل من أجل نقلها وخلق علاقة بين الأفراد".

La communication se définit comme l'action d'échanger, de mettre en commun des informations ou des messages pour les transmettre et créer une relation entre individus.

أنواع الاتصال (les Différents Types de Communication):

1. الاتصال الشخصي (Communication Interpersonelle): الذي ينشئ علاقة بين شخصين.
2. الاتصال الجماعي (Communication de Groupe): يضع عدة أشخاص في علاقة.
3. الاتصال الجماهيري (Communication de Masse): هي مجموع التقنيات التي تسمح لفاعل بمخاطبة الجمهور (الاعلانات، اللافتات، اذاعة، تلفزيون، صحافة، سينما، انترنت).



استراتيجيات الاتصال: تكون واعية أو غير واعية، وهي العادات والسلوكيات التي يتبناها الفاعلون وفقا لهدف يجب تحقيقه.



رهانات الاتصال: الاتصال لا يعني فقط تبادل الرسائل بهدف وحيد هو الاعلام، وأيضا مشاركة المعاني مهما يكن نوع الاتصال. حدد (Alex Mucchielli)، خمس نماذج لرهانات الاتصال، وهي:

1. الرهانات الاعلامية (Informatifs): الاتصال هو فعل معلومات.
2. رهانات تموضع الهوية (Positionnement d'Identité): الاتصال هو تموضع مقارنة بالآخر.
3. الرهان المعياري (Normatifs): حيث أن لتواصل يعني اقتراح مجموعة من لمعايير والقواعد التي تدعم التبادل.
4. رهانات التأثير (Influence): هو اظهار التأثير على الآخرين.
5. الرهانات العلائقية (Relationnels): التواصل هو فعل تجسيد للعلاقات الانسانية.



Les types, les composantes et les enjeux de la communication, <https://www.maxicours.com/se/cours/les-types-les-composantes-et-les-enjeux-de-la-communication>.

<http://businesswise-dz.com/les-differents-types-de-communication>

تتصل اللغة بالجماعة، من حيث أن اللغات توضع في الاستعمال من طرف (جماعتها)، بالنظر إلى كونها (أدوات- ووسائل)، ومنه فهناك علاقة (تبادلية) بين اللغة والجماعة، وهو ما يؤكد على أن تكون اللغات وتطورها إنما يتأثر بالطريقة التي تتفاعل بها المجتمعات الإنسانية مع بيئاتها الفيزيائية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وأنه على العكس، فإن ملامح أساسية للغات معينة لها تأثير في الطريقة التي يتصل بها مستعملوها بهذه البيئات.

يمكن الحديث أيضا عن مجموعة من الأنظمة: النظام اللغوي + النظام الاقتصادي:

فما تأثيرهما على (الاتصال)؟

التغيرات المتوازية الضخمة التي حدثت في سياق تطور هذان النظامان لا بد أن لهما تأثير وبشكل مباشر على العادات الاتصالية، وذلك من خلال:

تحول اللغة الى (سلعة)، وذلك من خلال: التوجه لأسواق لغوية بأبعاد: اقليمية - عالمية.

ويقود ذلك إلى ظهور مفهوم (التنافس اللغوي)، والذي يشير إلى معادلة مفادها أن: "بعضها يكسب والآخر يخسر (الاستمرار -الصمود عبر الزمن)".

فائدة اللغة: تظهر من خلال عدة مؤشرات، منها:

- مدى الانتشار (محدود، متوسط او واسع النطاق).

- النجاح الاقتصادي.

- صلاحيتها.

- طرق ومدى تكيفها مع المتطلبات الاتصالية لمحدثيها.

المتطلبات الوظيفية للاتصال اللغوي:

تظهر من خلال المقارنة بين الدول المتقدمة والنامية مجموعة من الاختلافات في شكل:

- الهوية الاقتصادية، الاجتماعية، العلمية، التكنولوجية، وتبرز أكثر في شكل ضغوط.

- سيادة حالة من القصور اللغوي.

- مدى استعمالها من قبل متحدثيها (كثير او قليل)

الفائدة الاقتصادية للغة:

تظهر في اقتصادها الداخلي، من حيث مدى حاجة الأفراد الى استعمال الوسائل في انجاز الاتصال، وحاجتهم الى استعمال اللغة في انجاز الوظائف الاتصالية.

التحليل الاقتصادي للغة:

-اللغة أداة الاقتصاد وتحقيق التنمية؟

-استعمال اللغة بمردود جيد يحقق اقتصاد المعرفة؟

اللغة = صناعة + سلعة في القطاع الاقتصادي؟

مدى تزايد الصناعة الثقافية (قاعدتها اللغة) في الاقتصاد المحلي - الدولي؟

تحقيق النمو الاقتصادي مرهون برفع مستوى المعرفة (اللغة اساس المعرفة)؟

المجتمعات لها رصيد - ثروات ولها ايضا ثروة (اللغة)؟

قيمة اللغة تظهر من خلال: مدى تداولها.

الابعاد الاقتصادية للغة:

•الكثافة السكانية المستخدمة للغة (اولى أو ثانية).

•مدى تطور وظيفة اللغة (اداة انتاج).

•مدى الطلب عليها (سلعة دولية).

•المعاجم، الترجمة، التدوين، المعالجة الالكترونية.

•استيعاب اللغة للتقنيات.

(جون لوك) أول من وصف الكلمات بأنها: (القاسم المشترك للتجارة والاتصال). لذلك فإن اللغة تعتبر:

- اداة لتلبية احتياجات الافراد.

- قاسم مشترك للتجارة والاتصال.

حيث يظهر بأن النشاط الاقتصادي يعتمد اساسا على الاتصال، وهذا الاخير عناصره الأساسية هي (لغوية). كما أن انتاج العمل في السوق يحتاج الى تواصل، ويتم ذلك من خلال اللغة.

رهانات اقتصاد اللغة:

من ناحية أخرى، قد يحمل البعد الاقتصادي للغة مجموعة من الرهانات التي تنعكس على مدى استعمالها كأداة اتصال، والعائد اللغوي لها أحد أهم الرهانات، من حيث مقدرة لغة ما أن تحقق/ لا عوائد. كما ان عملية (احتكار) اللغة في العالم تشير إلى أن: 5 % من اللغات تحتكر نحو 94 % من السوق أو سكان العالم، إضافة إلى رهان (اندثار) لغة كل أسبوعين، بما يعادل (25) لغة سنويا (حسب منظمة اليونسكو).

<http://www.inst.at/trans>

المرجع:

2- الاتصال من حيث الزمان والمكان:

تتضمن عملية الاتصال تفاعلا بين المرسل والمستقبل، الأول يؤثر والأخر يتأثر ولا تتوقف عملية الاتصال عن هذا الحد، بل قد يتبادل الطرفان الأدوار بينهما، وبذلك فإن العملية متغيرة من حيث الزمان والمكان، أي أنها عملية (ديناميكية- متحركة) وليست (استاتيكية- ثابتة).

-من منظور فيزيائي: يعرف مفهوم (الزمان) بالإنجليزية: Spacetime : الزمان-مكان، أو الزمان المكاني، بأنه دمج لمفهومي الزمان والمكان، والذي يعني: (الفضاء) بأبعاده الأربعة، وتتمثل في:

الأبعاد المكانية الثلاثة: + البعد الرابع: (الزمن).

- الطول.

- العرض.

- الارتفاع.

هذا الفضاء الرباعي يشكل نسيج، أو شبكة تحمل كل شيء في الكون، كل جسم مهما كان حجمه وكل حدث يخضع لها، فلا وجود للأشياء، ولا للأحداث خارج نطاقي الزمان والمكان، ويعدّ المصطلح حديث نسبيا في الفيزياء، ويُطلق على أي نموذج رياضي يدمج الأبعاد الثلاثة للمكان مع بعد واحد للزمن ليكون فضاءً رباعي الأبعاد.

ومن منظور فلسفي: الزمان والمكان متقاطعان بوصفهما إطارا للوجود، خصوصا لعالم الظواهر فيه، حسب كانط وبوصفهما شرطا قديما للمعرفة به، وهما مترابطان، فكان جان بياجيه J. Piaget يملك حيثياته الفلسفية والعلمية والسيكولوجية فطابق بينهما بواسطة الحركة المكانية والسرعة الزمانية، قال: "الزمان مكان متحرك والمكان زمان ثابت". وهو ما جعل الأسئلة تنصب حول: هل يمكن التفكير في زمان بمعزل تام عن أية أحداث؟

ويمثله مباشرة تساؤل عن تصور مكان خال تماما، هذه المشكلة تبناها إسحاق نيوتن في بحثه عن الزمان والمكان المطلقين.

<https://www.hindawi.org/books/52636268/2>

في سياق الحديث عن الاتصال من حيث: الزمان والمكان، فإنه لا بدّ من الإشارة إلى نوع حديث من الاتصال، وما يعتمد عليه من وسائل (إلكترونية) والتي غيرت دورها كثيرا مفهوم (الزمكانية)، حيث تكمن أهمية وسائل الاتصال حسب (جوشوا. مايروفيتش Joshua Meyrowitz) بكونها:

ليست مجرد قنوات لتمرير المعلومات بين بيئتين أو أكثر، بل هي عبارة عن بيئات في حد ذاتها.

وقد بلور من خلال مؤلفه بعنوان: "انتفاء المكان: تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية على السلوك الاجتماعي: *No Sense of Place The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, 1985، نظرية جديدة حول تأثير هذه الوسائل على الأدوار والسلوكيات والمواقف الاجتماعية، بالمزج بين نظرية (الوسط) لـ (مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan)، ونظرية (الموقفية) لـ (أورفن غوفمان Erving Goffman)، بهدف صياغة محدد مشترك يربط دراسة التفاعلات المباشرة ووسائل الاتصال، ومنه يُكشف عن دورها في خلق مفاهيم جديدة للمكان.

ونظرا لأهمية وسائل الاتصال فقد عمد (مارشال ماكلوهان) إلى إعادة تقسيم تاريخ الحضارة استنادا إلى ارتباطها بتاريخ وسائل الاتصال، -وفي ذلك تحديد لمجموعة (أزمنة) متعاقبة مرّت بها المجتمعات الإنسانية-، حيث تتضمن ثلاث حقبة رئيسية، وهي:

• الشفاهية

• الكتابة

• الإلكترونية*

ويتجلى تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية على السلوك الاجتماعي حسب (Meyrowitz) من خلال ما أحدثته من تغييرات على مستوى الهوية الجماعية، التنشئة الاجتماعية، التراتبية والمكان.

يبرز تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية على السلوك الاجتماعي، من خلال التحليل الموقفي بأنه لا يكون بقوة الرسائل (المضمون) كما كان سائدا من قبل، ووفقا لتركيز مختصين في الإعلام ونظرتهم لوسائل الاتصال التقليدية على أهمية الرسالة في العملية الاتصالية من حيث صياغتها ودقة توجيهها وصياغتها، بل يتم تنظيم الأماكن الاجتماعية التي يتفاعل فيها الناس، وتقويض العلاقة القوية التي كانت تربط في الماضي بين المكان المادي والاجتماعي.

حيث يحاول إبراز أن الأماكن الاجتماعية هي عناصر أساسية في أي اندماج للأفراد في الجماعات، في الانتقال من دور إلى آخر وفي درجات التراتبيات* الاجتماعية، وفي إمكانية اكتساب مفاهيم جديدة عن السلوك الاجتماعي اللائق، وعن الهوية عندما نفقد "إحساسنا التقليدي بالمكان".

من ناحية أخرى يرى أن المواقف التي تمثل (نظم للمعلومات Système d'Information) تفرزها وسائل الاتصال الحديثة، مشيرا إلى الآثار التي يمكن أن تترتب عن عملية الانتقال من مواقف (مكتوبة) إلى مواقف (إلكترونية) على نطاق واسع من الأدوار الاجتماعية.

*-استند هيربرت مارشال ماكلوهان في هذا التقسيم إلى جهود الباحث الكندي (هارولد أدامس إينيس Harold Adams Innis) الذي يعتبر من رواد الجيل الأول من منظري "الوسط" أو "الوسيلة"، حيث حاول (إينيس) من خلال كتابي: تحيز الاتصال The Bias of Communication، والإمبراطورية والاتصال Empire and Communication إعادة كتابة تاريخ الحضارة كتاريخ لوسائل الاتصال، إذ تبدأ بمهد الحضارة في ميسوبوتاميا ومصر وينتهي بالإمبراطورية البريطانية والنازية.

*-التراتبية Hierarchy: تدرج هرمي/ تسلسل السلطة، ونظام ترتيب للأشخاص أو الأفكار أو الظواهر تتفاوت مراتبها أو قيمها، تكون كل درجة فيه باستثناء الدرجة العليا خاضعة للتي فوقها، وإداريا تشير إلى تسلسل المستويات/ المراتب التي تدرج فيها السلطة حتى تصل القمة (الرئيس الأعلى)، ويكون كل مستوى فيها ملزما بالتقيد بتعليمات رئيسه المباشر.

يستند (جوشوا) إلى تأثير وسائل الاتصال الالكترونية بالعودة إلى الأدبيات السابقة، خاصة نظرية (الوسط) ل (م. مكلوهان، 1975)* وحديثه عن أهمية الوسيلة/ الوسط: "الوسيلة هي الرسالة"، وتفيد بأن "النتائج الفردية والاجتماعية لأية وسيلة تتوقف على تغير المقياس الذي تحدثه كل تكنولوجيا جديدة". زيادة على ذلك أن مضمون أية وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فمضمون:

- الكتابة = الكلام.
- الكلمة المكتوبة = مضمون المطبوع.
- المطبوع = مضمون التلغراف.

من جهتها ترى (س. الصغيار، ح. الغياتي الإدريسي) تأثيرها في المفهوم الذي قدمه (ماكلوهان) وهو (القرية العالمية) حيث يرى أن "تكنولوجيا الاتصال مكنت من تقريب أجزاء العالم من بعضها البعض، ما جعل الشعوب تتجه نحو الوحدة والاندماج، والميول نحو الوحدة والتقارب ساهم في تغيير مواقف وسلوك الجماعات". ويلاحظ (جوشوا) أن (ماكلوهان) لم يقدم تفسيراً واضحاً عن "كيف" و"ماذا" تحدث وسائل الاتصال مثل هذا التغيير.

-أهمية وسائل الاتصال الالكترونية:

تظهر أهمية وسائل الاتصال الالكترونية حسب (جوشوا مايروفيتش) من خلال: وسائل الاتصال الالكترونية ساعدت على اندماج العديد من الأدوار الاجتماعية التي كانت منفصلة سابقاً، من خلال جلب مختلف مكونات المجتمع إلى (المكان) ذاته، وبالتالي يبدو أن تأثيرها ليس في محتواها فقط، بل من خلال تغير (جغرافية الموقف) الخاصة بالحياة الاجتماعية.

-وسائل الاتصال الالكترونية قوت العلاقة التقليدية بين المكان المادي والموقف الاجتماعي، وخلقت مواقف جديدة، وهذا ما جعل الناس في هذا الوقت "لا يعرفون مكانهم"، بحيث لم يعد لديهم مكاناً محدداً بالمفهوم التقليدي، بما يشمل من السلوكيات المتماشية مع الأماكن المادية والجمهير الموجودة فيه.

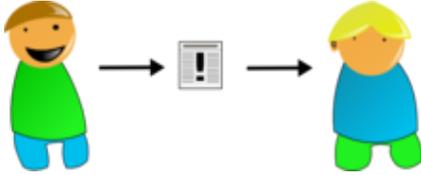
أجمع تقريبا من تطرقوا لوسائل الاتصال الالكترونية لقدرتها على تجاوز التغيرات التي أعاققت الاتصال، وتمكنت من تغيير مدلول المكان والزمان والحواسر المادية كمتغيرات للاتصال". زيادة على دورها في التنشئة الاجتماعية، تقوم "بإقحام الكل في إطار نظام معلومات مشترك". (ن. السليمان، ص. 65)

*-مارشال مكلوهان: مفكر كندي 1911 مؤلفاته: كيف نفهم وسائل الاتصال Understanding Media، ومجرة جوتنبرغ "The Gutenberg Galaxy" توفي سنة 1980. سساهم الوسيلة حسب كتاباته (1960-1963) في حصول تغيرات سلوكية أواخر الستينيات من خلال ما كتبه عن التغير الاجتماعي الكبير: إعادة التنظيم القلبي، تراجع مشاعر الوطنية، مطالبة الشباب والأقليات بالمشاركة الفعلية في تسيير شؤون البلدان وعدم الثقة في السلطة المحايدة، وعزا ذلك إلى انتشار وسائل الاتصال الالكترونية.

3-الاتصال ذو الاتجاه الواحد والمتعدد الاتجاهات:

عرف الاتصال تطورا بانتقاله من النماذج الخطية، الثنائية والتفاعلية، وقد سبق وأشرنا الى نماذج الاتصال، والتي تعكس اتجاهاته، والعناصر المشكلة للعملية ككل، حيث أن:

الاتصال ذو الاتجاه الواحد: يعبر عنه بالنموذج الخطي- الرياضي، ومن خلاله تم التركيز على القائم بالاتصال (المرسل)، أي مرحلة (الفعل) وهي تمثل تركيز المرسل على المستقبل، وامتدت من عام 1890 الى اوائل الخمسينيات، وتسعى الى اقناع المتلقي والتركيز على الاتصال الشخصي، ويتمثل من وجهة نظر (ارسطو، افلاطون) من خلال فن البلاغة، ثم (هارولد لاسويل) وفقا لنموذجه الحديث القائم على ثلاث عناصر:



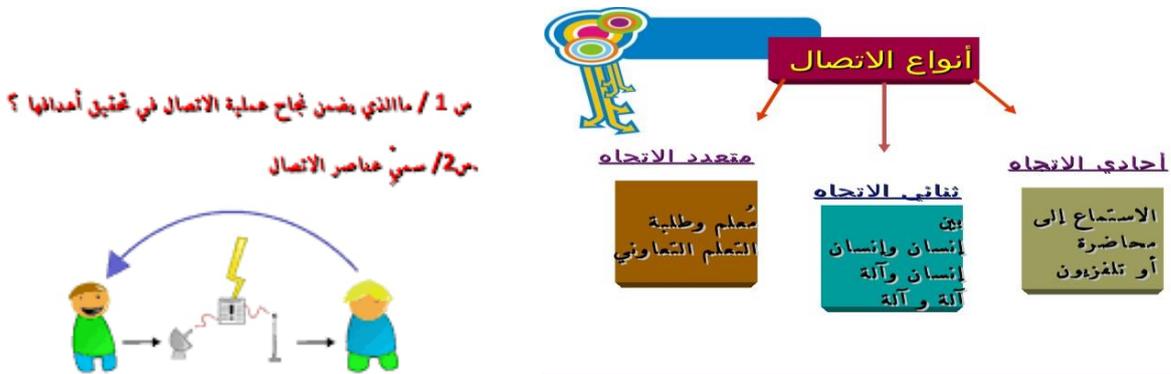
- مرسل
- رسالة
- مستقبل

ويتم هذا النوع في اتجاه خطي ولا يوجد فيه رجوع الصدى، يسجل غياب التفاعلية.

-الاتصال ثنائي الاتجاه:

يتم في اتجاه ثنائي، تظهر فيه التغذية الراجعة، مع تبادل للأدوار بين المرسل والمستقبل. وتسمى بمرحلة (تفاعلية الاتصال)، وبدأ الاهتمام بالتحكم ورجع الصدى ومراعاة عامل الوقت وتبادل الادوار بين طرفي العملية الاتصالية، من روادها (ولبر شرام)، حيث يقوم كل من طرفي الاتصال بإرسال واستقبال الرسائل في نفس الوقت، وهو ما يحقق عنصر (التفاعلية) في هذي الحال.

- الاتصال متعدد الاتجاهات: يحصل خلاله تعدد المرسل (بين) والمستقبل (بين)، وكذلك تبادل الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية، ويركز على تحقيق التفاعلية.



مجموعة فيديو تشرح الاتصال وعناصره لمزيد من الاطلاع وفقا للروابط التالية:

- مفهوم الاتصال وأهميته: <https://youtu.be/c388oF4vdiY>
- عناصر عملية الاتصال: <https://youtu.be/f8TKD6PQeII>
- أنواع الاتصال: <https://youtu.be/Yxi2zQISqks>

سادسا: المعلومات:

1-دراسة قيمة المعلومات: تعرّف المعلومات بأنها:

بيانات او معلومات جرى اعدادها او انتاجها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد مستقبلا والتي يكون لها قيمة مدركة، إما في الاستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها،

وتعرف ايضا بأنها:

مجموعة من البيانات جرى تشغيلها بأسلوب معين حتى تصبح في الشكل الذي تؤدي الى استفادة متخذ القرار منها.

تظهر قيمة المعلومات، في المميزات المتعددة، والأدوار التي تسهم في تأديتها باعتبارها منتج من نوع خاص، فحسب جوران وغودفري، تختلف المعلومات عن الموارد والمنتجات المادية الاخرى، باتسامها بـ:

قيمة المعلومات	
اللاملموسية	عدم القابلية للاستهلاك
عدم التماثل	قابلية الاستنساخ.
التجديد	قابلية الخزن على الحاسوب
قابلية التقاسم	البيانات دائمة البقاء
تعدد المصادر	قيمتها تتناقص
قابلية النقل	الهشاشة أو سرعة العطب
تعدد الاستخدامات	التقييم

وفقا للرباط التالي: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=83362>

لذلك فمن وجهة نظر الباحثين، تُعد المعلومات المحور الأساسي في نظم المعلومات، ويعبر عنها بـ "الذهب الحقيقي" الذي تمتلكه المنظمات، ومركز القوة الموجود في داخلها، وهذا يؤكد على قيمتها الكبيرة" أهمية دراسة قيمة المعلومات:

لا تقتصر على عمليات صنع القرارات الإدارية فحسب، وإنما تظهر في عمليات أخرى: التخطيط والرقابة، إذ يتمكن المستفيد من المعلومات من زيادة قدراته من خلال عمليات السيطرة والرقابة على نظم المعلومات، ويكون لديه الرغبة في دفع المزيد من الكلفة مقابل تلك السيطرة والرقابة، كذلك وجود المعلومات في المنظمة سيؤدي إلى تراكمها وزيادتها، مما يزيد من أهمية الرقابة عليها، تقود إلى تراكم المعارف وزيادتها عبر الزمن، تعطي ميزة وقوة ونفوذ لمن يمتلكها.

تعتمد قيمة المعلومات على التغير في الأداء الحقيقي المتسبب عن استخدام المعلومات، ومن هنا يتم تحديد قيمة المعلومات في ضوء الأداء. ذلك بـ:

- الزيادة في أرباح المنظمة.
- صافي الثروة.
- الحصة السوقية أو في قيمة السوق.

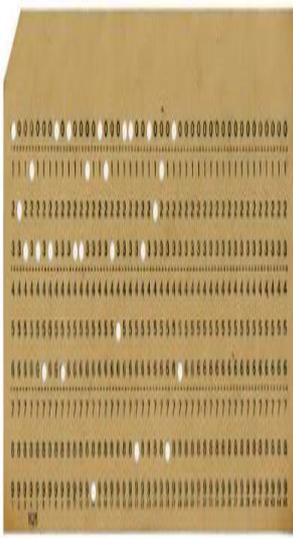
<https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-03-2010-dafatir/445-2013-04-30-15-38-26> : **الرابط التالي:**

2- حفظ المعلومات داخل الجماعات:

يشمل المجتمع عموماً جهات تقوم بإنتاج المعلومات، وأطراف آخرين بالمقابل يقومون على: البحث، واسترجاع المعلومات، واستخدامها، ولأجل ذلك ظهرت الحاجة إلى عملية حفظ المعلومات وتخزينها في وسائط متعددة وحفظها لتسهيل العودة إليها واسترجاعها عند الحاجة، وتتمثل في (المصادر) التي تدون عليها المعلومات بغرض حفظها، ويمكن تقسيمها إلى: الوسائط الورقية: كتب، دوريات، معاجم...، والوسائط الإلكترونية (الرقمية).

حفظ المعلومات: ظهور الحاجة إلى الحفظ ناجم عن: تراكم المعرفة والخوف من ضياعها، وهو ما أوجد الحاجة إلى تخزين المعلومات (كمية كبيرة) ما دفع الإنسان إلى البحث عن (ذاكرة خارجية).
في البداية كانت طرق الحفظ تقليدية: على الألواح الطينية + جلود الحيوانات + ورق البردي.
تطور وسائل الحفظ: الأرشفة الورقية + الحاسوب + الأقراص الضوئية...

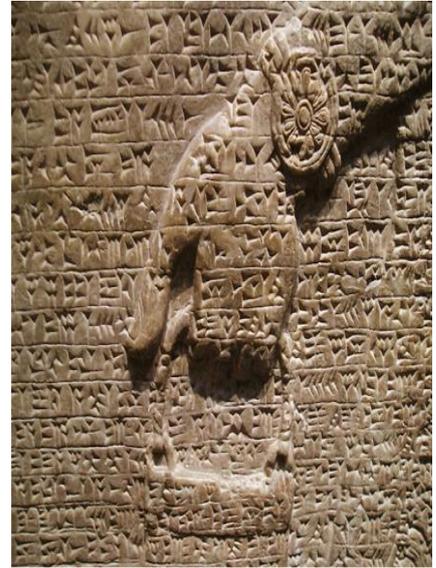
مفهوم الحفظ: الحفظ هو عبارة عن عملية ترتيب الوثائق بأنواعها المختلفة في أوعية الحفظ المتاحة داخل الأرشفة بنظام محدد يضمن سلامتها ويمكن بموجبه الوصول إلى أي وثيقة منها بسرعة عند الحاجة.
-أوعية حفظ الوثائق الورقية: الحفظ = تثبيت الوثيقة في أحد وعائي الحفظ التقليديين: ملف ذو غرف كارتوني وتحفظ الملفات في ادرج / فايل بوكس (غلاف سميك) يحوي آلة لتثبيت الأوراق.



بطاقات مثقوبة



أنبوب السلكترون (Selectron tube)



نقوش على الطين مجففة

(أولى وسائل حفظ المعلومات (5000 - 3000 سنة ق.م)



الاعمدة المغناطيسية



أشرطة مثقوبة

طرق الحفظ الورقية استدعت تدخل الطرق التقليدية والاستعانة بـ: المصغرات الفيلمية / الحاسب الالى.

تدفق الأوراق يوميا يفرض الحاجة للاحتفاظ بها، ومن أهم الطرق:

- الحفظ الرأسى: تعلق الملفات راسيا داخل ادراج بترتيب تسلسل ارقام وتترك الزوائد البلاستيكية ظاهرة لتسهيل الوصول اليها.
- الحفظ الافقى: وضع الوثائق المتشابهة فوق بعضها افقيا على الرف او حامل حديدي وتوضع على كل مجموعة ورقة لتسهيل الاستلال عليها (سجلات، خرائط، رسومات).
- الحفظ العمودي: وضعها واقفة عموديا على الرف ويكتب على ظهر المجموعة الملف الرمز الخاص بها (خرائط ملفوفة واشرطة مسجلة، الكتب...

إجراءات الحفظ:

- ترميم الممزق من الوثائق.
- تحديد صنفها ورمزها.
- ترتيب الرمز بالجهة اليسرى.
- تحديد مكانها من خلال فهرس.

قواعد الحفظ:

- وضع وثائق الموضوع الواحد في مكان واحد = تفعيل نشاط المحفوظات.
- انهاء اجراء معالجة موضوع الوثيقة قبل حفظها.
- الحفظ في مكان متفق عليه.
- تسريع عملية الحفظ لتحقيق تكامل المعلومات والبيانات.
- تحديد رقم الملف بدقة وفي المكان الصحيح.
- تسلسل اوراق الملف الواحد حسب تواريخ الحفظ (الجهة اليسرى).
- اعتماد خطة تصنيف محددة
- فتح ملفات فرعية- في حال التضخم.

صيانة المحفوظات:

نتيجة تعرضها للتلف: التداول ومرور الزمن = الاسترجاع.

التفتيش الدوري، تجديد الاغلفة، اعادة تثبيت الاوراق، ترميمها، حمايتها من التعرية، الحشرات والتراب، الحرائق، مراعاة كمية الحفظ في كل ملف.

نموذج رقم (١) قائمة محتويات الملف					
رقم الملف	المؤسسة ومراكز المعلومات				
تاريخ فتح الملف	وحدة /محافظة				
تاريخ قفل	قسم / قطاع				
الجزء	الملف				
	قائمة محتويات الملف				
	التسلسل				
	البيانات الخاصة بالاوراق				
الموضوع	النوع (٢)	التاريخ	الرقم	المصدر (١)	

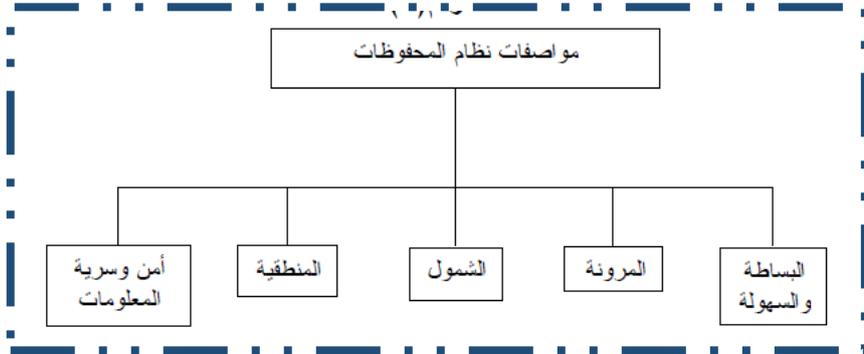
نظام المحفوظات المتكامل:

توضع كل مؤسسة خطة أو نظام واضح يتناسب وطبيعة الوثائق المتداولة وكيفية طلبها، والأنشطة الرئيسية والفرعية التي تقوم بها، وذلك عن طريق لجنة تكون على دراية بأنشطتها ووحداتها، ويتكون النظام من أخرى فرعية المتكاملة:

- نظام التصنيف.
- نظام الترميز.
- نظام الفهرسة.
- نظام الحفظ.
- نظام التداول.
- نظام الصيانة.
- نظام الفرز والترحيل والاتلاف.
- نظام الامن والسرية.

مواصفات نظام المحفوظات:

- السهولة والبساطة: وضوح اسماء الملفات.
- المرونة: قابلية التعديل مستقبلا.
- الشمول: شامل جميع الانشطة والموضوعات المنبثقة عنها.
- المنطقية: الالتزام عند وضع النظام بترتيب الابواب ثم الفصول فالموضوعات منطقيا ويوضح الصلات بينها لتسهيل الوصول اليها.
- امن وسرية المعلومات: مراعاة النظام لها نظرا لأهميتها.



مخطط نظام المحفوظات.

المرجع: أمل فاضل عباس، المحفوظات: اجراءات الحفظ والصيانة والفرز والتشذيب في مؤسسات ومراكز المعلومات العراقية، مجلة كلية الآداب، ع 79.

إجراء:

ضرورة وضع (دليل نظام المحفوظات): كتيب صغير يفصل كامل نظام المحفوظات: إجراءات الحفظ، النماذج المستخدمة، وصف وظيفي لمسؤوليات كل وظيفة داخله، التصنيف والترميز والفهرسة وطرق الحفظ المتبعة لكل وثيقة، نظام: الصيانة، الفرز، الترحيل، طرق الالتلاف، قواعد الامن والسرية للوثائق.

كما أن أهمية المعلومات والبحث في كفاءات حمايتها وتأمينها من العوامل المختلفة، فقد فرضت الحاجة خاصة مع التطور التقني البحث عن أوعية أخرى سهل التعامل معها وتتسم بسعة أكبر.

لذلك فقد تم خلق (قواعد للبيانات - Data Center)، والأرشيف بنوعيه الورقي والرقمي الذي قوامه نظام معلومات متصل بشبكة الانترنت لتسهيل إتاحة المعلومات في كل وقت، مع إمكانية الاحتفاظ بها في شكل ملفات الكترونية، او حوامل متناهية الصغر تتيح مميزات وإمكانيات: النسخ، والمشاركة وإمكانية التعديل والحذف والاسترجاع، منها القرص الصلب كوحدة للتخزين المعلومات الأساسية في الحاسوب والذاكرة الضوئية، والأقراص المضغوطة...

ولأن حفظ المعلومات (SI) يتم من خلال (المواقع الارشيفية) على شبكة الانترنت، فهي بحاجة الى بناء نظام معلومات، وهذا الأخير أساسه هو عملية التوثيق، حيث تعد إجراءات الضبط الوصفي للوثائق جزءا أساسيا في بناء (SI) اليدوي والالي، ويتطلب الأمر هنا تحديد:

- نوع الوثائق.
 - طرق حمايتها وتأمينها.
- خاصة وأن الوثائق هي اهم مصادر المادة العلمية الموثوقة والصادقة، وكل المؤسسات والهيئات بحاجة الى تطوير نظام المعلومات والارشيف، من حيث:
- كيفية توزيع الوثائق: منشئتها او مجمعة.
 - سهولة او صعوبة الوصول اليها.
 - تحديد نوع الوثائق وموضوعها: عامة، إدارية، مالية، تعليمية ثقافية، سجلات ونماذج، وثائق هندسية، وثائق بحثية...

كذلك تحديد طريقة تسيير الارشيف: مركزي (قسم القيد او الحفظ: صادر، وارد، التوزيع) / لامركزي (كل ادارة تحتفظ بأرشيف خاص بها).

مثال هيكلية ارشيف جامعي، ويضم: ارشيف مدير الجامعة، والنواب، والكليات والاقسام والمراكز، ادارة البعثات، المكتب الفني للتطوير الجامعي، الشؤون العامة والخدمات، الاقسام العلمية، ارشيف المجالات...

الاساليب الفنية للفهرسة والتصنيف والحفظ والاسترجاع الدورة المستندية:

الهدف الرئيس من حفظ الوثيقة= استرجاع ما بها من معلومات.

عملية تجميع، انتاج، حماية، النشر، التوزيع، فالاستخدام، واخيرا الحفظ او الاهلاك.

التصنيف والفهرسة والتكشيف:

-التصنيف: الترتيب المنطقي المنسق لعدد من المفردات وفقا لتسلسل منطقي معين، وتبعا للتشابه فيما بينهم، ويعد

اهم ركائز التطوير في مجال الوثائق. ويتم التصنيف بطرق عدة على اساس:

الموضوع. - النوع. جغرافي، زمني، الشكل.

-الفهرسة: الوصف المادي لوعاء المعلومات، تخص الاسماء، الملفات او الموضوعات، والفهرسة الصحيحة تتطلب

توافر قواعد محددة وهي: الكتب، الدوريات، المواد السمعية بصرية، ملفات البيانات الالية، المصغرات الفيلمية،

اسطوانات الليزر، وهناك قواعد يمكن الاسترشاد بها أهمها: تمثيل العمل الاصيلي، استرجاع المعلومات، ومن

اشكالها: المجلد، المطبوع، البطاقي، ومن صفات الفهرس المثالي: امكانية النسخ، الاقتصاد، امكانية الاستخدام،

السرعة والسهولة والمرونة في الادخال.

-التكشيف والاستخلاص: أكثر الطرق ملائمة للوصول الى موضوعات الوثائق وللوثائق، وتتم بطريقتين: التكشيف

الحر والمقيد، وتعتمد الاولى وفقا لثلاث طرق: الكلمات الدالة في السياق، الكلمات الدالة خارج السياق والكلمات

الدالة داخل وخارج السياق

الحفظ والاسترجاع: مثلا عن طريق اعتماد تطبيق (نظام الميكروفيلم): مساحة فيلمية صغيرة جدا تسجل عليها

كمية كبيرة من المعلومات، يمكن القراءة، الطباعة...

اسطوانات الليزر: زجاجية مغطاة بطبقة معدنية عاكسة للضوء، تسجل ملايين المعلومات صوت وصورة.

والاسترجاع: تقديم البيانات (استخراجها من الارشيف)، تقديم الوثائق (أكثر الخدمات)، استنساخ الوثائق، الاعارة،

الاطلاع على اصول الوثائق، الحفظ والتداول للملفات.

-مقترح: تصميم هيكل تنظيمي لإدارة الحفظ المركزي مثلا: نتيجة كثرة المحتوى وعدم تنسيقه:

الادارة العامة للوثائق والمعلومات وادارة خدمة الوثائق.

هناك نقطة تتعلق بالحماية:

الترميم والصيانة: اجراءات الحفظ وهي متصلة بسلامة وامن الوثائق للحفاظ عليها. هناك: حفظ افقي، راسي،

الراسي المعلق، الجانبي.

ايضا تداول الملفات ومتابعة حركتها وفقا لقواعد ثابتة.

وحدة الميكروفيلم طريقة للتصوير الضوئي.

قاعدة نظام المعلومات: تجنب تكرار المعلومات حتى لا تحدث أخطاء.

النسخ الاحتياطية: ضرورة في حال خطأ أو تلف أو سرقة أو أي عارض آخر.

3- تحويل المعلومات * العلمية والتقنية:

تعتبر (المعلومات العلمية والتقنية) مهمة في تحقيق المعرفة، ومنه الاستثمارات لتحقيق التنمية، وهذا ما جعل البناء المعرفي لمجتمعات العالم المتقدم والعالم على حد سواء خلال السنوات الأخيرة يسجل اهتماما كبيرا، برزت أهميته بعدما عرفه العالم من توجه نحو اقتصاد المعرفة الذي زادت فيه القيمة المضافة المعرفية بشكل ملحوظ، والذي أصبحت فيه السلع المعرفية أو سلع المعلومات من السلع الهامة، هذا نتيجة تطور التكنولوجيا، بحكم أن المعلومات وعاء المعارف والاتصالات الانسانية.

-تعرف (المعلومة التقنية) بأنها: المعلومة التي تعبر عن واقع الأشياء والظواهر التي تشرح التقنيات المختلفة، وكيفية استعمالها لمختلف الأغراض، فالمعلومة التقنية هي معلومة متخصصة تطبيقية لها مجال ضيق، تعبر عن معارف وتعرض الأحداث.

-أما (المعلومة العلمية) فهي: معلومات تتعلق بكل شيء أو الأشياء والظواهر دون استثناء وتساعد على البحث، وهي متخصصة في مجال معين، لا تفقد قيمتها كالمعلومة العادية.

والحديث عن المعلومة العلمية والتقنية يقود إلى (المعرفة) باعتبارها خلاصة المنتجات من تحصيل المعلومات بشتى أنواعها، حيث تعرف (المعرفة) بأنها: مصطلح يستخدم لوصف المعرفة درجة أعلى من المعلومات وتشمل عملية: فهم وتقييم المعلومات، وتحويلها إلى مهارات وخبرات، وفهم أي منا للحقيقة.

-أنواع المعلومات: المعلومات التطويرية أو الإنمائية: قراءة كتاب أو مقال والحصول على مفاهيم وحقائق جديدة الغرض منها تحسين المستوى العلمي والثقافي للإنسان وتوسيع مداركه. المعلومات الانجازية: يحصل الإنسان من خلالها على مفاهيم وحقائق تساعده على إنجاز عمل أو مشروع أو اتخاذ قرار*. المعلومات التعليمية: قراءة الطلبة في مراحل حياتهم العملية للمقررات الدراسية والمواد التعليمية*. المعلومات الفكرية: الأفكار والنظريات والفرضيات حول العلاقات الممكن أن توجه بين تنوعات عناصر المشكلة*. المعلومات البحثية: التجارب وإجراءات ونتائج الأبحاث وبياناتها (التجارب الشخصية أو الآخرين) ، حصيلة تجارب علمية أو حصيلة أبحاث أدبية*. المعلومات الأسلوبية النظامية: الأساليب العلمية للقيام ببحث بشكل أكثر دقة، الوسائل للحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة من الأبحاث والتي تختبر بموجبها صحة هذه البيانات ودقته،*المعلومات الحافزة والمثيرة*. المعلومات السياسية: وهذا النوع من المعلومات مركز قضية وعملية اتخاذ قرار*. المعلومات التوجيهية: فالنشاط الجماعي يستطيع أن يعمل بكفاءة. بدون تنسيق ولا يمكن أن يتم هذا التنسيق إلا عن طريق إعلام توجيهي.

وتعرف المعلومات العلمية والتقنية، بأنها:

كل المعطيات التي تقدم لنا معلومات ومنه الحصول على المعرفة والتي تمكننا من اتخاذ القرارات فهي المادة الخام للجامعات ومراكز البحث، وبالتالي فهي تعدّ من أهم أنواع المعلومات، والتي تعتبر نتائج البحث العلمي والتقني والمنظم الذي يتم داخل مراكز ومخابر البحوث العلمية التابعة للجامعات أو المؤسسات البحثية، ومنه فهي تشكل "مصدراً أساسياً للتسيير والإنتاج، ومجالات استعمالها عديدة من بينها مجال: الهندسة، الصناعة، التعليم، العلوم، التي يمكن أن تحمل في عدة أوعية، منها: براءات الاختراع، الكتب، الدوريات والتقارير وغيرها.

ومنه فإن المعلومات العلمية والتقنية تختلف عن باقي أنواع المعلومات الأخرى في كونها تهدف إلى إيجاد الحلول المناسبة للإشكاليات العلمية، وإلى المساهمة في تأكيد أو تفنيد فرضيات علمية داخل محيط البحث العلمي الأكاديمي، فهي معلومات تسعى إلى توضيح وقائع افتراضية لا وقائع حقيقية. إن ما يحدد (قيمة) المعلومة العلمية والتقنية هو كمية المعلومات المجمعة، وكذلك جودتها تعد هذه العملية ضرورية ومهمة لتوظيف كل معلومة علمية وتقنية في البحوث العلمية بكل ثقة وموضوعية.

تشير احصائيات دولية إلى ارتفاع كبير في كمية المعلومات المنتجة، وذكرت بأن "حجم الإنتاج المعلوماتي يعرف نمواً مهولاً. فقد أنتجت الإنسانية من المعلومات، خلال سنتي 2014 و2016، حسب IBM*، أكثر مما أنتجته منذ بدء الخليقة، وهو الإنتاج الذي يتزايد سنوياً بنسبة 45% وفقاً للشركة العالمية للأبحاث والإحصائيات (IDC)، والتي يستوجب قياسها معايير ومفاهيم وآليات قياس متجددة من قبيل "zettaoctet"، والزيتا أوكتيت هي (عشرة أس 21) 10²¹ أي 10 متبوعة ب 21 صفر، مما يجعل تصور حجم المعارف والمعطيات والبيانات الخطية منها والرقمية التي يتم توليدها في كل لحظة من قبل الأفراد والشركات والمؤسسات، بما فيها الجامعات ومراكز البحث. وهذا التطور الهائل انعكس على مختلف المجالات بما فيها المجالات الاقتصادية والاجتماعية، مضيفاً إلى القواميس مفاهيم مستحدثة من قبيل: "مجتمع المعرفة"، "اقتصاد المعرفة"، "العلم المفتوح" و "المجتمع المفتوح".

وبالتالي، فإنه وحسب الباحثين، البناء المعرفي لمجتمعات العالم برزت أهميته بعدما عرفه العالم من توجه نحو اقتصاد المعرفة الذي زادت فيه القيمة المضافة المعرفية بشكل ملحوظ فأصبحت السلع: المعرفية/المعلومات/الهامة، نتيجة تطور تكنولوجيا والاتصالات كعامل رئيس لمجتمع المعرفة بجميع أنواعها ومجالاتها، فلم تعد قيمة

* IBM: اي بي إم: اختصار بالإنجليزية لـ International Business Machines: شركة متعددة الجنسيات تعمل في مجال تصنيع وتطوير الحواسيب والبرمجيات، تزاوّل نشاطها منذ سنة 1911، ومقرها مدينة ارمونك في نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.

المعلومات العلمية والتقنية وقف على المعرفة، بل تشمل الجانب المادي الذي تعد السلعة ذات قيمة عالية قادرة على إحداث التغييرات، بحكم أن المعلومات هي وعاء المعارف والاتصالات الإنسانية، وقدرتها على تبادل، إنتاج وتوليد معلومات (علمية وتقنية) جديدة.

المرجع: <http://www.univ-tebessa.dz/fichiers/masters/06160096.pdf>

ايضا:

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrateur/Bureau/actes_icoa18_arabe.pdf

[:file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrateur/Bureau/06160096.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrateur/Bureau/06160096.pdf)

[https://www.researchgate.net/profile/Emilio_Delgado_Lopez-](https://www.researchgate.net/profile/Emilio_Delgado_Lopez-Cozar/publication/40228428_Le_transfert_de_l'information_scientifique_et_technique_le_role_des_nouvelles_technologies_de_l'information_face_a_la_crise_du_modele_actuel_de_communication_ecrite/links/56b78a0808ae5ad3605dba13/Le-transfert-de-l'information-scientifique-et-technique-le-role-des-nouvelles-technologies-de-l'information-face-a-la-crise-du-modele-actuel-de-communication-ecrite.pdf)

[Cozar/publication/40228428_Le_transfert_de_l'information_scientifique_et_technique_le_role_des_nouvelles_technologies_de_l'information_face_a_la_crise_du_modele_actuel_de_communication_ecrite/links/56b78a0808ae5ad3605dba13/Le-transfert-de-l'information-scientifique-et-technique-le-role-des-nouvelles-technologies-de-l'information-face-a-la-crise-du-modele-actuel-de-communication-ecrite.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Emilio_Delgado_Lopez-Cozar/publication/40228428_Le_transfert_de_l'information_scientifique_et_technique_le_role_des_nouvelles_technologies_de_l'information_face_a_la_crise_du_modele_actuel_de_communication_ecrite/links/56b78a0808ae5ad3605dba13/Le-transfert-de-l'information-scientifique-et-technique-le-role-des-nouvelles-technologies-de-l'information-face-a-la-crise-du-modele-actuel-de-communication-ecrite.pdf)

مجموعة روابط لفيدويوهات تحيل إلى الاستثمار في المعلومات العلمية والتقنية، خلال القرن الماضي، وأهم الانجازات المنبثقة عن ذلك التطور الرهيب في حياة بشرية:

Watch "Progrès techniques et scientifiques au XIXe siècle - Cm2 – Diaporama – TBI" on YouTube

https://youtu.be/M67igT_Y2yw

https://youtu.be/M67igT_Y2yw

3° - Des progrès scientifiques et techniques

<https://youtu.be/C7l-Y6-Cnkk>

Watch "Evolutions scientifiques et technologiques depuis 1914 - Histoire - 3e - Les Bons Profs" on YouTube

<https://youtu.be/ehGtJB2cK1M>

4- المعلومات والوثائق:

إحداث تغيير (جزئي / كلي) في: أساليب+ وظائف عمل مؤسسة: الغاية= إنشاء (نظام إداري) متطور يمكن إدارة المؤسسة+ تحقيق الأهداف + تقديم خدمات مناسبة للمستفيدين، ويتطلب إنشاء (توثيق المعلومات) باستخدام التقنيات تضمن تدفق المعلومات.

تعريف الوثائق:

سجل يتضمن معلومات حقيقية في عدة اشكال: المراسلات العادية، الفواتير، مخطوطات، مذكرات، خرائط، أشرطة صوتية، أفلام،.. يتمثل في تسمية: تلك الفعالية التي تضم جمع الوثائق، واعدادها، وخزنها، واسترجاعها، ونشرها. وقد اقترح المصطلح العالم البلجيكي (بول اوتليت) 1905، ثم استخدمه معهد التوثيق الدولي (1943). تعرّف أيضا، بأنها:

الوثائق التي تنتج في نشاط اي جهاز إداري خلال عمليات تبادل المعلومات والبيانات والاجراءات في الشؤون الادارية المالية والفنية، وقد عرف بأنه المكان الذي تحفظ فيه الوثائق العامة والمستندات التاريخية.

عرفها (السير هيلاري جنكنسون Sir Hilary Gen Kin son): المجموعة الارشيفية، بأنها:

الارشيفيات او الوثائق الارشيفية التي نشأت في اثناء تأدية اي عمل من الأعمال، وكانت جزءا من ذلك العمل، لذلك حفظت هذه الوثائق عن تلك الأعمال للرجوع اليها، وهي لا تقتصر على الأعمال الحكومية، بل قد تكون وثائق لجمعيات أو لأشخاص، أو لهيئات غير حكومية.

وحسبه، الوثائق تتجمع بطريقتين، وحدد أربع (4) مميزات لمجموعات الوثائق الارشيفية، وهي أنها:

- جزء من الإدارة التي انتجتها وفحواها حقائق عن أنشطتها- عدم التحيز.
- تكتسب أهميتها في الحفظ.
- تتجمع بطريقة طبيعية: ناتجة عن اداء عمل.
- يكسبها ذلك نوع من التماسك (طبيعية) والترابط والتسلسل.

-الوثائق الجارية: اوراق وملفات ما زالت متداولة للعمل في الجهاز الاداري، وتتطلب باستمرار الرجوع اليها لاستكمال الاجراءات لأخذ بيانات ومعلومات منها.

-الوثائق الثابتة: هي اوراق وملفات لا تتغير وانتهى العمل منها (غير مطلوبة) في الوقت الجاري، واحتمال العودة اليها لذلك تحفظ.

-الوثائق الالكترونية: باستخدام التقنيات الحديثة في: نقل وحفظ الاصل لمحتوى اية وثيقة باستخدام التقنية الرقمية ويمكن الرجوع اليها في اي وقت وبطريقة من طرق البحث المتعارف عليها دوليا.

أنواع الوثائق:

- الوثائق التاريخية
- حفظ الخرائط
- القضائية
- السرية
- الادارية
- الأطلال
- السياسية
- الآداب الفنون.
- الفنية
- الاختام والشعارات والنقود
- العسكرية

تصنيف الوثائق:

- تشييد المباني الواسعة. تشجيع المؤسسات والدوائر على تأسيس ارشيف خاص بها.

انظر الرابط التالي: (يحتوي على معلومات عن الوثائق وطرق الحفظ أيضا)

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=30638>

رابط يخص: طرق البحث عن المعلومات:

https://www.kau.edu.sa/Files/0000837/files/1478_L2%20How%20to%20Search.pdf

https://books.google.dz/books?id=LeomDwAAQBAJ&pg=PT72&lpg=PT72&dq=%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%AB%D8%A7%D8%A6%D9%82+%D9%88%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84+%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B5++%D9%84%D9%84%D9%85%D9%83%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D9%8A%D9%86&source=bl&ots=N4AhSnrW42&sig=ACfU3U1pgAbvu_WvbpbNvIXnnnMezMSp-Q&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwiCjO2MhfXoAhXK5-AKHRyPA2wQ6AEwAHoECAsQLg#v=onepage&q=%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%AB%D8%A7%D8%A6%D9%82%20%D9%88%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B5%20%20%D9%84%D9%84%D9%85%D9%83%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D9%8A%D9%86&f=false

أنظر أيضا:

<https://youtu.be/j5jukeoyRgw>

ادارة الوثائق والمحفوظات:

<https://youtu.be/D-lkBA1TfA8>

"نظرة عامة حول نظام ادارة المحتوى "M files :

لمحة سريعة لنظام إيزي دو كس للأرشفة الإلكترونية: Overview Easy Docs Documents Management
"System": https://youtu.be/_k1KVSgUIY

<https://youtu.be/7XCkKJESQ7E>

التكوين العلمي لطالب المكتبات والوثائق والمعلومات "v06 :

<https://youtu.be/GEoleP2XROg>

علماء العرب الستة الذين غيروا تاريخ العلم ولم يعرفهم احد:

https://youtu.be/8JRQwh_ln3M

انفوفورت - الحلول الأمانة لإدارة الوثائق والمعلومات:

<https://youtu.be/izj7yk-x7uw>

لائحة الحفظ:

https://www.youtube.com/channel/UCbumd5yfBfz4tax6i_mjb2Q

المركز الوطني للوثائق والمحفوظات:

<https://youtu.be/IfBwdBF5xWQ>

نظام ارشفة وحفظ المعلومات والوثائق - انظمة صلاح الجاسم:

https://youtu.be/oS1Z8x_-myc

الارشيف الاداري بالمستشفيات تنظيم للوثائق و خدمة للمريض:

5- الوثائق وتحليل النص:

- أنواع الوثائق: احصائيات، خرائط، رسوم بيانية، صور، نصوص، يتطلب تحليل الوثيقة:

1- القراءة: بشكل متأنٍ لأكثر من مرة بحثاً عن مقاصدها وفهمها بشكل جيد، تسطير الكلمات المفتاحية بالوثيقة سواء نص أو إحصاء، تحديد عناصرها: صورة أو رسم، استخراج أهم الأفكار والمعاني والمقاصد الواردة بها وربطها بالأسئلة المصاحبة.

2- مرحلة التخطيط: وضع تخطيط للوثيقة، أو الوثائق مجمعة، البحث عن المعلومات، تبويب المعطيات، المناقشة، العمل التحريري، ويشتمل على: المقدمة، المتن/ الجوهري، الخاتمة.

فإذا كانت الوثيقة عبارة عن (نص)، فإنه يتوجب:

(تقديم النص): من خلال قراءته، فهم الأفكار، تحديد العنوان، وطبيعته، وتحديد مصدره، التعريف بالمؤلف، الإطار الزمني- المكاني له، ومنه العمل على (تحليل النص): شرح المصطلحات، والربط بينها، التعليق، دراسة نقدية، للوصول إلى (تقييم النص): وذلك كمرحلة نهائية من خلال إبراز أهميته، والنتائج المستوحاة منه، ويمكن طرح إشكاليات أخرى كمحاولة للبحث فيها.

6- تحليل وقراءة الصور:

قدمت جريدة Le MONDE مجموعة من النصائح نقلتها عن اساتذة ومختصين في العلوم السياسية، تقوم على أساس طرح سؤال مفاده: (لماذا نقوم بتحليل الصور: Pourquoi analyser une image?)

ذلك، لان الصور مهما كان نوعها لديها شيء ما تدفعنا على تقبله (اخذه)، وهذه الرسالة البصرية لها لغتها الخاصة message visuel a son propre langage، ومع شيفراتها الخاصة، ولها دائما عدة وظائف: الاتصال، الاقناع، النقد، ... ومن أجل تحليل صورة يجب إذا:

- تقديم وصف موضوعي Décrire objectivement: (ما أراه): (ce que je vois)، وهناك قواعد للشروع في تحليل الصورة، تتمثل في:

- يجب أخذ وقت لإمعان النظر فيها اولا قبل البدء في التحليل والتفسير.
- عدم التردد في الكتابة وتحديد عناصرها الهامة في شكل دائرة أو إطار.
- وضع أسطر... * والسؤال الأول هو: ماذا ترى؟

تفسير الموضوع: يجب تحديد:

- نوع الصورة.
- الموضوع المعالج من خلالها.

لتبدأ عملية التحليل بطرح تساؤلات:

- من صاحب الصورة؟
- أين تم نشرها الصورة؟
- - من أي بلد؟

وايضا الحامل:

- جريدة
- كتاب
- معرض صور، ...
- أو حتى ان كان عملا فنيا: أين تم حفظه؟
- ما هو عنوان الصورة؟
- ما هي التقنية المستعملة: تصوير فوتوغرافي. الرسم (فحم، أقلام تلوين، باستيل...). النقش (النحاس، الخشب، الحجر)، ملصقات.
- الطلاء: الزيتي، ألوان مائية، اكريليك.
- تحديد طبيعة الصورة؟ عمل فني، (رسم صحفي، كاريكاتور)، صورة فوتوغرافية لحدث (سياسية، وثائقية)، ملصق ثقافي، سياسي أو اشهاري، بطاقة بريدية، لوحة رسم كرتون (مثلا)

<http://users.skynet.be/fralica/projets/fichacti/06/expl.htm>

- ما هو شكل الصورة الاصيلي؟

- هل تم تعديل الصرة؟ تم تأطيرها مقارنة بالأصلية، إعادة عملها على (فوتوشوب)؟

- ما هو موضح في الصورة؟

- ما هو الموضوع الرئيس في الصورة؟ (شخصيات معرفة او لا، سياسيين، نجوم، رجال، نساء، حيوانات؟ رمز، منظر، موضوع، مشهد، معركة، حدث معروف؟

- ما هو موضوعها: ديني، عادي، تاريخي، سياسي، اشهاري...

- هل توجد علاقة بين عنوان الصورة والموضوع؟

بناء على هذي العناصر يمكن استكشاف الصورة من خلال تحديد صاحبها، الإطار العام، مصدر الوثيقة والموضوع الرئيسي لها.

- تحليل الصورة رسميا analyse formelle de l'image: يعني وصف موضوعي للعناصر المكونة للصورة، وهذا لاكتشاف الصورة بشكل أكبر يجب طرح السؤال التالي: كيف تم تمثيل الموضوع؟ من خلال تحديد: (الشكل، التأطير، التركيبية، الفضاء، الضوء، الالوان، تيبوغرافي la typographie (استخدام الحروف)، توجد شبكة للتحليل وفقا للرابط التالي:

<https://static.oc-static.com/prod/courses/files/analyser-une-image/Grille+Analyse.pdf>

-ضع في السياق (ما أعرفه- الخبرة) (Mettre en contexte (ce que je sais):

الصورة، هي تمثيل مرئي أو توضيح لحدث، رأي أو رؤية شخصية حول موضوع، وترجمة ذلك من قبل صاحب العمل هي دائما مرتبطة بفترة، وظائفه، رؤية نقدية أو اقناع وتمثيل حدث أو شخص، وبالتالي يجب وضع الصورة في السياق لفهما بشكل جيد. ولدراسة (السياق)؟ يجب مراقبة 4 عناصر:

- السياق الفني والتقني (حركة فنية مثلا) أو أين يقع هذا العمل؟

- الرسام (صاحب الصورة...): معد الصورة، ما هي العلاقة مع تاريخه الشخصي (حدث شخصي).

- تفسير ونقد (ما استنتجته) (Interpréter et critiquer (ce que j'en déduis)

المرجع:

https://www.lemonde.fr/campus/article/2016/05/25/conseils-pour-analyser-une-image_4926285_4401467.html

من جهة أخرى تقتضي (مهارة تحليل صورة) الوقوف على عتبتين منهجيتين اثنتين هما:

أ- عتبة التقرير: وتتضمن رصد مكونات الصورة بدءا بإعداد بطاقة تقنية، ثم وصف عناصر التشكيل و الخطاب اللغوي و الموضوعات.

ب- عتبة الإيحاء: أي الدلالة: وترتبط بعملية التأويل حيث أن عملية التقرير تقوم على:

أ- اعداد بطاقة تقنية

ب- وصف عناصر التشكيل

ت- الخطاب اللغوي

ث- الموضوعات

7- الإشهار / الإعلان:

يعتبر الاشهار أحد عناصر المزيج الترويجي الذي يخدم الأهداف التسويقية عموما والاهداف الاتصالية خصوصا لكل جهة (معلنة)، وقد ظهر قديما وتطور أكثر بسبب التطور التكنولوجي خاصة في مجال المعلوماتية والاتصال، وهو يعتمد على عرض مزايا سلعة او خدمة بطريقة جذابة من اجل خلق او دعم او توسيع الطلب الفعال عليها، ويعتبر الطبيب الفرنسي (بوفراسترينو ستنو) أول مؤسس للإعلان المطبوع سنة 1630م، في باريس عبر صحيفة (لا جازيت دي فرنس).

ويعتبر الاشهار أحد عناصر (المزيج الترويجي)، هذا الأخير الذي يتكون من مجموعة من المتغيرات مثل المزيج التسويقي التي تتفاعل مع بعضها لتحقيق اهداف المؤسسة، والمزيج الترويجي هو جزء من المزيج التسويقي للمؤسسة فهو لا يخرج عن إطار التسويق.

تسعى إدارة التسويق من خلال المزيج التسويقي الى بلوغ اهداف ترويجية تخدم الأهداف التسويقية بإيجاد مزيج أمثل من مختلف العناصر المشكلة للمزيج الترويجي، وقد عرفت جمعية التسويق الامريكية الاشهار بأنه: الوسيلة غير الشخصية الهادفة الى تقديم الأفكار، السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة نظير أجر مدفوع.

-يقول (Robert Guérin) أحد البارزين في هذا المجال: "إن الهواء يتكون من الأكسجين، الأزوت والاشهار".

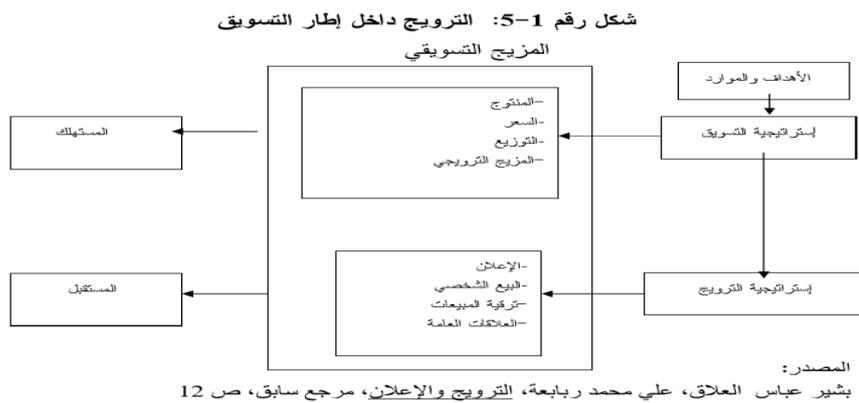
-يقول (Steven Ewen) بأن: "الاشهار يتسلل بطريقة ما إلى حياة الناس لدرجة أنه أصبح متطفلا".

-الإشهار: عبارة عن: الرسائل المنشورة في وسائل الإتصال الجماهيرية، المتكونة من الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، اللوحات الاشهارية. بمعنى انه يشير الى وجود عملية اتصال تتم عبر هذي الوسائل.

وتعرفه دائرة المعارف الفرنسية، بأنه: "مجموع الوسائل المستخدمة في تعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، وإقناعه بامتياز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها".

المرجع: إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2001، ص 131.

من خلال التعريف بأن: الإشهار يمارس من قبل المنشآت ذات الطبيعة التجارية أو الصناعية، لهدفين: التعريف والإقناع.



[pdf.الإشهار](file:///C:/Users/WinTen/Downloads/Documents/pdf.الإشهار)

المرجع:

عرفه (فيليب كوتلر Philip Kotler)، على أنه: شكل من أشكال الإتصال غير الشخصي يجري عبر وسيلة غير متخصصة مدفوعة الأجر وبواسطة جهة معلومة ومحددة".

Kotler p et autres, Marketing management, p 580

المرجع:

أضاف (كوتلر) إلى التعريفات السالفة: الجهة المسؤولة عن إذاعة الإشهار، مدفوع الأجر، يتيح إمكانية التحكم في الرسالة، ووقت الإرسال، وشكل ومضمون والوسيلة من القائم على عملية الإشهار.

خصائص الاشهار بناء على التعريفات:

- وسيلة اتصال (غير شخصية).

- تحمل المعلن نفقات.

- نشاط اتصالي يستهدف الاقناع والحث.
 - حرية المعلن فيما يريد توصيله من رسائل.
 - يعرض: السلع، الآراء، الأفكار، الخدمات، الأشخاص والمؤسسات.
 - يهدف للربح.
 - وضوح صفة المعلن في الاشهار.
 - أهمية الجانب النفسي في الاشهار (مخاطبة العقل والعاطفة).
 - أحد اشكال الاتصال في (التسويق).
- أهداف الاشهار: حسب (جونيز هنري Joannis Henri) يقوم الاشهار على خمس اهداف:

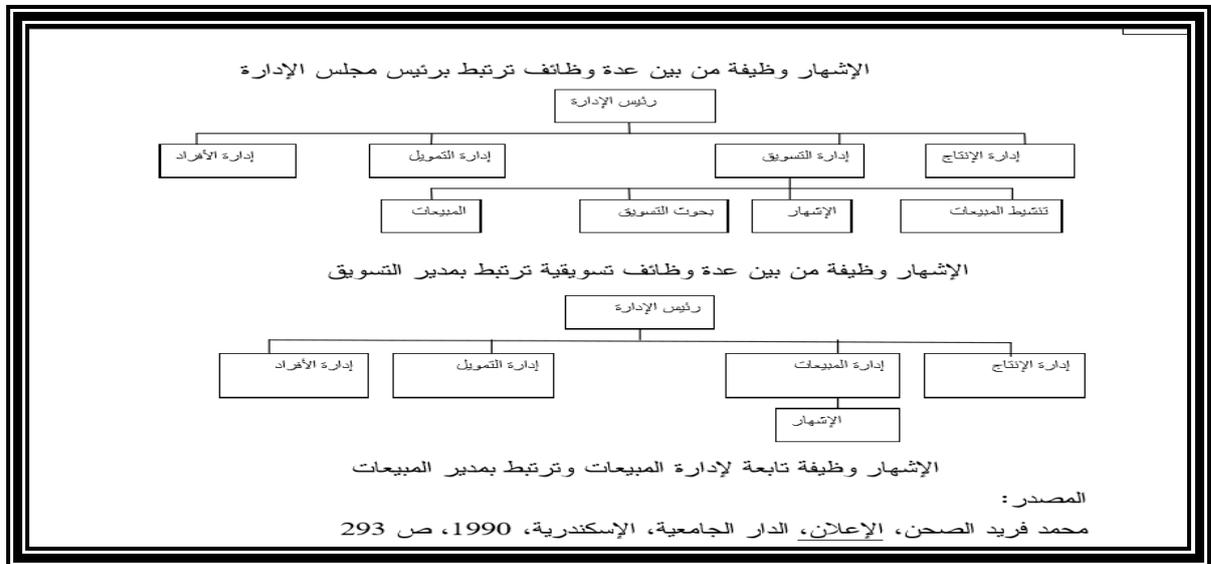
- الاعلام (التعريف بالسلعة، الخدمة...)
- الحضور الذهني (التكرار).
- بناء او تغيير صورة العلامة.
- تغيير او تعديل السلوك الاستهلاكي.
- الحث على التصرف (اتخاذ القرار الشرائي او اختيار خدمة...)

المرجع: Joannis Henri, De la stratégie marketing à la création publicitaire, Dunod, Paris, 1995, p 72

أما كوتلر، حصرها في ثلاث أهداف:

- الاعلام بوجود المنتج وخلق طلب اولي عليه.
- الاقناع بجدوى وفوائده، وخلق الطلب الاختياري والانتقائي.
- التذكير (مرحلة النضج) لدعم الصورة والتذكير.

مكانة الاشهار:



-العناصر المستخدمة في أسلوب الترويج من خلال الاشهار:

الإشهار الصحفي - الإشهار الإذاعي - المطبوعات على الغلاف- النشرات التعريفية -إشارات العرض - الإشهار في أماكن البيع.

أهم العوامل التي ساهمت في تطور الإشهار:

- التطور التكنولوجي، ونمو واتساع شبكة الإتصالات.

- إرتفاع الدخل المتاح للإنفاق.

- إرتفاع مستوى التعليم.

- نمو وتوسع العلامات التجارية والسلع والخدمات المختلفة.

- تنامي حجم ونشاط القطاعات الصناعية والتجارية والخدمية.

- بعد المسافة بين المنتجين والمستهلكين.

- نمو نشاط وكالات الإشهار المتخصصة.

الإشهار الإلكتروني: هو الذي ينشر على الشبكة العنكبوتية بهدف الترويج لبضاعة او تسويق خدمة او دعاية لموقع الكتروني او غيره.

المرجع: علي رضا، سلوى العوادلي، الإعلان الإذاعي والتلفزيوني، 2008، القاهرة.

-كذلك يعتبر الاشهار:

- مؤشر التقدم الاقتصادي - الاجتماعي والثقافي...

- مسار تنقيفي استهلاكي

- غسيل مخ بالصوت والصورة (الأغنية المشوقة، السلع المعروضة، الخدمة المطلوبة، الأفكار المطروحة...)
باستعمال كافة السائل المتاحة.

- أداة تسويقية فاعلة وأكثر انتشار، مرتبطة بتطور وسائل الاتصال، التصميم الفني والإخراج الرقمية (الحاسوب).

- من مظهراته أيضا: توسع السوق وتعدد المنتجات وتنوع الماركات (البراند) والتنافس، وتعدد رغبات المستهلكين.

- تطور الإعلان في أوروبا.

صيغ تقديم الاشهار/ الإعلان: توجد 4 صيغ رئيسية:

- الأداء الفردي: رسالة إعلانية قصيرة تستغرق اقل من دقيقة، تقدم بصوت واحد أو 2 يؤدي كل منهما فقرة ولا تكون الفقرات مكتوبة بصيغة حوار.
 - الدرامية: تنقسم الى الحوارية (حديث عادي بين شخصين/ أكثر)، والصيغة التمثيلية وتسمى الإعلان الدرامي/ الحوار متعدد الأطراف.
 - الغنائية: تعد من أكثر الصيغ شيوعا واستخداما، وهي تناسب السلع الشائعة الاستخدام.
 - المختلطة: تجمع بين صيغتين/ أكثر.
 - عرض الإعلان بثلاث طرق: مباشرة على الهواء، تسجيل الإعلان على فيلم، او تسجيله على شريط فيديو.
- المرجع: حسام فتحي أبوطعيمة، الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، دار الفاروق، عمان، 2008.

سابعاً: نظريات الاتصال الجماهيري:

1-تعريف الاتصال الجماهيري (Mass Communication):



كلمة (Masse) يقابلها في اللغة العربية: (جمهرة)، أو جمهور، وهي مستمدة من الكلمة الاغريقية (Maza)، وتعني (وجبة الشعير)، وهي بالتأكيد غير معناها المتداول الآن لكلمة (Maza) القديمة.

أما في اللغة العربية، ورد في قاموس (لسان العرب) لابن منظور تحت جذر الكلمة (جمهر) ما يلي:

جمهر: جمهر له الخبر: أخبره بطرف له على غير وجهه وترك الذي يريد.

-الكسائي: إذا أخبرت الرجل بطرف من الخبر وكتمته الذي تريد قلت: جمهرت عليه الخبر.

جمهور كل شيء: معظمه، وقد جمهره. وجمهور الناس: جلهم. وجماهير القوم: أشرفهم.

ورغم تعدد معاني كلمة (جمهور) لكن استخدمت بمعنى: التجمع/ التحشد/ الكثرة، وتطور استخدامها بالمجال: الاجتماعي والسياسي، فصارت تعبر عن: مجاميع من الناس (غير المحدودة الملامح).

- شكّلت مصطلحا مهما في علم الاجتماع، معبراً عن: جمعٍ غفيرٍ من الناس الذين يتركزون في مكان محدد، ويتصلون فيما بينهم كأفراد أو كجماعات.

- في علم الاتصال يشير (الجماهير)، الى: مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية، تتشكل هذه المجموعة من أفراد يختلفون في مراكزهم، ومهنتهم، وثقافتهم، وثروتهم، وكل فرد من هذه الجماهير مجهول الهوية.

-يتميز سلوك الجماهير في معظم الأحيان بأنه: (تلقائي) و(أصيل)، لأنه لا يقوم على اساس قواعد وتوقعات مرسومة وموضوعة مسبقا.

-يشير الاتصال الجماهيري، إلى: العمليات التي تقوم بها هيئات ومؤسسات تستخدم أجهزة وآلات يمكن بواسطتها انتاج الرسائل العامة ونقلها الى جماهير غفيرة ومتعددة. وتقسّم وسائله إلى ثلاث أنواع، وهي:

- المقروءة (صحف ومجلات).
- المرئية والمسموعة.
- المسموعة.

<http://www.averroesuniversity.org/pages/BURHAN1A.pdf>

المرجع:

وأهم ما يميّز (الاتصال الجماهيري)، أنه يكمن بين نقاط منفصلة عن بعضها، ويتم عبر وسيلة من وسائل الاتصال، ويستهدف عدد كبير من الأفراد غير المتجانسين وغير المعروفين لبعضهم وللقاتم بالاتصال، والمنفصلين عن بعضهم، فهم منفصلون عن كل من المرسل وعن المستقبلين الآخرين، وهكذا يكون رد الفعل مؤجلا غير فوري- سابقا طبعا.

وهو أيضا عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاعلام الجماهيرية مثل: الاذاعة، التلفزيون، الصحافة والسينما، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل الى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقاتم بالاتصال.

وتشتمل وسائل الاعلام الجماهيري (Mass Media) الوسائل التي لها قدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل الى عدد كبير من الناس، وتتحقق مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيزمية او الكترونية. ومن بين خصائصه: موجه نحو جمهور كبير نسبيا ومختلف الاتجاهات، عام وعاجل، يحتاج الى مؤسسة اعلامية، ذو الاتجاه الواحد، جمهور غير متجانس غير معروف، الرسالة فيه (فورية).

<http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/5518/1/Meawaje-Samia.pdf>

2- الخبر الإعلامي:

يشكل (الخبر الإعلامي/ الصحفي)، أساس الفنون التحريرية، والذي تتوقف على فهمه واستيعابه دراسة الفنون الأخرى، فالخبر الصحفي هو اللبنة الأولى في دراسة الفنون الصحفية الأخرى، وقد نشأت هذه الفنون مثل: المقال، التحقيق، الحديث الصحفي استناد إلى الخبر الصحفي، كما نشأت فنون (خبرية صرفه) كالتقرير الصحفي استناد إلى الخبر، والذي يمثل الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم معلومات عن خلفيات الحدث، والظروف المحيطة به، والأشخاص الذين اشتركوا فيه.

ويتكون الخبر من: صدر وصلب وخاتمة، وهذا مفهوم قديم للخبر، وقد حصل تطور في صناعة الاخبار، ويعرف: الخبر الصحفي *news*: المادة الخام التي تقوم عليها الصحافة، وهو وصف لحادث آني يحظى بالاهتمام، وهو الرواية الموضوعية والكاملة للحدث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور، حيث تسعى الصحافة للحصول على الخبر من مصادره المختلفة في كل أنحاء العالم، وبشتى السبل المتاحة، ومن ثمة نقله إلى الناس في مواقعهم ومنازلهم ومكاتبهم بطريقة موضوعية، وبتغطية شاملة لكل الأحداث ذات الأهمية، أو النفع بالنسبة للجمهور.

المرجع: علي حجازي ابراهيم، المنطق الإعلامي بين العالمية والعولمة، ص 378. <https://books.google.dz/>

-لغة: كلمة الخبر أو النبأ (news) في الأصل جاءت من أن كل حرف من حروفها يمثل اتجاها من الاتجاهات الأربعة: (n) - تعني الحرف الأول من كلمة الشمال باللغة الإنكليزية. (north).

- (e) تعني الحرف الأول من كلمة الشرق. (East).

- (w) تعني الحرف الأول من كلمة الغرب. (West).

- (s) تعني الحرف الأول من كلمة الجنوب. (South).

وهذا التفسير له دلالة كبيرة في أن أنباء اليوم لم تعد أنباء مدينة وحدها أو منطقة بذاتها، بقدر ما هي أنباء الكون كله الذي أصبح صغيرا بفعل انتشار القنوات الفضائية، وظهور الشبكة الدولية (الإنترنت) التي أتاحت فرصا أكبر لوصول الأخبار لجميع أنحاء العالم في لحظة وقوعها متخطية الحواجز والحدود.

القيمة الجديدة التي أضافها التلفزيون إلى الخبر هو انه أتاح لنا فرصة الاستماع ومشاهدة المتحدث شخصا، ومشاهدة الأحداث كما هي، مما خلق نوعا من الرابطة مع المذيع هي أقوى بكثير من الرابطة التي تربطنا مع مذيع الراديو الذي تكون صورته في أذهاننا مجرد خيال نحن صنعناه.

المرجع: علي الجابري، صناعة الأخبار في الفضائيات العربية- قناة أبوظبي نموذجا، عمان:مؤسسة عمون للدراسات، 2005.

ثامنا: النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري:

1-النظريات السوسيو-سيكولوجية:

مكن البحث المستمر في الاتصال والاعلام إلى ظهور نظريات اجتماعية عملت على تفسير ما تقوم به هذي الوسائل، حيث تم تصنيف النظريات إلى:

1-السيكولوجية: تضم:

- نظرية التعلم.
- نظرية المعلومات.
- نظرية الاتفاق (التوازن).

2-السوسيولوجية: تضم بدورها:

- النظرية الوظيفية.
- الصراع.
- النقدية.
- التفاعية الرمزية.
- التوقع الاجتماعي.

تدرج ضمن نظريات التعلم: النظرية السلوكية، الجشطالتيّة، البنائية، السوسيوينائية، وعلى ضوء ذلك ما وجب التطرق إليه بناء على خطة الدرس هي: النظرية السلوكية.

1-النظريات السيكلوجية: تضم نظرية التعلم، ومنها:

النظرية السلوكية: Behavioral theory

جاء في بحوث العالم السيكلوجي الروسي الأصل بافلوف في نظريته الشهيرة عن التعليم أو ما يعرف نظرية المثير والاستجابة، فاذا حاولنا تحليل مكونات نظرية التعلم للاتصال في ضوء تحليلات علماء النفس، نجد أن طبيعة عملية واسالييه ترتبط بالمنبه، وهو الشئ الذي يستطيع أن يدركه الفرد من خلال حواسه والاستجابة هي رد فعله نتيجة ادراكه للمنبه.

ظهرت النظرية السلوكية في عام 1913 بالولايات المتحدة الأمريكية، تقوم على الدراسة الموضوعية للسلوك، وهذا الأخير هو مجرد استجابة فسيولوجية للمنبهات البيئية الخارجية والعمليات البيولوجية الباطنية، دون ان تراعي عوامل الوراثة، الفكر أو الإدارة.

لذلك عُرفت باسم "نظرية المثير والاستجابة"، كما تعرف بـ: "نظرية التعلّم". وينصب الاهتمام الرئيس للنظرية السلوكية حول (السلوك): **كيف يتعلّم؟** // // // **كيف يتغير؟**
بالتالي فإن (التعلّم) هو محور (نظريات التعلّم)، -التي تضم كل من: السلوكية، الجشطالتيّة، البنائية، السوسيوبنائية-، وخاصة السلوكية السلوكية وهي (التقليدية)، وقد شكّلت (بيداغوجيا الأهداف)، وتبحث في سؤال: كيف يحدث التعلّم؟

تقوم النظرية السلوكية تبعا لذلك على مفاهيم ومسلّمات ومبادئ وقوانين تتعلق بـ: السلوك، وعملية التعلّم، وحل المشكلات، استخلصت من دراسات بحوث تجريبية معملية قام بها رواد وأصحاب هذه النظرية، منهم: بافلوف، سكينر، واتسون، ثورندايك. ومن المبادئ الأساسية التي تركز عليها النظرية السلوكية، أن: معظم سلوك الإنسان متعلّم، وأن الفرد يتعلّم السلوك السوي، ويتعلّم السلوك غير السوي، أي أنه يتعلّم السلوك المتوافق والسلوك غير المتوافق، ويتضمن ذلك أن السلوك المتعلّم يمكن تعديله.

تقوم على 4 عناصر، وهي:

- السلوك: استجابة لمثير معين -المثير
-التعزيز: رد فعل تجاه سلوك معين الحاجة الى تكراره.

التعلّم فيها هو (سلوك) قابل للملاحظة والقياس، وهناك تجربتين:

1- تجربة: المنعكس الشرطي لـ (بافلوف): قام بمثير طبيعي تمثل في تقديم:

1- لحم إلى كلب ----- أحدث استجابة (سيلان اللعاب) .

2- جرس + لحم ----- لعاب الكلب (الاقتران والتكرار).

3- جرس ----- لعاب الكلب (سلوك اشراطي، وقع التعلّم).

النتيجة: تعود الكلب على صوت الجرس لوحده فأصبح (الجرس) مثير.

2- تجربة: الاتجاه الاجرائي لـ (سكينر):

المعروف بقصص سكينر ونظرية المحاولة والخطأ مع الفأر تجريب بوضعه في قفص وقدم له الاكل، يوجد بداخله زر يفتح له مكان الاكل، في البداية حاول الفار حتى ضغط على الزر وحصل على الاكل، بمعنى (تعزيز إيجابي) لهذا السلوك. لكن (التعزيز السلبي) حصل عندما ضغط الفأر على الزر فأصابته صعقة كهربائية، فابتعد الفار

عن سلوك الضغط على الزر. ما يلاحظ أو يعاب على النظرية السلوكية، هو: التجزيء، الآلية والحفظ، كما عجزت عن تفسير بعض السلوكيات (مسألة الإبداعية)، عدم القدرة على التنبؤ، أما عن إيجابياتها، فهي كانت مصدر ظهور (بيداغوجيا/ المقاربة بالأهداف).

بالتالي، فإن عنصرا (المثير) و(الاستجابة): Stimulus and Response يشكلان دعامتان أساسيتان في النظرية، بحيث: إن كل سلوك "استجابة له مثير". وإذا كانت العلاقة بين المثير والاستجابة سليمة، كان السلوك سويًا والأمر على ما يرام، أما إذا كانت العلاقة بينهما مضطربة كان السلوك غير سوي والأمر يحتاج إلى دراسة ومساعدة. فلا بد من دراسة المثير والاستجابة وما بينهما من عوامل: الشخصية جسيما وعقليا واجتماعيا وانفعاليا.

-الشخصية: حسب النظرية السلوكية هي التنظيمات أو الأساليب السلوكية المتعلمة الثابتة نسبيا التي تميز الفرد عن غيره من الأشخاص.

-الدافع: تركز نظرية التعلم على الدافع Motive والدافعية Motivation في عملية التعلم. فلا تعلم دون دافع، والدافع طاقة قوية بدرجة كافية تدفع الفرد وتحركه إلى السلوك، والدافع إما أولي "موروث فسيولوجي مثل الجنس" أو ثانوي "متعلم مثل الخوف". وعن طريق التعلم يكتسب الفرد دوافع ثانوية تقوم على الدوافع الفسيولوجية الأولية، وهذه تسمى الحاجات ولها صفة الدافعية وتحدد السلوك، ووظيفة الدافع في عملية التعلم ثلاثية الأبعاد: يحرر الطاقة الأخرى، يوجه السلوك وجهة معينة ليشبع حاجة معينة عند الفرد.

مقارنة بين النظرية السلوكية، المعرفية، البنائية: على مستوى:

1. المبادئ، الأهداف والمحتوى.
2. طرائق التدريس، التقويم، المعلم، المتعلم، العلماء والرواد.
3. الإيجابيات والسلبيات.
4. النماذج، خطوات تصميم التدريس، تأثير النظرية على عملية تصميم التدريس.

المرجع: حامد عبد السلام زهران، التوجيه والإرشاد النفسي - النظرية السلوكية-، المكتبة الشاملة الحديثة

<https://al-maktaba.org/book/11542/104#p6>

<https://youtu.be/F6aKB883YSA>

أنظر أيضا:

نظرية التعلم:

<http://www.sietmanagement.fr/theories-de-lapprentissage-individuel-transmettre-construire-echanger-j-piaget-l-vygotski/>

النظريّة السلوكية	النظريّة المعرفية	النظريّة البنائية
١- التعليم المبرمج . ٢- التعلم للإتقان . ٣- التعلم المصغر . ٤- المحاكاة و المناجاة . ٥- التعلم المباشر . ٦- التعلم بمساعدة الحاسوب . ٧- المودول التعليمي . ٨- الحقيبة التعليمية .	١- التعلم بالمشروعات . ٢- التعلم التشاركي من خلال شبكات الانترنت . ٣- التعلم بالاكتشاف .	١- اكتشاف . ٢- المنظمات المتقدمة .
١- تقديم التقنية الراجعة المناسبة بعد استجابة المتعلم . ٢- استخدام أساليب مختلفة (لفظية ، غير لفظية) . ٣- اختيار فئيل للتعلم لتحديد مستواه . ٤- تقديم مهارات التعلم (المعرفية ، المهارية ، الوجدانية) في ضوء المحكات المحددة للأهداف . ٥- الامتحانات التي تركز على الاستظهار هي أفضل وسيلة لتكوين رؤية صادقة حول تعلم الأفراد .	١- لا يقلل البنائون التقييم محكم المرجع أو المعيار . ٢- الاعتماد على التقييم الحقيقي أو التقييم البديل (الملاحظة ، تقييم الأداء ، ملفات الإنجاز... الخ) .	١- تقديم التغذية الراجعة المناسبة بعد استجابة المتعلم . ٢- استخدام أساليب مختلفة (لفظية ، غير لفظية) . ٣- اختيار فئيل للتعلم لتحديد مستواه . ٤- تقديم مهارات التعلم (المعرفية ، المهارية ، الوجدانية) في ضوء المحكات المحددة للأهداف . ٥- الامتحانات التي تركز على الاستظهار هي أفضل وسيلة لتكوين رؤية صادقة حول تعلم الأفراد .
١- مصدر المعرفة وتضعه المدرسة السلوكية في دور القوة ، يراغب المعرفة ويلتزم للطلاب . ٢- تعزيز استجابات الطلاب . ٣- لا يتم مراعاة الفروق الفردية .	١- مرشد ووجه وميسر ومشارك . ٢- إثارة دافعية الطلاب نحو التعليم . ٣- تقديم التغذية الراجعة الفورية .	١- تتعلم المعرفة وتضعه المدرسة السلوكية في دور القوة ، يراغب المعرفة ويلتزم للطلاب . ٢- تعزيز استجابات الطلاب . ٣- لا يتم مراعاة الفروق الفردية .
١- تُغنى للمعلومات . ٢- الاستجابة للثيرات . ٣- لا يتحمل مسؤولية تعلمه	١- محور العملية التعليمية . ٢- يعبر عن آراءه وأفكاره . ٣- منظم للمعلومات .	١- تُغنى للمعلومات . ٢- الاستجابة للثيرات . ٣- لا يتحمل مسؤولية تعلمه
بافلوف ، ثورندايك ، سكينر ، واطسون	برونر ، أوزيل ، رابجلوث	بياجيه ، جون ديوي

إعداد: نغادة الشامي

مقارنة بين النظرية السلوكية والمعرفية والبنائية

النظريّة السلوكية	النظريّة المعرفية	النظريّة البنائية
١- أن التعلم يحدث نتيجة تعرض المتعلم للثيرات واستجابة ناتجة عن هذا الثير . ٢- التعلم يقاس بالتغير الملحوظ في سلوك المتعلم بعد تعرضه للثير . ٣- تعديل السلوك يتم عن طريق تكرار المتعلم لنفس الاستجابة حتى تثبت لديه مع الممارسة . ٤- ينظر أصحاب هذه المدرسة إلى العوامل الداخلية بمثابة صندوق أسود لا يُعرف ما يحدث داخله . ٥- يتعلم الإنسان عن طريق تعزيز السلوكيات .	١- تركز النظرية على العمليات العقلية المعرفية (العوامل الداخلية مثل التفكير ، الإدراك) والتي تتوسط بين الثير الخارجي والاستجابة . ٢- المتعلم كان نشط يقوم بمعالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها بصورة مستمرة . ٣- البنية المعرفية الداخلية (العوامل الداخلية) تساعد على تنظيم الثيرات وتذهب بالتعلم إلى ما وراء المعرفة . ٤- تقوم على استخدام المنظمات المتقدمة للموضوعات الجديدة . ٥- إعطاء المتعلمين حرية التفكير لحل المشكلات .	١- تصاغ بصورة أهداف عامة . ٢- تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات . ٣- التفاعل مع الخبرات التعليمية عن طريق البنى العقلية . ٤- تركز على القدرات الابتكارية .
١- تساهمت في ظهور الأهداف السلوكية (أهداف تعلم سلوكية قابلة للقياس والتقييم) . ٢- وضعت تصنيفات للأهداف (معرفة) ، مهارة ، وجدانية) . ٣- صياغها وعرضها للتعلم في بداية تعلمه . ٤- الاهتمام ب السلوك الظاهري للإنسان .	١- تصاغ بصورة أهداف عامة . ٢- تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات . ٣- التفاعل مع الخبرات التعليمية عن طريق البنى العقلية . ٤- تركز على القدرات الابتكارية .	١- تصاغ بصورة أهداف عامة . ٢- تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات . ٣- التفاعل مع الخبرات التعليمية عن طريق البنى العقلية . ٤- تركز على القدرات الابتكارية .
١- تقديم المعلومات والثيرات بصورة محددة البنية مسبقة ، والتي يحصل عليها المتعلم لتحقيق سلوك مرغوب وتجزئته إلى وحدات أو موضوعات منفصلة . ٢- صياغة المحتوى وعرضه بتدرج (من البسيط للمعقد ومن السهل لصعب) لمساعدة المتعلمين على إدراك واكتساب المعلومات . ٣- عبارة عن حقائق ومفاهيم ومبادئ وقوانين .	١- يتم تنظيم المادة التعليمية بحيث تراعى رسط المعلومات الجديدة في البنية المعرفية بالمعلومات السابقة لدى المتعلم . ٢- يشهد على البناء المعرفي فيشتغل على الحقائق والمفاهيم والمعارف والمبادئ والقوانين .	١- يتم تنظيم المادة التعليمية بحيث تراعى رسط المعلومات الجديدة في البنية المعرفية بالمعلومات السابقة لدى المتعلم . ٢- يشهد على البناء المعرفي فيشتغل على الحقائق والمفاهيم والمعارف والمبادئ والقوانين .
إعداد: نغادة الشامي	إعداد: نغادة الشامي	إعداد: نغادة الشامي

النظريّة السلوكية	النظريّة المعرفية	النظريّة البنائية
١- حددت الأهداف البنائية للسلوك المتوقع من المتعلم ، ومعايير الأداء المطلوب به ، مما جعله مركزاً على هدف واضح عليه تحقيقه . ٢- قدمت نظرية المثير والاستجابة توقعاً لما يحدثه المتعلم من استجابة . ٣- ساعدت في عملية تنفيذ ومتابعة الدرس . ٤- أكدت على أهمية التحكم في العوامل البيئية . ٥- ساهمت في تطوير فكرة (تفريد التعليم) و (مدخل التعلم) في التعلم . ٦- جعلت عملية تصميم التدريس عملية منظمة . ٧- ساهمت في الانتقال من المجال النظري إلى المجال التطبيقي . ٨- ترحب مبدأ الثواب والعقاب على مبدأ العقاب .	١- الربط بين التعلم السابق والتعلم الجديد يسر للطلبة التكيف مع خبراتهم بسهولة . ٢- ساهمت في بناء الاختبارات الشخصية التي تستخدم في بداية التدريس لتوضيح المهارات التي يتقنها المتعلم .	١- المحورات غير كافية لنقل المعنى وإنما تحتاج لتكون المعنى بأنفسنا . ٢- المشاركة النشطة في التعلم تؤدي إلى احتفاظ أفضل بالمعلومات وفهم أفضل . ٣- أفضل طريقة لتكثيف المعارف هي تنظيمها بصورة نشطة وربطها بالمعارف السابقة . ٤- البعد الاجتماعي للتعلم أو ما يسمى بالتعلم التعاوني يؤدي إلى فهم أعمق . ٥- تجعل المتعلم في وضع نشط بصورة مستمرة .
١- ركزت على السلوك الظاهري للإنسان أما السلوك الخفي فلم تعترف به . ٢- يرفضون الخبرات الذاتية للتعلم . ٣- دلتها العلمية مبنية على البحوث أكثر من الإنسان . ٤- تجزئة المحتوى إلى أجزاء منتملة مما يؤدي إلى تجزئة التعلم ، ويحرم المتعلمين من تكوين المعنى العام مما يجعل الطلاب غير قادرين على تطبيق أجزاء المعرفة في مواقف أخرى . ٥- تقوم الاستراتيجيات التدريسية على التعلم الفردي . ٦- التقييم عبارة عن امتحانات تركز على الحفظ والاستظهار .	١- قد يتبع المعلم طريقة تدريس لا تناسب جميع الطلاب . ٢- عدم الاهتمام بالمشاركة المجتمعية (العمل ضمن فريق) .	١- تتطلب الممارسات البنائية وقت أطول في الممارسات التقليدية . ٢- تفرس البنائية على الطلاب ضغطاً معرفياً عميقاً لا يستطیع كل الطلاب التعامل معها . ٣- قد تبدو الممارسات البنائية خادعة ومحجور ، وقد لا يفهم الطلاب أهميتها أو جدواها .

إعداد: نغادة الشامي

النظريّة السلوكية	النظريّة المعرفية	النظريّة البنائية
١- نموذج كيمب . ٢- نموذج ديك وكاري . ٣- تحديد الأهداف السلوكية . ٤- تحديد الخبرات السابقة للتعلم . ٥- تحديد المحتوى المطلوب . ٦- تنظيم المحتوى . ٧- تقديم الوصيات والإجراءات . ٨- تقديم أنشطة وتدريبات مناسبة . ٩- تقديم التعزيز أترك استجابة مرغوب فيها . ١٠- تسجيل استجابات المتعلم وتنظيم الثنية بنيت التعلم . ١١- تقديم التعلم في ضوء المحكات المحددة بالأهداف .	١- نموذج تينسون المعرفي . ٢- نموذج نورمان المعرفي . ٣- تحليل المهمة . ٤- تحديد الأهداف . ٥- تحليل خصائص المتعلم . ٦- تحديد الاستراتيجيات . ٧- التطبيق .	١- نموذج بروكرز . ٢- نموذج جانون وكولاي . ٣- تقييم الاحتياجات . ٤- تحديد الأهداف . ٥- اختيار نموذج تصميم مناسب . ٦- التنفيذ . ٧- التقييم .
١- حددت الأهداف البنائية للسلوك المتوقع من المتعلم . ٢- قدمت نظرية المثير والاستجابة توقعاً لما يحدثه المتعلم من استجابة ومعايير الصمة . ٣- ساهمت في فهم قدرات الإنسان واستعداداته . ٤- ساعدت في عملية تنفيذ ومتابعة التدريس . ٥- أكدت على أهمية التحكم في العوامل البيئية ودرجة تركيز المتعلم في عملية التعلم . ٦- زادت من فاعلية تصميم التدريس وتذليل العقبات . ٧- ساهمت في تطوير فكرة تعزيز التعلم ومدخل التعلم . ٨- ساهمت في الانتقال من المجال النظري في تصميم التدريس إلى المجال التطبيقي .	١- تأثيرها في : ٢- المجال النظري : تزويد الباحثين والمدرسين ومصممي التدريس ومنظري المجال بأساس نظري في تصميم التدريس المعرفي وتوظيفه . ٣- المجال التطبيقي: يساعد المعلم والمدرّب ومصمم التدريس على تنظيم خبرات المتعلم ليتفاعل معها ويتطورها من خلال استراتيجياته الخاصة ، يساعد المتعلم على ترتيب عملياته الذهنية وضبطها واسترجاعها .	١- مرحلة التحليل . ٢- التطوير . ٣- التقييم .

إعداد: نغادة الشامي

2- النظريات السوسولوجية: وتضم:

-نظرية التفاعلية الرمزية symbolic interaction theory:

تعود جذورها الى علماء النفس (التقليدي) من خلال اهتمامهم بالمشاكل السيكولوجية المتزايدة، وجاءت اهتماماتهم بدراسة طبيعة التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والنفسية التي تحدث بين الافراد والجماعات خلال اتصالهم وعلاقاتهم في حياتهم اليومية، وسعى (جورج ميد) إلى دراسة البيئة الفعلية والتي يشكلها مكون الحياة الاجتماعية والمجتمع الذي يعيش فيه الافراد والجماعات في إطار (سوسيو-سيكولوجي)، وأكد بأن السلوك الاتصالي الفردي والجماعي يتأثر بطبيعة (الموقف situation).

وهي تعبير عن العملية التي يكون فيها الفرد في علاقة اتصال مع الاخرين لتحقيق أهدافهم، وتتطوي على تفاعلات تقوم على أساس رمزي بحت، حيث تتخذ الرموز اشكال وصور مختلفة، ولا يمكن أن يحدث الاتصال دون الاتفاق على معان موحدة للرموز الموجودة في البيئة. وهو ما يجعل تشابه في الاستجابات بين الافراد ليزداد التفاعل نتيجة تزايد الخبرات الاتصالية المرتبطة بادراك الرموز ومعانيها.

<https://www.youtube.com/watch?v=yI0FRz7rI9g>

أنظر أيضا الرابط التالي:

<https://www.youtube.com/watch?v=aC0yorY29IA>

<https://study.com/academy/lesson/symbolic-interaction-theory-definition-examples.html>

2-نظرية التحديث: Modernization Theory

اهتم علماء النفس والاجتماع بدراسة (التحديث) كأحد أو جه التغيير الاجتماعي Social Change، وهي النظرية التي اخذت ابعاد جديدة خلال النصف الأخير من القرن 20م، واهتم في ذلك دانيال لينر بدراسة وسائل الاعلام خاصة في الدول النامية من منظور (سوسيو-سيكولوجي)، مهتما في ذلك بوضع نظرية تتعلق بدور وسائل الاتصال في التحديث، وذلك بدراسته لـ 35 شركة سينمائية (في ايران) ساعيا في ذلك للتمييز بين الملامح البنائية والوظيفية للشركات. إضافة إلى اهتمامه بمناقشة عملية الاتصال الإعلامي: كيفية عمل وإنتاج الاعلام؟

ما هو دورها الوظيفي الاجتماعي في التنمية عموما وفي التنمية السياسية خصوصا.

نظرية انتشار المبتكرات/ الابتكار - التجديد: Innovation T:

تعني عملية (الانتشار Diffusion) انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها واختراعها الى الجمهور او المستقبلين، وحدد (روجرز Rogers) خمس مراحل تتمثل في:

1-م. الوعي/ الشعور بالفكرة Awareness: التعرف على المبتكر للمرة الأولى، وهي أهم مراحل (التبني) للمبتكرات واهمها.

2-م. الاهتمام Interest: البحث عن (أصول) الفكرة+ جمع المعلومات قدر الإمكان+ السعي لمعرفة أكثر عن طبيعتها، وتكون نتيجة ذلك: تولد الدافعية لمعرفة المزيد عنها (التبني).

3-م. اتخاذ القرار والتقييم: Decision & Evaluation: يتم على مستواها:

- اتخاذ الفرد المتبني (Adopter) القرار في الاستمرار في البحث عن مزيد من المعلومات عن الفكرة أو الإقلاع

عنها + Qui تقييم المعلومات المجمعة عن الفكرة الجديدة بناء على موقفه الحالي منها وتوقعاته المستقبلية عنها.

وبناء على: اتخاذ القرار + التقييم = تجريب الفكرة أو المستحدث/ تركه.

4-م. التجريب Trail: يبدأ الفرد تجيب (المستحدث) وتطبيقه على نطاق ضيق، وذلك بغرض التعرف على مدى والفائدة المتوقعة من التبني.

5-م. التبني Adoption: هي مرحلة (اقتناع) الفرد بالمستحدث بعد التعرف على فوائده من جراء التبني، وهذا الأخير لا يحدث بالتساوي بين الافراد.

المرجع: إيهاب حمدي جمعة، جامعة الإسكندرية، <https://www.slideshare.net/ehabo/ss-26896205>

تاسعا: بعض نماذج الاتصال Models of communication



1-نظرية (التأثير القوي لوسائل الاعلام) Harold Lasswell:



تندرج نظرية (هارولد لاسويل Harold Lasswell) - عالم السياسة- ضمن نظرية (التأثير القوي لوسائل الاعلام)، لذلك صُنفت على أساس أنها: جزء من مجموع نظريات اهتمت بمجالات مختلفة في العلوم الاجتماعية، منها: علم الاجتماع، المجتمع الجماهيري، علم النفس، هذا الأخير الذي اتصل بشكل وثيق عند ظهوره بالنظرية التقليدية (السلوكية) -سبقت الإشارة إليها باسم نظرية (المثير والاستجابة-)، ونظرية (التحليل النفسي) (سيغمون فرويد)، ونظرية العلوم السياسية وخاصة نظرية لاسويل في (الدعاية).

وقد جاءت النظرية في سياق التطور الكبير الذي رافق وسائل الاعلام، خاصة مع ظهور: الإذاعة والسينما كوسائل اتصال جماهيري، حتى ان نظرية (التأثير القوي لوسائل الاعلام)، وجاءت تحت مسميات متعددة، منها: الحقنة تحت الجلد، الرصاصة، بلورت على أساسها مختلف هذي النظريات، ويستدل الباحثون في ذلك بهيمنة (السلوكية) بدايات القرن العشرين، وما عرفته المرحلة من تفسير سلوكيات الفرد بأنها نتاج "رد فعل على (منبه خارجي /المحيط).

ومن بين النتائج المترتبة على هيمنة هذي النظرية، أنها ألغت العمليات العقلية للفرد، بحيث اعتمد أصحاب نظرية التأثير القوي على (السلوكية) باعتبارهم للرسائل الإعلامية المبتوثة من وسائل الاتصال الجماهيري بأنها (منبهات خارجية)، بما في ذلك الدعاية السياسية والإعلان التجاري.

بالموازاة مع ذلك كان لنظرية التأثير القوي لوسائل الاعلام ارتباط وعرقه وثقى بنظرية التحليل النفسي، فقد اعتبر (فرويد) أن سلوكيات الافراد تتبع من اللاوعي واللاشعور (العقل الباطن)، لذلك فأصحاب هذي النظرية يرون بأن كم هائل من الرسائل الاعلانية والدعائية تحديدا تتوجه الى لاوعي الافراد.

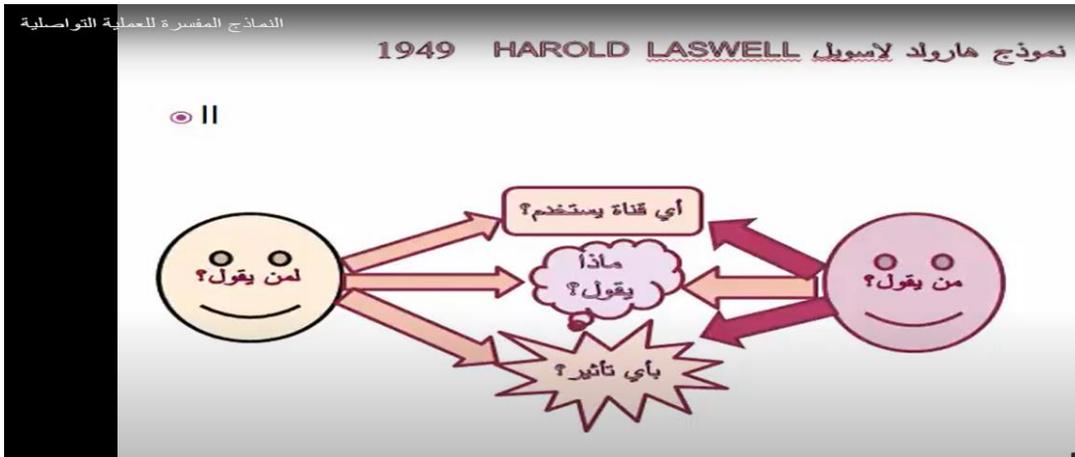
لذلك رأى لاسويول بان تأثير الدعاية قوي جدا على الافراد، من خلال تأثير المضامين، والتي يزداد تأثيرها كلما كان الوضع النفسي للجماهير غير مستقر- خاصة في فترة الحرب العالمية الثانية-، وفقدان الفرد العادي القدرة على التمييز بين الاعلام الموضوعي والدعاية المضللة.

لأجل ذلك ركز نموذج لاسويول في الاتصال على إبراز مكانة وأهمية عنصر (التأثير) في عمليات الاتصال المختلفة التي تحدث بين الأفراد والجماعات بصورة عامة، وبين هؤلاء الأفراد والجماعات حين يتواجدون في مؤسسات أو منظمات ذات طابع خاص، ويتلخص هذا النموذج في العبارة الشهيرة التي قالها لاسويول:

(من يقول؟ وما يقول؟ ولمن يقول؟ وبأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟).

Who? says what? in which channel? to whom? with what effect?

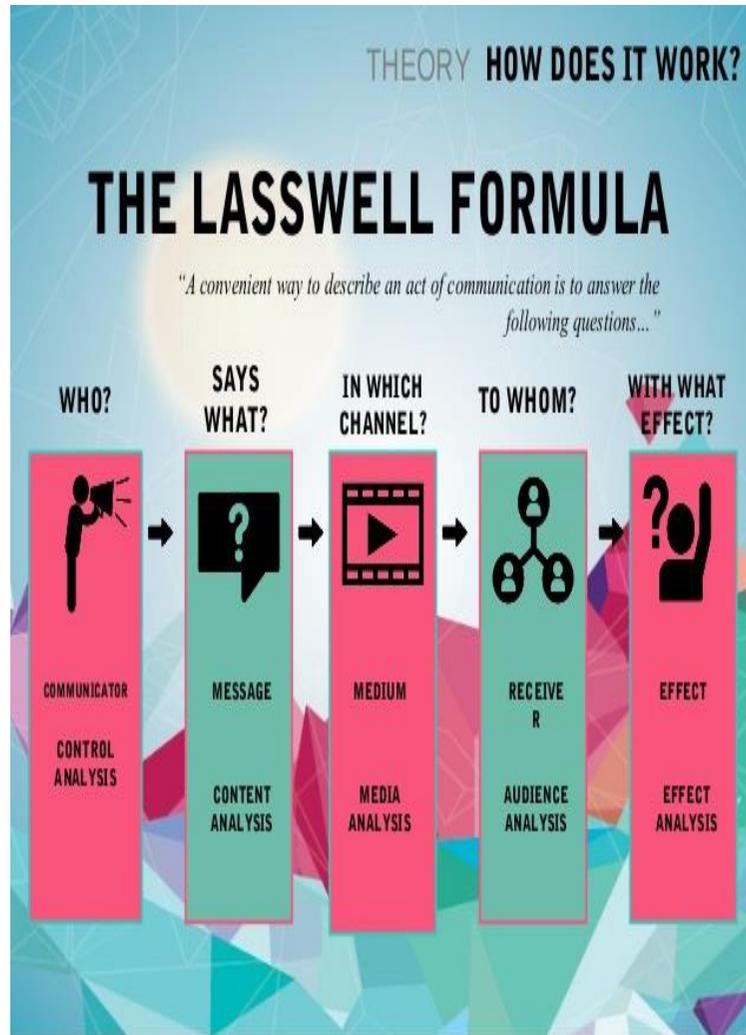
Qui ? dit quoi ? par quels moyens ? à qui ? avec quels effets ?



Le modèle de Lasswell

Qui ? Emetteur
 dit Quoi ? Message
 par Quels moyens ? Canal
 à Qui ? Récepteur
 avec Quels effets ? Sens

32



<https://prezi.com/kzn-qs2v6rel/lasswells-communication-model/>

Lasswell's Model (1948)

يظهر من خلال المخططات بأن نموذج لاسويل يقوم على (الأحادية)، بمعنى أن جميع عمليات الاتصال حسبها تكون في (اتجاه/ خط واحد) أي من المرسل إلى المستقبل، وليس العكس، كما أنه لم يول أهمية للعناصر الوسيطة الأخرى، وحتى (فاعلية وإيجابية) المستقبل التي تتوقف على الاستعدادات النفسية والاجتماعية المؤثرة عليه.

وهو لا يشير إلى (ردود الفعل) الصادرة عن المستقبل وتصل إلى المرسل، وكذلك لم يهتم بعنصر (الخبرة المشتركة) بين طرفي العملية الاتصالية، لكون (الاستجابة) ليس آنية، بل تعتمد على جميع العوامل الشخصية والقوى الثقافية للمستقبل، ولأن العوامل النفسية لها دور في الإدراك والتذكر ومنه دورها في (رد الفعل) في عملية اختيار ما يصطدم به من معلومات والتي يتذكروها وفقا للعوامل النفسية، او الاستعدادات، والاتجاهات والقيم الموجودة لديه.

كما تظهر لديه أهمية العوامل الاجتماعية والثقافية ذات التأثير الواضح على المستقبل، ومدى تقبله للتأثير او على استجابته للمؤثرات المختلفة.

المرجع: عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2010، ط2، ص. ص 145 - 147.

انظر أيضا:

<https://youtu.be/z2Lh9VTrpO8>

<https://youtu.be/5a9AQeSFI1Y>

نماذج الاتصال الثلاث:

Models of communication:

https://www.slideshare.net/chester_03/models-of-communication-55859509

<https://www.slideshare.net/mtiperez/communicating-powerpoint>

<http://olivier-moch.over-blog.net/article-les-modeles-de-communication-72295675.html>

2-نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين Two-step flow Theory :

بول لازارسفيلد /Paul Lasarsfeld /كاتز Katz:

Théorie du « two-step flow of communication » (Katz et Lazarsfeld 1955)

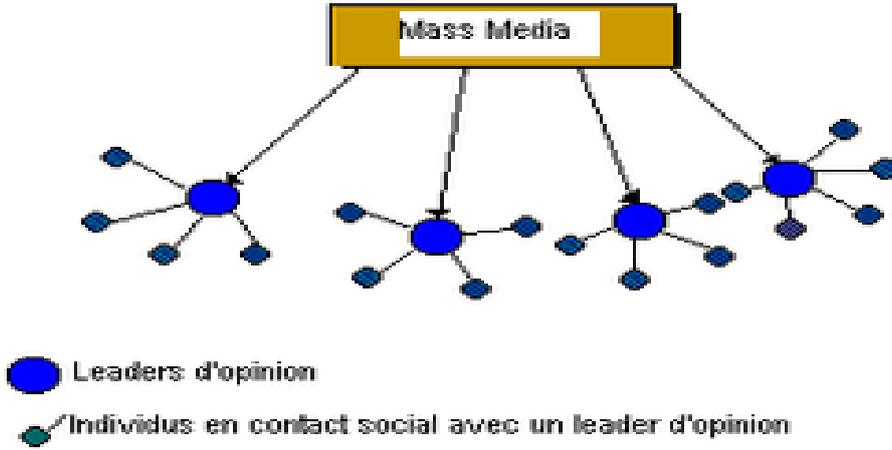


Schéma de la communication à double étage, de Lazarsfeld et Katz (1955)

Théorie des deux étages de la communication ou communication en deux temps.

-influents : ce sont des « **leaders d'opinion** » (influentials en anglais, aussi appelés « relais d'opinion » ou « guides d'opinion »).

تعتبر نظرية (تدفق المعلومات على مرحلتين)، والتي تشير خاصة إلى الدور المؤثر لـ: قادة الرأي، العلاقات الاجتماعية، جهداً بارزا لكل من: كاتز و(لازارسفيلد)، وقد ظهرت خلال فترة ما بين الحربين العالميتين، وقد جاءت كمنقضية للنظرية السلوكية، التي تؤمن بـ "القوة المطلقة والمباشرة لوسائل الاعلام"، والانتقادات التي وجهت خاصة إلى نظرية التأثير القوي لوسائل الاعلام، ولمتابعة تطور الكيفية التي تؤثر بها هذي الوسائل على تشكيل الاتجاهات لدى الجماهير، واتخاذ القرارات لديهم حول مختلف القضايا، وقد ارتبطت النظرية مباشرة ببعض الدراسات التي أجراها لازارسفيلد، وهي:

أولاً: دراسة "اختيار الشعب *People Choice*" ، وتمت مع: برلسون Berelson، وجودي Gaudet، 1940 خلال الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية والتي شارك فيها الرئيس السابق فرانكلين روزفلت Roosevelt Franklin، ولأنه كان مريضاً وغير قادر على تحمل مسؤوليات الرئاسة في ظل حرب عالمية، فناشدت اغلب وسائل الاعلام - المعادية له- الناخبين بعدم إعادة انتخابه، أجرى لازارسفيلد الدراسة: ليتأكد من:

مدى قوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الجمهور.

افتراض أنه: إذا كانت وسائل الاعلام مؤثرة، فلن يصوت الناخبون الأمريكيون لصالح روزفلت، وإذا كانت غير مؤثرة، او قليلة التأثير فسينجح.

حصل لازارسفيلد على تمويل من مؤسسة: Rockefeller، و: مجلة لايف Life Magazine لإجراء الدراسة، اختار منطقة Erie بولاية اوهايو Ohio لإجراء الدراسة، وعينة ممثلة من: 600 شخصاً تمت مقابلتهم 7 مرات متتالية أي مرة كل شهر من مايو إلى شهر نوفمبر 1940 موعد الانتخابات، لماذا؟

للتعرف على العناصر المؤثرة على: الناخب + تطور موقفه طيلة الحملة

النتائج المستخلصة من الدراسة:

◀ نتائج الانتخابات مخالفة لكل التوقعات، حيث أنه أعيد انتخاب روزفلت على عكس توجيهات الاعلام.
◀ عملية تكوين "الرأي العام الانتخابي" لا تتم على مستوى فردي بل في إطار جماعات تعيش اوضاعا اجتماعية متشابهة، وتجمعهم مصالح واحتياجات مشتركة: يعني أن المجتمع ليس مكونا من ذرات معزولة (يتناقشون ويقتنعون).

حيث أنه من خصائص الأفراد في جمهور وسائل الاعلام، هو: الانتماء والتفاعل الاجتماعي، وفقا لدراسة لـ (كورت ليون - مورنو).

◀ أن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين: (حوارات ونقاشات): وليس الاتصال الجماهيري.

◀ هناك قلة داخل كل جماعة تتميز عن سواها بكونها:

- أكثر متابعة للشأن العام.
- أكثر استخدامًا لوسائل الاتصال.
- أكثر انفتاحًا على محيطها Gregarious .
- أطلق عليها تسمية: (قادة الرأي Opinion Leader).
- اما الاغلبية فسميت بـ: (الأتباع Opinion Followers): لأنهم لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الاعلام، بل من خلال اتصالهم المواجهي والمباشر بقيادة الرأي، فيعمل قادة الرأي وسيطا بين وسائل الاتصال والاتباع.

ثانيا: دراسة دكاتور: Decatur، قرّر لازرسفيلد إجراء دراسة ثانية ليتأكد من مصداقية نتائج الدراسة الأولى، بمشاركة (كاتز Elihu Katz) شملت (800) سيدة، للتعرف على التأثير النسبي لكل من: الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري في اتخاذ قرارات بمجالات: التسوق واختيار الأفلام، ...
النتيجة: تم التأكد من النتائج السابقة، كما تبين بأن:

قادة الرأي + الاتباع، ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية، سواء كانت: اسرة، او أصدقاء، او زملاء عمل،

يمكن لقادة الرأي والاتباع أن يتبادلون الادوار في ظروف مختلفة.

أيضا: قادة الرأي أكثر تعرضا واستخداما لوسائل الاتصال إذا تعلق الامر بتخصصهم.

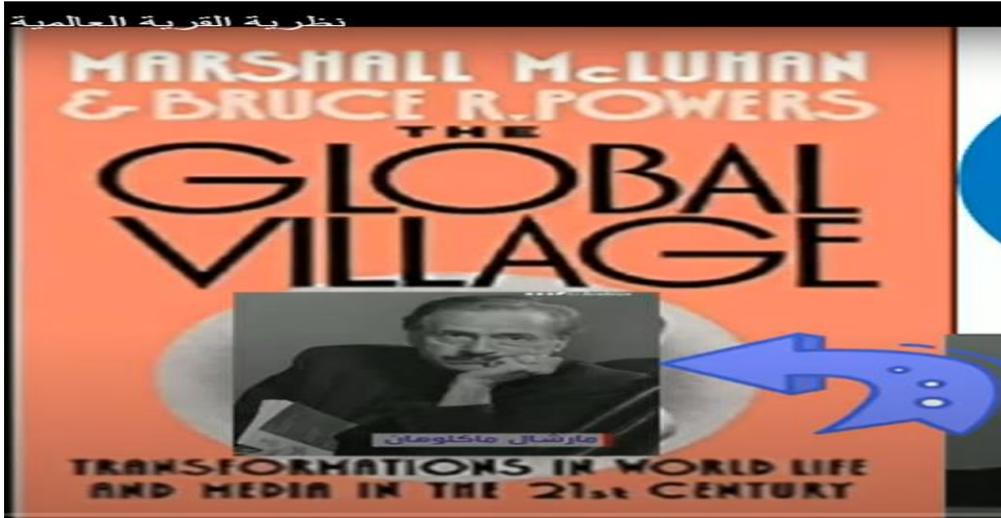
المرجع: نظريات التأثير الانتقائي او المحدود للاتصال الجماهيري، iugaza.edu.ps، مارس 2012.

Modèle de Lazarsfeld et Katz: two-step flow of communication, <http://nalya.canalblog.com>, 2008/01/06.

أنظر أيضا: نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين، تقديم الطالب: سند جمال سند، من الجامعة الأهلية، البحرين، 2016،
<https://www.youtube.com/watch?v=QpWM3Wx5NJM>

3- نظرية التأثيرات التراكمية القوية: مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan:

القرية العالمية/ الوسيلة هي الرسالة: The Global Village + The Medium is The Message



تحسب نظرية مارشال ماكلوهان على نظريات: التأثيرات التراكمية القوية، وقد اعتبرت نظريته التكنولوجية لوسائل الاعلام من النظريات الحديثة التي اهتمت بدور هذي الوسائل وطبيعة تأثيرها على المجتمعات، وقد ظهرت من خلالها مفاهيم جديدة على غرار اعتباره لوسائل الاتصال بمثابة: الحواس الجديدة للإنسان، كما عمد إلى إعادة تقسيم تاريخ الاتصال البشري: شفهي، مطبوع، عودة إلى الاتصال الشفهي، الالكتروني، إضافة إلى مفهوم: الوسيلة هي الرسالة، القرية العالمية، وتقسيمه لوسائل الاعلام إلى: باردة+ ساخنة، حيث ينظر إليها من أسلوبان:

1- وسائل نشر المعلومات، الترفيه والتعليم: الاهتمام يكون على مستوى: المضمون، وطريقة استخدامها، والهدف منه.

2- جزء من سلسلة التطور التكنولوجي: وما رافقها من تطور وتغير في المجتمع شأن باقي التقنيات، فهنا الاهتمام بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها.

يقول ماكلوهان، أن (مضمون) وسائل الاعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية موضوعاتها، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الاعلام التي يتصل بها الانسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال.

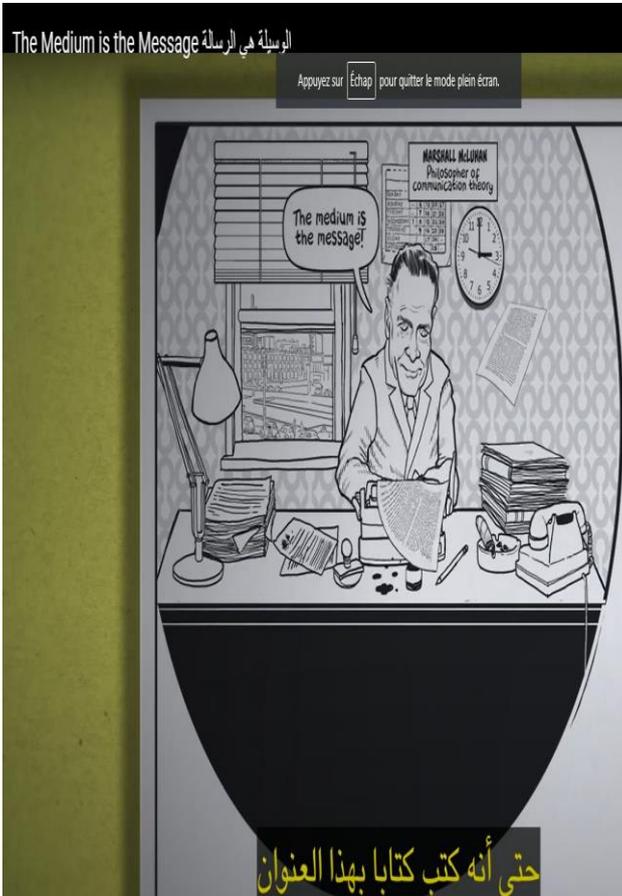
وتعتبر مع كل ذلك اطروحة (الوسيلة هي الرسالة *The Medium is the Message*) أهم ارث خلفه ماكلوهان، حيث عالج من خلالها فكرة:

هل الشكل الذي تتلقى فيه الرسالة مهم بأهمية الرسالة نفسها؟،

إذ يقول بأن: "ما تم تبليغه خلال التاريخ أقل أهمية من الوسيلة التي تم تبليغه من خلالها، وأن التقنية التي تنقل الرسالة تغيرنا وتغير المجتمع، تغير الفرد، والعائلة، والعمل، والراحة، وغيرها".

حدث لـ (ماكلوهان):

بالنسبة لكتابه (الوسيلة هي الرسالة)، فقد حدث أن وقع خطأ في نسخة التدقيق الطباعي التي جاءت بعنوان: **الوسيلة هي التديك؟: رسالة: Message /تديك Message**، غير أن الخطأ في العنوان أعجبه كثيرا لدرجة ان احتفظ به، غير أن الخطأ المُحتفظ به سبب الاريك للناس من يومها، بالرغم من أن نيته التورية البصرية بين **Message** الذي يشير الى: التديك، و **Mass Age** الذي يعني: عصر الجماهير .



أنظر الرابط التالي: سلسلة تاريخ الأفكار، نايجيل واربيرتون، صوت: جيليان أندرسون، ترجمة: عاصف الخزرجي:

<https://www.youtube.com/watch?v=gNuCuIQBOnM>

نظر ماكلوهان إلى التاريخ من زاوية: **(الحتمية التكنولوجية Technological Determinism)**، حيث أن الاختراعات التكنولوجية هي التي (تؤثر) تأثيرا أساسيا في المجتمعات، وطور فكرة محددة عن الصلة بين: **وجود الاتصال الحديث • في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي تحدث في ذلك المجتمع.**

• استعان ماكلوهان في ذلك بعمل المؤرخ (وايت White) المعنون: (التكنولوجيا الوسيطة والتغير الاجتماعي) 1962، الذي يقول فيه بأن الاختراعات الثلاثة التي خلقت العصور الوسيطة هي الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه Stirrup وحدوة الحصان Nailed Horseshoe، والسرج Horse Collar، فبواسطة الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه استطاع الجندي أن يلبس درعا يركب به الحصان الحربي وبواسطة الحدوة والاربطة التي تربط الحصان بالعربة Harness توافرت وسيلة أكثر فاعلية لحرث الأرض، مما جعل النظام الاقطاعي الزراعي يظهر، وهذا الأخير هو الذي دفع التكاليف التي تتطلبها درع الحصان.

يقول في سياق ذلك:

أن التحوّل الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضا في الحساسيات الإنسانية.

أما النظام الاجتماعي حسب، فيحدده (المضمون) الذي تحمله وسائل الاعلام، وبدون فهم أسلوب عمل وسائل الاعلام لا يمكن فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات.

- اختراع اللغة المنطوقة: ميّز بين الانسان والحيوان.

- اختراع الكتابة: مكّن من التحضّر وخلق مجتمعات وأنظمة وانساق اجتماعية.

يقول أيضا، أن:

وسائل الاعلام التي يستخدمها المجتمع/ او يضطر إلى ذلك، ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة هي امتداد لحواس الانسان تشكل ظروفًا جديدة محيطيّة تسيطر على ما يفعله الافراد الذين يعيشون في ظل الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقا لها.

أي أن:

(الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس والمساكل امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد أذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الانسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي).

وباعتبار أن وسائل الاعلام (امتداد للحواس) توفر زما وامكانيات، وتشكّل أيضًا تهديدًا، ويؤكد أهمية احاطة الناس بأكبر قدر من المعلومات:

بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع ان نسيطر عليها ونتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية.

ويقول ماكلوهان من خلال كتابه الأشهر في علم الاتصال: (فهم الوسيلة امتدادات الانسان):

لا ترى الميكروفون امتداد لمكبر الاوتار الصوتية، الهاتف امتداد لجهاز السمع، الحاسوب امتداد للعقل (الالكتروني)- الذكاء الاصطناعي.

-رغم أنه رحل قبل انفجار الثورة المعلوماتية-. كما دعا في سياق التطور التقني إلى ضرورة تغلب الانسان على الحتمية التكنولوجية، وأن التغيير ليس حتميا، لأن فهم عناصر التغيير يمكن من السيطرة عليها واستخدامها، لذلك قسّم ماكلوهان تطوّر التاريخ الإنساني الى أربع مراحل:

1. الشفوية (قبل التعلم - القبلية).

2. كتابة النسخ (ظهرت بعد هومر واستمرت 2000 عاما).

3. عصر الطباعة: 1500-1900 تقريبا.

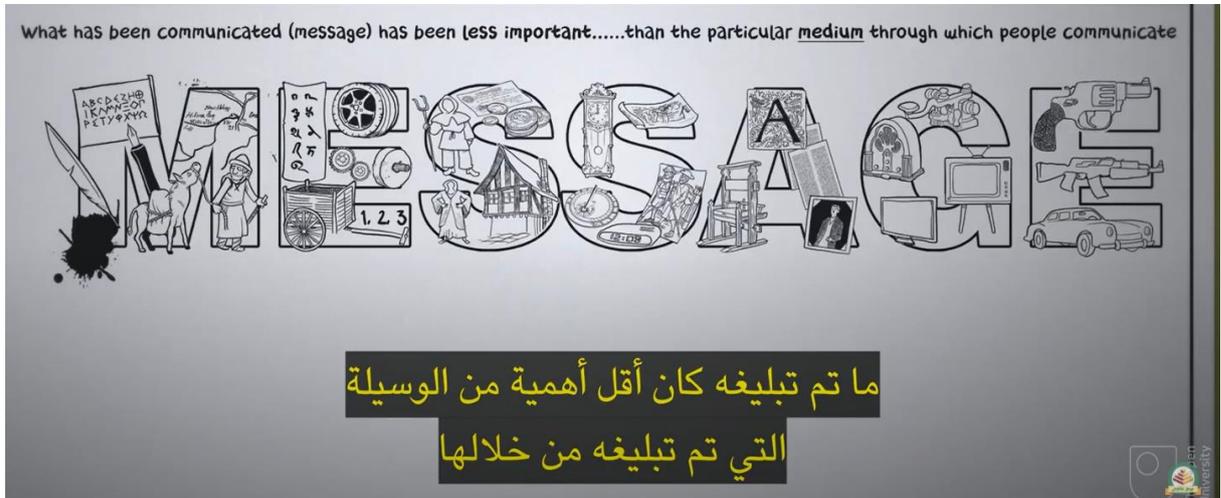
4. عصر وسائل الاعلام الالكترونية: 1900 لغاية وقتنا الحاضر .

طبيعة وسائل الاعلام المستخدمة تساعد على تشكيل المجتمع في كل مرحلة أكثر من المضمون.

المرجع: محمد جاسم فليحي الموسوي، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

<https://www.alsafwbooks.com/read/6514727196>

من بين المفاهيم التي أطلقها ماكلوهان أيضا، والتي سبقت بداية الستينيات من القرن العشرين، تصوره للمستقبل ان العالم ماض بفضل ثورة الاتصال الى ان يصبح (فريية صغيرة: الكترونية) بشكل ما، وقد امعن في دراسة علاقة الانسان بالتقنية، ورأى ان المخترعات والمنجزات والفتوحات التقنية التي استجبت في حياة الناس انعكس اثرها العميق ليشكل سلوك البشر رغم اختلافهم، فاكتشاف الطباعة على يد يوهان غوتنبرغ أدت الى تنميط حركة وفكرة حياة الانسان، وبالمقابل فهو يرى أن:



اختراع الكهرباء - هذا الاكتشاف خلال القرن التاسع عشر بقدر ما اشاعت المطبعة روح الفردية، جاءت الكهرباء لخلق روح التجميع والتكامل.

لذلك يقول:

التكنولوجيا اهم وأبقى واشد فعالية واعمق تأثيرا من المضمون الفكري، والصياغة اللغوية، والنوايا الفردية او الجمعية التي تصدر عن الرسالة الإعلامية.

وكل الاثار المسمومة لوسائل الاعلام أدركها ماكلوهان وقد وصل الى استنتاجاته ليس عن طريق المؤسسات العسكرية والتقنية، بل من خلال تدارس كراسات الإصلاح الديني على يد مارتن لوتر والروائي جيمس جويس، كما أنه كان أستاذ في إدراك جوهر الأشياء، والاستشراق الآلي، وفهم الميديا وامتداداتها للبشر، وهو أول من استعمل مصطلح (القرية العالمية)، وتوقع التفاعل الناتج عن الانترنت.



من
بين

عبقرية ماكلوهان أنه ركز على الوسيلة نفسها

المؤلفات التي ساعدت ماكلوهان على تطوير نظريته بالإضافة إلى عمل (وايت)، نذكر:

E.H.Gombrich, Art and Illution (1960).

H.A.Annis, The Bias of Communication (1951).

Seigfried Giedion, Mechanization takes command (1948).

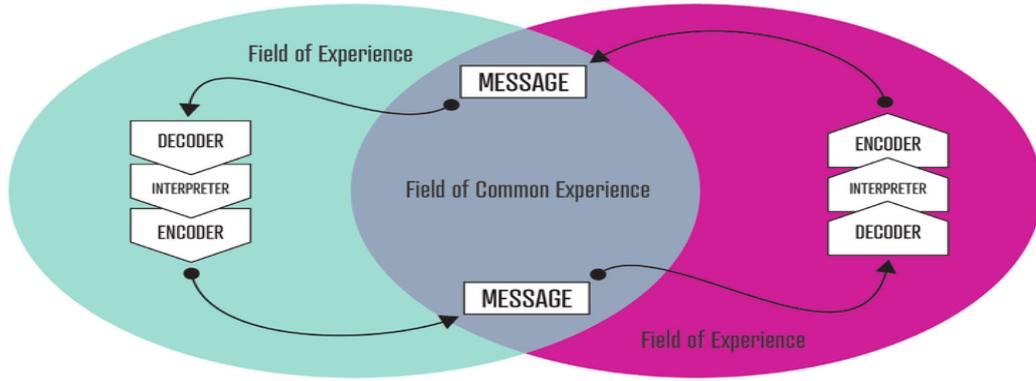
H.J. Chaytor, From Scipt to Print, ard Lewis Mumford, techniques and Civilization (1934)

مؤلفات ماكلوهان:

- ✚ La Galaxie Gutenberg
- ✚ Médias Comprendre
- ✚ Le Médium est le Message
- ✚ Médias « chaud » médias et « froid »
- ✚ Le village global

وفقا للرابط التالي: <https://boowiki.info/art/sociologues-canadiens/marshall-mcluhan.html>

4- النماذج التفاعلية للاتصال وليبر شرام (Wilber Sharamm):



Wilbur Schramm's model of communication, (Lee, 2020)

https://www.researchgate.net/figure/Wilbur-Schramms-model-of-communication-reproduced-diagram-Lee-2020_fig4_342523348

يعرف أيضا باسم: النموذج الدائري لكل من: أسجود وشرام *Osgood and Schramm*، الذي يحمل عنوان *Osgood and Schramm Circular Model*، يبين تماثلا وتساويا بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال، وهو ما يجعلهما يقومان بنفس الوظائف الاتصالية منذ بداية العملية ويتبادلان الأدوار لتحقيق التفاهم والتوافق بينهما. ويُحسب نموذج وليبر رانغ شرام على (النماذج التفاعلية للاتصال)، 1959، ويعتبر مكملاً لنموذج شانون وويفر، من خلال تعديل شرام له، حيث ادخل فكرة (الخبرة المشتركة)، والتي تعني وحدة المواقف والأفكار والرموز المشتركة بين طرفي العملية الاتصالية: (المرسل - المستقبل)، والتي تحدّد فاعلية الاتصال، إضافة إلى مدى استيعاب المستقبل لمضمون الرسالة، وقدرته على فهمها، ومدى تطابق الصورة التي رسمها أو تركها (أثر) الرسالة في ذهن المستقبل، وقد حدّد ثلاث مراحل لتكوين واستلام الرسالة، وهي:

1. المرسل (واضع الشفرة): يحول الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة في شكل رموز: كلمة إذاعية/ تلفزيونية/ مقالة صحفية/ رسالة شخصية،...
2. الرسالة: رمز في شكل: كلمات منطوقة/ مكتوبة/ إشارات، تحتاج إلى (التفسير).
3. المستقبل: يفك الرموز ويقرا الأفكار التي تتضمنها الرسالة لفهم محتواها.

وقد اعتمدت دراستهما على سلوك المرسل والمستقبل في تفسير عملية الاتصال، كما يلي:

يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولها قد تكون الرسالة مكتوبة أو منطوقة، أو إشارة إيمانية (اليد-

العين)

ومنه :

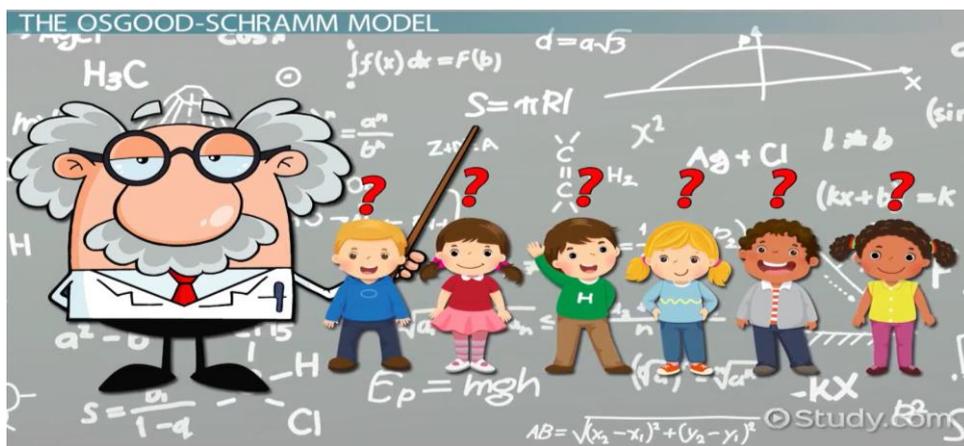
يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) (الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها.

المرجع: تيسير المشاركة: مبادئ في الاتصال"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.



لكن الصعوبة تكمن في مدى تشابه الخبرات لدى كل من المرسل والمستقبل، وبالتالي، وضوح الرسالة وفهمها واحداث رد فعل تجاهها، مع التركيز على عملية تبادل الأدوار بينهما بما يحقق تفاعلية أكبر، وقد وضع شرام مجموعة من المتطلبات الهامة لإنجازها، حتى يتم الاتصال بكفاءة ومقدرة وفعالية، وهي:

- 1- أن يكون المرسل متأكدًا من كفاية معلوماته ووضوحها.
- 2- أن يكون ترميز الرسالة على درجة عالية من الدقة، وأن تكون الإشارة والعلامات قابلة للانتقال بسرعة وكفاية ودقة، بغض النظر عن التداخل والمنافسة.



الخبرة المشتركة في فصل دراسي..

- 3- إن تفسير الرسالة تفسيرًا يتفق مع ما كانت تقصده عملية الإعداد الرمزي.
 - 4- أن تعالج الوجهة/ المقصد، التفسير الرمزي للرسالة بحيث تُحدث الاستجابة المرغوبة.
- المرجع:** عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص 140-144.
- انظر أيضا:** نماذج الاتصال الأساسية (نظريات الاتصال):

<https://www.youtube.com/watch?v=70g9STri7eQ&feature=youtu.be>

<https://study.com/academy/lesson/osgood-schramm-model-of-communication-definition-application.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=g1AMGMJ4GWc>

<https://www.slideshare.net/surbhirishi39/models-of-communication-mmcmm>

خاتمة:

ركّز مقياس: (نظريات الاعلام) الموجّه لطلبة السنة الثانية تخصص: علم المكتبات، على تكوين معارف لدى المتدربين حول مختلف النظريات التي ظهرت في مجال الاعلام والاتصال، والذي استهل بتقديم عام وتعريف ببعض المفاهيم التي تشكل مدخلاً ضرورياً للانتقال إلى النظريات، على غرار مفهوم: **الاتصال، الاعلام، المعلومات، الدعاية، وعناصر العملية الاتصالية** وفقاً لنماذج الاتصال الشهيرة، هذه الأخيرة التي تمّ التعرف عليها من خلال النظرية الرياضية - الخطية، التنسيق المفتوح، الاتصال العام.

وكان ضرورياً على دارس مقياس: (نظريات الاعلام) أن يتعرف أيضاً على العوائق التي تحدّ / او تشوّش على تحقيق العملية الاتصالية، والمعوقات التي تحول دون بلوغ الرسائل إلى المتلقين، سواء كانوا أفراداً عاديين / أو جمهوراً واسعاً لوسائل الاتصال الجماهيري.

فيما يتعلق بالعلاقة بين اللغة والاتصال، فقد تمّ التعرف على الوظائف الأساسية للغة، وخاصة عند رومان جاكوبسون، مع تحديد مفهوم كل وظيفة وارتباطها بعنصر من عناصر العملية الاتصالية، كما تمّ الربط بين الاتصال واقتصاد اللغة، من حيث (قيمة) الاتصال، ومردوديته، اعتماداً على اللغة المتداولة، واعتبار الاتصال (تجارة) ذات عوائد تسويقية، مع تحديد في عنصر آخر الابعاد الأربعة للاتصال، من حيث **عنصري / متغيري: (الزمكانية)**، بالإشارة إلى عدة دارسين، منهم: مارشال ماكلوهانن جون بياجيه.

أما بالنسبة إلى **(اتجاهات الاتصال)**، ووفقاً لما جاءت به أبحاث عديدة، فقد تمّ تحديدها بشكل: أحادي، ثنائي، ومتعدّد الاتجاهات، وذلك تماشياً وتطور وسائل الاتصال نفسها، والدراسات والأبحاث التي رافقتها، وأيضاً للاهتمام بعناصر إضافية لها تأثير في العملية الاتصالية، منها: المتلقي، التغذية الراجعة، الخبرة المشتركة، والسياق العام الذي تجري فيه العملية الاتصالية.

فيما يتعلق بتعريف **(المعلومات)**، فقد تمّت دراسة: قيمة المعلومات، وطرق حفظها، وذلك بإبراز التطور التقني والذي سهّل العملية، والتفاعل الحاصل بين المعلومات والوثائق، وتحليل النصوص، وقراءة الصور، بالتعرف على خطوات التحليل للوثائق أيّاً كان نوعها.

كما تمّ التعريف بأحد عناصر المزيج التسويقي: مفهوم **(الاشهار)**، وخصائصه، والأهداف الكامنة وراء اعتماده كأسلوب للترويج، ومكانته داخل المؤسسات، فضلاً عن العناصر المستخدمة في الترويج، وتحديد صيغته،

مع الإشارة إلى تعدد حوامل الإشهار بين التقليدي منها: صحف/ مجلات، إذاعة، تلفزيون، والحديث عبر شبكة الانترنت بمختلف تطبيقاتها.

كما خصص حيز للتعرف على (نظريات الاتصال الجماهيري)، بداية بالتعريف بمفهوم: الاتصال الجماهيري، الخبر الإعلامي/ الصحفي، ثم التفصيل في النظريات، خاصة السلوكية التي تتدرج ضمن نظريات التعلم والتي ظهرت من خلالها نظريات التأثير القوي/ الحقة تحت الجلد على وجه التحديد، والتي تبنيها لاسويل، والسوسيولوجية التي اشتملت على: التفاعلية الرمزية، والتحديث (انتشار المبتكرات)، وفي سياق التعريف بـ (نماذج الاتصال) فقد ركزنا على: نظرية التأثير القوي: هارولد لاسويل، نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين: بول لازارسفيلد.

إضافة إلى نظرية التأثيرات التراكمية القوية: مارشال ماكلوهان، وما رافقها من إرث مفاهيمي لماكلوهان: القرية العالمية، الوسيلة هي الرسالة، وسائل الاتصال امتداد لحواس الانسان، والتي صنفها إلى (حارة/ باردة)، وتقسيمه للتاريخ البشري تبعًا لتطور وسائل الاتصال -التي اعتبرها فرضت (حتمية تكنولوجية) نتيجة تطورها الكبير- إلى أربع فترات: الشوفية، الكتابة، الطباعة والالكترونية.

وآخر نموذج في الاتصال يخص: النماذج التفاعلية/ الدائرية، لكل من أسجود وشرام، الذي ركز على مفهوم (الخبرة المشتركة) بين طرفي العملية الاتصالية: المرسل/ المستقبل، والتي تعتبر أساس فهم الرسالة وتحقيق إستجابة حقيقية.

كما تم تدعيم مختلف العناصر بمجموعة صور وروابط تفاعلية تحيل إلى نصوص، فيديوهات في سبيل مساعدة الطلبة بالانتقال من النص المكتوب إلى تفاعلية (الوسائط المتعددة) وذلك دعمًا للشرح، وتقريب أكثر للمعنى.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

1- معاجم وقواميس:

1. المنجد في اللغة والإعلام، المكتبة الشرقية، بيروت، 2008.
2. المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، أحمد محمد الشامي، سيد حسب الله، الرياض: دار المريخ، 2000.
3. ابن منظور، لسان العرب المحيط، بيروت: دار الفكر، الطبعة 6، المجلد 11، 1997.
4. www.oxfordlearnersdictionaries.com.
5. Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics.
www.world-english.org.

ثانياً: المراجع:

1- كتب ومجلات:

8. الشيخ ولد محمد، استخدام نظم لمعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسات الاقتصادية، 2011.
9. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998.
10. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003.
11. هالة محمود عبد العال، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية، العربي للنشر والتوزيع، 2017، القاهرة.
12. حسني إبراهيم عبد العظيم، مقدمة في سوسيولوجيا الاتصال، الحوار المتمدن، ع3518، 2011.
13. أشرف إحسان فقيه، خطوات رائدة نحو مستقبل آلي للإنسان، مجلة (القافلة) العدد 6، المجلد 54، نوفمبر-ديسمبر 2005.
14. جوشوا مايروفيتش، "انتفاء المكان: تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية على السلوك الاجتماعي: *No Sense of Place The Impact of Electronic Media on Social Behavior*، 1985.
15. علي الجابري، صناعة الأخبار في الفضائيات العربية- قناة أبو ظبي نموذجاً، عمان: مؤسسة عمون للدراسات، 2005.
16. أمل فاضل عباس، المحفوظات: إجراءات الحفظ والصيانة والفرز والتشذيب في مؤسسات ومراكز المعلومات العراقية، مجلة كلية الآداب، بغداد، ع 79.
17. إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2001.
18. حسام فتحي أبوطعيمة، الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، دار الفاروق، عمان، 2008.
19. عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.

20. تيسير المشاركة، مبادئ في الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013 .
21. Kotler. p et autres, Marketing management, décembre 2018, pinterest.fr.
22. Joannis Henri, De la stratégie marketing à la création publicitaire, Dunod, Paris, 1995.
23. Gabriel Drieuh, cominication conception, part 1, outawa practeste, Canada, 2012.

2-رسائل وأبحاث:

24. نعيمة السليماني، الاتصال الجماعي: نموذج جماعة أكدال الرياض بالرياض، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا في الصحافة، المملكة المغربية: المعهد العالي للصحافة، جويلية 1996.
25. محمد جاسم فليحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

3-ويبوغرافيا:

26. علي حجازي ابراهيم، المنطق الإعلامي بين العالمية والعولمة، <https://books.google.dz>.
29. حامد عبد السلام زهران، التوجيه والإرشاد النفسي - النظرية السلوكية-، المكتبة الشاملة الحديثة، <https://al-maktaba.or>
30. إيهاب حمدي جمعة، التطور التاريخي لوسائل الاتصال الجماهيري: The Historical Development of The Mass Media، جامعة الإسكندرية، <https://www.slideshare.net>.
31. نظريات التأثير الانتقائي أو المحدود للاتصال الجماهيري، مارس 2012، iugaza.edu.ps.
32. Modèle de Lazarsfeld et Katz: two-step flow of communication, nalya.canalblog.com, 2008/01/06.
33. <https://www.alsafwabooks.com>.
34. <http://dSPACE.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/5518/1/Meawaje-Samia.pdf> .
35. <http://www.averroesuniversity.org/pages/BURHAN1A.pdf>
36. <file:///C:/Users/WinTen/Downloads/Documents/الإشهار.pdf>
37. <https://www.egyres.com>.
38. <https://www.syr-res.com>.
39. <https://books.google.dz>.
40. <http://www.uobabylon.edu.iq>.
41. <http://www.uobabylon.edu.iq>.
42. <https://faclettre.univ-tlemcen.dz>.
43. <https://books.google.dz>.
44. <https://books.google.dz/books>.
45. Les types, les composantes et les enjeux de la communication, <https://www.maxicours.com>.
46. les-differents-types-de-communication, <http://businesswise-dz.com>.
47. <http://www.inst.at/trans>.
48. <https://www.hindawi.org/books>.
49. <https://www.iasj.net> .
50. <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-03-2010-dafatir/445-2013-04-30-15-38-26>.
51. <http://www.univ-tebessa.dz/fichiers/masters/06160096.pdf>
52. <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=30638> .
53. <http://users.skynet.be/fralica/projets/fichacti/06/exp1.htm>.
54. <https://static.oc-static.com/prod/courses/files/analyser-une-image/Grille+Analyse.pdf>.
55. https://www.lemonde.fr/campus/article/2016/05/25/conseils-pour-analyser-une-image_4926285_4401467.html.