

جامعة الجليلي لياس سيدى بلعباس

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم النفس

محاضرات

المقياس : الاتصال

الأستاذة المشرفة: د.ة. متاجر سورية

المستوى الدراسي: السنة الأولى ماستر علم النفس التربوي

السنة الدراسية : السداسي الأول 2022/2021

ملاحظة :

هذا المقياس موجه أيضا لطلبة السنة الأولى ماستير علم النفس العيادي

مفردات المقياس الخاصة بالسداسي الأول

- 1- الإشهار
- 2- الراديو و التلفاز
- 3- الهاتف و الهاتف الخليوي
- 4- الأنترنت
- 5- الشبكات و أنواعها
- 6- خدمات الأنترنت
- 7- محركات البحث
- 8- البريد الإلكتروني
- 9- الشبكات الإجتماعية
- 10- مواقع التواصل الإجتماعي
- 11- قواعد البيانات و التعليم عن بعد
- 12- الأثار النفسية و الاجتماعية و النظرة الإستشراافية لوسائط الاتصال الحديثة.

البريد الإلكتروني

البريد الإلكتروني هو واحد من تقنيات الإنترنت الأساسية، وهو أداة يستخدمها تقريبا كل شخص لديه اتصال بالإنترنت. يسمح لك، دون أي تكلفة، بإرسال رسالة غير محدودة الطول لشخص واحد - أو العديد من الأشخاص في وقت واحد. وتصل على الفور تقريبا، ويمكن الرد عليها فوراً. البريد الإلكتروني هو عبارة عن معلومات مخزنة يتم تبادلها بين اثنين من المستخدمين عبر وسيلة اتصالات، وبشكل عام هو رسالة تحتوي على نصوص، أو ملفات، أو صور، أو مرفقات يتم إرسالها عبر شبكة الإنترنت من جهة معينة إلى شخص واحد أو مجموعة أشخاص، وتجدر الإشارة إلى أن أول رسالة بريد إلكتروني تم إرسالها من قبل راي توملينسون عام 1971م

إيجابيات البريد الإلكتروني

يتميز البريد الإلكتروني بمجموعة إيجابيات، وأهمها ما يلي: السرعة: يعتبر البريد الإلكتروني من أسرع الطرق المستخدمة عند إرسال رسالة إلى عميل، أو شريك أعمال، أو شخص يعيش في مناطق بعيدة، كما يتميز البريد الإلكتروني على الهاتف بسرعة اتصالاته، حيث يمكن إرسال مرفقات تحتوي على مستندات مهمة بسرعة قصوى. التوافر: يمكن أرشفة آلاف الرسائل التي تصل إلى البريد الإلكتروني على مجلدات الحاسوب الخاص بالمستخدم، أو جهاز جوال محمول مثل الهاتف الخليوي. معدوم التكلفة: يُعتبر البريد الإلكتروني من الخدمات المجانية التي يتم تقديمها للأشخاص بصرف النظر عن تكلفة الاتصال بالإنترنت، حيث يستطيع الإنسان إرسال العديد من الرسائل، والملفات، ومقاطع الفيديو، والمستندات، والعروض التقديمية دون دفع أي مبلغ مادي.

سلبيات البريد الإلكتروني

هناك العديد من السلبيات المرتبطة بالبريد الإلكتروني، وأهمها ما يلي: إمكانية الوصول: يستطيع بعض الأشخاص اعتراض البريد الإلكتروني، وفتح عناوين البريد

الإلكتروني الخاصة بغيرهم، أي أنه يُمكن الوصول إلى معلومات ورسائل حساسة خاصة بالمستخدمين عن طريق رسائل الإيميل. العاطفة: لا تحتوي الرسائل الإلكترونية التي يتم إرسالها عبر الإيميل على أي انعكاسات صوتية أو عاطفية بسبب اقتصاره على الرسائل النصية فقط. يُعاني البريد الإلكتروني من مشكلة كبيرة هي البريد غير المرغوب فيه الذي يُعرف باسم البريد العشوائي، حيث تتمثل المشكلة في إمكانية فقدان رسالة بريد إلكتروني جيدة بسبب وجود مئات الرسائل الإلكترونية غير المرغوب فيها في صندوق الوارد الخاص بالمستخدم، لهذا تمَّ إيجاد مرشحات متطورة تمر عبر رسائل البريد الإلكتروني، ثمَّ تصنّف الرسائل غير المرغوبة بشكل تلقائي، وللإبلاغ عن البريد العشوائي بأسلوب صحيح يجب القيام بما يلي: تحديد المصدر الحقيقي للرسالة. البحث عن ISP الذي يستخدمه المرسل بهدف إرسال الرسائل. تحديد الشخص الصحيح بهدف الاتصال في ISP.

خمس حقائق عن البريد الإلكتروني

1. البريد الإلكتروني هو الطريقة الحديثة إرسال الرسائل - يمكنك إرسال رسالة إلى الجهة الأخرى من العالم، والحصول على رد في غضون دقائق.
2. إرسال واستقبال البريد الإلكتروني مجاني عموماً، وفي الواقع يمكنك أن ترسل رسالة إلكترونية إلى أي عدد من الناس تريد.
3. كل شخص على البريد الإلكتروني لديه عنوان بريد إلكتروني فريد من نوعه، وبهذه الطريقة تستطيع توجيه رسالة بريد إلكتروني إلى شخص معين.
4. يمكنك حتى إرسال رسائل البريد الإلكتروني إلى نفسك للتذكير.
5. كل ما يصلك من رسائل البريد الإلكتروني يدخل في صندوق الوارد الخاص بك، والذي هو بمثابة صندوق الرسائل الافتراضي الخاص بك.

إعداد حساب بريد إلكتروني مع جيميل

دعونا ننشئ عنوان بريد إلكتروني خاص فريد من نوعه. سيبدو مثل

myname@gmail.com (حيث "MY NAME" هو اسمك.

1. اذهب إلى www.gmail.com في متصفح الشبكة الخاص بك. سينقلك هذا إلى

صفحة تسجيل دخول البريد الإلكتروني في Gmail.

2. انقر باليسار على زر إنشاء حساب. سينقلك هذا إلى صفحة تسجيل حساب جديد في

Google.

3. عليك بملء بعض الخانات. واحدا تلو الآخر، حرك مؤشر.

انقر هنا

الفأرة الخاص بك إلى العلب الفارغة وتسمى الخانات

وانقر عليها باليسار، ثم اكتب الجواب. في الخانات المناسبة، اكتب بياناتك. البيانات الأكثر أهمية هي:

• اسم المستخدم لعنوان البريد الإلكتروني الخاص بك سيكون عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك **username@gmail.com**، حيث **username** هو الاسم الذي

تدخله في الخانة. إذا كان اسم المستخدم

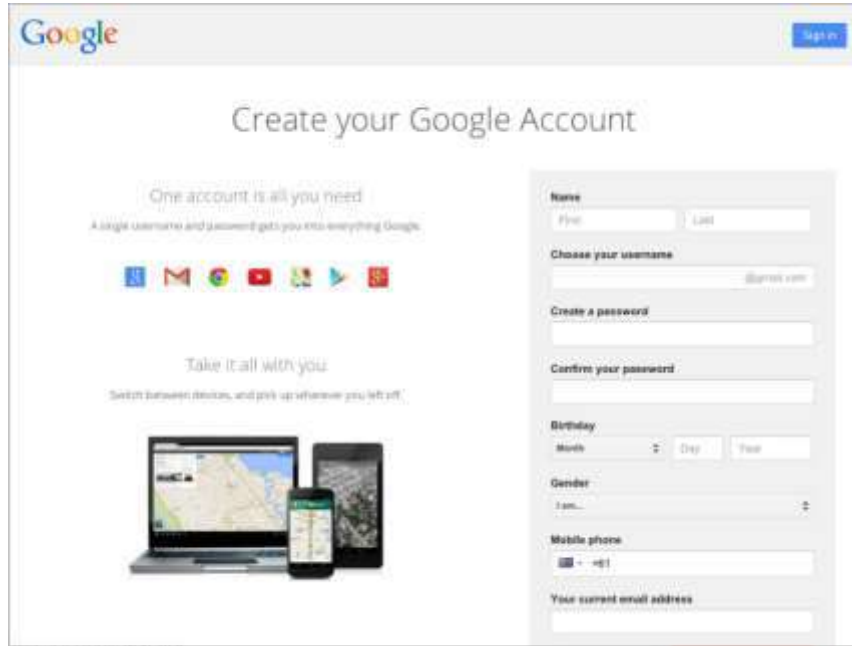
4. كون عليك حل كبتشا CAPTCHA وهو مربع به الكلمات التي يصعب قراءتها عن طريق كتابة الكلمات التي تراها في المربع في الخانة تحتها مباشرة.

5. سيكون عليك أيضا النقر للتعليم على المربع الذي يقول: أنا أوافق على شروط جوجل للخدمة وسياسة الخصوصية.

6. عند الانتهاء من ذلك، انقر باليسار على الخطوة التالية.

7. ستصل إلى صفحة الترحيب. بعد أن تقرأ المكتوب فيها، انقر على الاستمرار إلى بريد جميل.

8. وهذا كل شيء - لقد أنشأت حساب بريد إلكتروني لنفسك. انه لك إلى الأبد. صفحة تسجيل حساب جديد في Google.



Google

login

Create your Google Account

One account is all you need
A single username and password gets you into everything Google.

Take it all with you
Switch between devices, and pick up wherever you left off.

Name
First Last

Choose your username

Create a password

Confirm your password

Birthday
Month Day Year

Gender
Female

Mobile phone

Your current email address

مأخوذاً بالفعل، سوف تعلمك جوجل فوراً، وتفتتح البدائل التي عادة ما تكون الذي أدخلته مع سلسلة من الأرقام في النهاية.

- كلمة المرور التي يجب أن تعيد كتابتها لتأكيدتها. كلمة المرور الخاصة بك يمكن أن تكون أي شيء تريد - على الرغم من أن بريد جيميل الإلكتروني على الشبكة قد يرفض كلمات المرور التي قد يخمنها المتسللون بسهولة كبيرة. تحتاج فقط إلى تذكرها. قراءة رسالة البريد الإلكتروني التي تلقيتها:

من السهل إرسال وتلقي البريد. سجل الدخول إلى البريد الإلكتروني Gmail إذا كنت لم تفعل هذا بالفعل. في المنتصف يمكنك أن ترى جميع رسائل البريد الإلكتروني في علبة الوارد. على اليسار عناصر التصفح الخاصة بك: البريد الوارد، والرسائل المعلمة بنجمة، وهام، والبريد المرسل والمسودات، مع زر أحمر كبير "إنشاء رسالة" فوقها. هذه الاختيارات تنقلك إلى أقسام مختلفة من البريد الإلكتروني الخاص بك. في الوقت الحالي المهم هو علبة الوارد. بجانب علبة الوارد سترى عدداً بين قوسين. على سبيل المثال، علبة الوارد وهذا يعني أنه لديك ست رسائل إلكترونية جديدة أو غير مقروءة بالانتظار في علبة الوارد الخاصة بك. الآن لقراءة واحدة من رسائل البريد الإلكتروني الخاص بك

عنوان وإرسال رسالة إلكترونية

الآن بعد أن عرفنا كيفية قراءة رسائل البريد الإلكتروني، حان الوقت لمعرفة كيفية إرسالها: سوف تحتاج إلى عنوان البريد الإلكتروني للمستلم. ثم ما عليك سوى اتباع الخطوات التالية:

1. في بريد Gmail الإلكتروني على الشبكة، انقر على زر إنشاء رسالة جديدة على اليسار. على اليمين وفي أسفل الشاشة ستظهر لوحة مفاتيح جديدة. هذا هو المكان الذي تنشئ فيه الرسالة الإلكترونية الخاصة بك.

2. اكتب عنوان البريد الإلكتروني للمستلم في خانة "إلى". يجب أن يكون على وجه الدقة: حتى لو كان هناك حرف واحد خطأ لن تصل إلى وجهتها.

3 . في سطر الموضوع، أعط الرسالة الإلكترونية موضوعًا. هذا يمكن أن يكون أي شيء، ولكن الفكرة هي إعطاء لمحة سريعة عن ما تحتويه الرسالة الإلكترونية.

الرد على رسائل البريد الإلكتروني وتميرها

الرد هو رد على رسالة بريد إلكتروني كنت قد تلقيتها. فانه يعود الى الشخص الذي أرسل رسالة البريد الإلكتروني الأصلية. يمكن للناس الرد ذهابا وإيابا إلى أجل غير مسمى. التمرير هو عندما ترسل الرسالة الإلكترونية التي قد وصلتك إلى شخص آخر غير المرسل الأصلي.

الرد على رسالة بريد إلكتروني.

للرد على الرسالة الإلكترونية التي أرسلها لك شخص ما:

أذهب إلى صندوق الوارد في البريد الإلكتروني **Gmail** الخاص بك.

افتح الرسالة التي تريد الرد عليها.

تحت الرسالة الإلكترونية ستري مربع مكتوب فيه انقر هنا سوف تظهر نافذة الرد، تحت الرسالة الإلكترونية الأصلية.

الرد على رسالة بريد إلكتروني

فظهر نافذة الرد تحت لرسالة إلكترونية لأصلية.

المراجع :

- Computer Hope (21-5-2018), "E-mail" ،www.computerhope.com, Retrieved 26-8-2018. Edited
- George N. Root III, "Advantages & Disadvantages of the Use of Email as a Business Communications Tool" ،www.smallbusiness.chron.com, Retrieved 26-8-2018. Edited.
- Heinz Tschabitscher (24-8-2018), "What Is Email?" ،www.lifewire.com, Retrieved 26-8-2018. Edited.

الإشهار

يُعرف الإشهار (بالإنجليزية (Publicity): بأنه نوع من أنواع الإعلان، والذي يعتمد على تأثير الوسائل الإعلامية بهدف الترويج لمبيعات مُعيّنة، سواءً أكانت بيع سلع أو تقديم خدمات. كما يعرف الإشهار بأنه توفير معلومات حول شيء ما عن طريق استخدام الدعاية في الإعلان عنه، وقد يكون هذا الشيء مُنتجاً، أو فكرةً تجاريةً، أو شخصاً، أو شركةً. ومن التعريفات الأخرى للإشهار أنه الوسيلة التي تهدف إلى التّواصل مع الجمهور عن طريق تزويدهم بمجموعة من الأفكار حول موضوع مُعيّن، ممّا يساهم في بناء المعرفة عندهم. كما يُعرف الإشهار بأنه الشهرة التي تنتج من خلال استخدام طرق الإعلام؛ سواءً المرئية، أو المكتوبة، أو المسموعة، والتي تساهم في جذب اهتمام الجمهور.

للإشهار أهمية كبيرة ومؤثرة على العديد من المجالات العامّة، وتُلخّص هذه الأهمية وفقاً للنقاط الآتية:

يساعد على بناء المصداقية في بيئة العمل، خصوصاً عند احترام الشركات للزبائن، وتقديمها لمجموعة من المعلومات الصحيحة حول طبيعة المنتج الذي تمّ الإعلان عنه. يساهم في استخدام استراتيجيّة ذات كفاءة وفاعليّة توضح التكاليف المترتبة على المنتجات التي قد يتضمّنها الإشهار، وخصوصاً مع الإعلانات التجارية الخاصة في الشركات الإنتاجية والخدمية. العمل على إنشاء إعلانات قادرة على استقطاب العديد من العملاء؛ إذ إنّه كلّما كان أسلوب الإشهار مُميّزاً، ساهم ذلك في تحقيقه للتأثير المطلوب على فئة العملاء المُستهدفة في المُجتمع. دعم توصيل الفكرة من الإشهار عن طريق استخدام أسلوب الإعلانات المُتكررة التي تعتمد على سياسة إعلانية مناسبة، مثل الإعلانات ضمن النشرات الإخبارية، أو المُسلسلات التلفزيونية. الرّبط بين الإعلانات ومُحرّكات البحث والمواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت، والتي تُساعد في تعزيز دور الإشهار في توصيل الفكرة الإعلانية إلى الأفراد، وتحديدًا الذين يتصفّحون الإنترنت بشكل دائم.

يُقدّم الإشهار فوائد للأفراد بصفته الشخصية، أو المؤسسات والشركات بصفته

المهنية، والآتي مجموعة من فوائد الإشهار: يساهم الإشهار في تقديم كافة المميزات والخصائص الخاصة في موضوعه الرئيسي، مما يعزز قبول الإشهار بشكل أفضل ضمن المجتمع. يوفر الإشهار طرقاً إعلانية قليلة التكاليف؛ إذ من الممكن الحصول على وسائل إعلان لا تتطلب دفع تكلفة مالية كبيرة للنجاح في تحقيق الهدف. يؤثر الإشهار على القرارات الإدارية، وتحديداً تلك التي تعتمد على اقتراح أفكار جديدة ولكنها تحتاج إلى اختيار وسيلة الإشهار المناسبة لها من أجل القدرة على توصيلها بشكل صحيح ومفهوم. يساعد الإشهار في تطوير استراتيجيات العمل، وخصوصاً التي تعتمد على التعاون المهني بين المؤسسات والشركات التي تعمل في نطاق عمل معين؛ إذ من الممكن أن تقدم شركة منتجاً ما وأن تقوم شركة أخرى في إشهاره. ومن الأمثلة على ذلك المنتجات البرمجية والحاسوبية. يدعم الإشهار ثقة العملاء في التعامل مع المنتجات والخدمات الخاصة في الشركة؛ وخصوصاً مع محافظته على تقديم المعلومات الحقيقية دون أية إضافات إعلانية قد تكون بعيدة عن الواقع.

وسائل الإشهار توجد مجموعة من الوسائل التي يعتمد عليها الإشهار من أجل تحقيقه للأهداف الخاصة به، ومن أهمها: التسويق: من الوسائل الأساسية الخاصة في الإشهار، والتي يتم فهمها من قبل الأفراد بأنها الإعلان فقط عن منتج جديد، ولكنها قد تعتبر من أهم عمليات الإشهار؛ إذ بعد العمل على تنفيذ الأفكار الخاصة بالسلعة أو الخدمة التي سيتم إشهارها، ومن ثم العمل على إنتاجها وتصنيعها وفقاً للطرق المناسبة لها، عندها يصبح من الضروري التسويق لها من خلال استخدام الأنشطة والأدوات التسويقية المتنوعة. النشر: هو كافة الوسائل التي يستخدمها التسويق من أجل نقل الرسائل الإعلانية إلى الأفراد، ويعتمد النشر على المنشورات المطبوعة ورقياً أو المنشورة إلكترونياً. من الأمثلة عليها الإعلانات في الصحف، وكتيبات الإعلانات. العلاقات العامة: هي الوسيلة التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن الشركة والمنتجات التي تنشر الإعلانات التسويقية لها؛ إذ تعتمد العلاقات العامة على تشجيع المستهلكين للحصول على الخدمة أو السلعة التي تقدمها الشركة، عن طريق التواصل معهم بشكل مباشر، أو الاتصال بهم هاتفياً. الإعلان: هي الوسيلة التي تسعى إلى لفت انتباه العملاء، سواء الحاليين أو الجدد، حول المنتجات المطروحة سابقاً، أو التي سيتم طرحها، وتحقق الإعلانات نسبة مهمة من إيرادات

الشركات؛ إذ يُشكّل نجاح مضمون الإعلان في نقل صورةٍ مناسبة عن المنتج، وزيادة أرباح الشركة خلال الفترة الإعلانية.

المراجع:

- "publicity", Business Dictionary, Retrieved 26-12-2016. Edited.
- "publicity", Oxford Dictionaries, Retrieved 26-12-2016. Edited. ↑ "publicity", Dictionary.com, Retrieved 26-12-2016. Edited. ↑ "publicity", The Free Dictionary, Retrieved 26-12-2016. Edited. Laura Lake (19-12-2016),
- "What is Publicity and Why Is It Important?" 'the balance, Retrieved 26-12-2016. Edited. ↑ "Marketing/Publicity Director", American Association of Community Theatre, Retrieved 26-12-2016. Edited.
- "Ten ways to generate free publicity", Marketing Donut, Retrieved 26-12-2016. Edited

محركات البحث

مفهوم محركات البحث:

عبارة عن قاعدة بيانات تضم ملايين الصفحات المتاحة على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) والتي من أشهرها Google , Altavista , yahoo...ويتألف محرك البحث من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

برنامج العنكبوت Spider Program

برنامج المفهرس Indexer Program

برنامج محرك البحث search engine program

برنامج العنكبوت Spider Program

يسمى هذا البرنامج أيضاً الزاحف (crawler) وهو عبارة عن أداة (مجموعة برمجيات) تقوم باستكشاف الانترنت وتحديداً الويب، وينتقل من موقع إلى موقع آخر. ويمكن هذا البرنامج من الفحص -بشكل دوري- لملايين الصفحات مكوناً قاعدة بيانات ضخمة بالمواقع التي قام بزيارتها، ولا تقتصر زيارة برنامج العنكبوت على الصفحة الأولى للموقع بل يتابع البرنامج تعقب الروابط (links) الموجودة فيها لزيارة صفحات أخرى. ولم تغب فكرة تغير المحتوى في الموقع عن بال مصممي محرك البحث، إذ ينظم محرك البحث زيارات دورية للمواقع الموجودة في الفهرس للتأكد من التعديلات التي تحدث للمواقع المفهرسة. وتستغرق دورة البرنامج الاستكشافية للانترنت في المتوسط من أربعة إلى ستة أسابيع تبعاً لإمكانيات ومقومات الروبوت، فعلى سبيل المثال تستغرق دورة البرنامج الخاص بمحرك البحث ألتافيستا Altavista 33 يوماً، وفي ياهو 76 Yahoo يوماً، وفي محرك البحث لايكوس Lycos 147 يوماً. كما يقوم البرنامج باختزان مجموعة من البيانات المرتبطة بمحتوي النص مثل عنوان الـURL وكلمات الفقرة الأولى أو كافة كلمات الصفحة.

برنامج المفهرس/المكشف Indexer Program

يقوم برنامج المفهرس (index program) بتنظيم صفحات الويب وفهرستها وتوصيفها، ويعتمد في هذا التوصيف على المعلومات التي حصل عليها من برنامج العنكبوت

(spider) كما يعتمد على بعض المعايير مثل الكلمات الأكثر تكرارا من غيرها أو حجم الكلمة أو معدل الاستخدام، وتختلف محركات البحث عن بعضها في هذه المعايير.

برنامج محرك البحث search engine program

ترتبط هذه الأداة بالواجهة الجرافيك الخاصة بالبحث حيث تعطي الفرصة للمستخدم لصياغة استفساره إلى جانب استعراض الصفحة المتضمنة للإجابات في شكل قائمة بالنتائج، ويبدأ دوره عند كتابة كلمة مفتاحية في مربع البحث، حيث يأخذ هذه الكلمة ويبحث في صفحات قاعدة بيانات المفهرس ، ثم يعرض نتائج البحث في نافذة المتصفح.

محركات البحث المتعددة: Meta search engines:

لكل محرك من محركات البحث محتواه الخاص وواجهته الخاصة، فإذا أراد المستخدم أن يسترجع أكبر قدر من مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة عن موضوع معين. فمن الصعب عليه التعامل مع عدة محركات لها سمات وواجهات ونتائج مختلفة ، لذا ظهرت عام 1994 محركات البحث المتعددة meta search engines التي تتيح البحث في أكثر من محرك بحث في وقت واحد قد يصل الأمر في بعض الأحيان إلى البحث في أكثر من 120 أداة بحثية في وقت واحد واسترجاع النتائج و عرضها للمستخدم.

ظهرت هذه تعريفات لمحركات البحث المتعددة وتهدف هذه التعريفات إلى تحديد ماهية محركات البحث المتعددة وطبيعة عملها، فقد عرفت موسوعة ويكيبيديا بأنها محركات تقوم بإرسال الاستفسار إلى العديد من محركات البحث وقواعد البيانات واسترجاع النتائج منها ، حيث تتيح للمستخدم إمكانية إدخال كلمة البحث مرة واحدة ، وإجراء البحث في العديد من محركات البحث بشكل متزامن مما يعمل على توفير وقت المستخدم وإمكانية الحصول على نتائج ، عندما لا تتجح محركات البحث التقليدية في استرجاع أية نتائج ، وتكون محركات البحث المتعددة ما يسمى بقاعدة البيانات التخيلية Virtual database فهي لا تمتلك قاعدة بيانات فعلية وإنما تقوم بإرسال الاستفسار إلى العديد من قواعد البيانات ثم تجميع النتائج وترتيبها اعتماداً على لوغار يتمتات محددة.

أهمية محركات البحث المتعددة " مبررات الاستخدام".

حدثت في التسعينات طفرة في مجال محركات البحث ومصادر المعلومات الإلكترونية ، حيث تم إتاحة كثير من مصادر المعلومات الإلكترونية في متصفحات الإنترنت ، وأصبحت العديد من المعلومات مرتبطة مع بعضها بروابط تشعبية hyper links ، ومع ازدياد انفجار المعلومات ، ازدادت صعوبة الاختيار للمعلومة ، بسبب عدم وجود فهارس ونظم للضبط البيولوجرافي لمصادر المعلومات الإلكترونية بالإضافة إلى اختلاف العديد من محركات البحث فيما بينها من حيث التغطية وأساليب البحث وفاعليته...لذا ظهرت العديد من محركات البحث المتعددة : Meta Search engines لتحسين عمليات البحث من خلال إرسال الاستفسار إلى العديد من المحركات في وقت واحد.

ومن أهم مزايا محركات البحث المتعددة ما يلي:

- 1- توفير الوقت للباحث، وذلك من خلال البحث في العديد من المحركات بشكل متزامن، وعدم الحاجة إلى تكرار عمليات البحث في العديد من المحركات بشكل منفرد.
- 2- الحصول على نتائج أكثر شمولاً وخاصة بعد أن أثبتت إحدى الدراسات أن الويب يشتمل على 550 مليون صفحة ، وتتفاوت محركات البحث فيما بينهما من حيث التغطية، وأنه لا يقوم أي محرك بحث بمفرده إلا باسترجاع 45% من النتائج ذات الصلة بالاستفسار.
- 3- تقدم محركات البحث المتعددة واجهة واحدة للمستخدم، بدلاً من التعامل مع العديد من
 - إتاحة البحث بحوالي 35 لغة منها اللغة العربية ،وقد أثبت محرك البحث جوجل كفاءة كبيرة في تعامله مع اللغة العربية من خلال العديد من التجارب والدراسات التي سعت إلى تقييم أداء محركات البحث.
 - القدرة الفائقة على عرض وترتيب النتائج وفقاً لارتباطها بموضوع الاستفسار، حيث يتفوق في ذلك على العديد من المحركات المنافسة مثل AltaVista, Yahoo, Alltheweb لواجهات المختلفة الخاصة بمحركات البحث.
 - يعد محرك البحث جوجل من أكبر محركات البحث من حيث تغطيته لصفحات ومواقع الويب كما انه أسرع محركات البحث المتاحة على الشبكة العنكبوتية.

- يحتل محرك البحث جوجل قمة المحركات التي يستخدمها المستفيدون من الشبكة العنكبوتية في جميع أنحاء العالم، كما انه يتميز أيضا بتنوع خدماته إلى الحد الذي جعل من جوجل أكبر شركة لتقديم خدمات المعلومات على شبكة الإنترنت.
- يسعى المحرك لتنظيم شبكة الإنترنت بحيادية تامة، فعلى الرغم من أن جوجل يقوم بعرض إعلانات مدفوعة الأجر في قمة صفحة النتائج لمجموعة من المنتجات المرتبطة بموضوع.

عيوب محركات البحث المتعددة

- عانت محركات البحث المتعددة عند بداية ظهورها من مجموعة من العيوب هي:
1. إن العديد من محركات البحث المتعددة كانت تعاني عند بداية ظهورها من عدم قيامها بإرسال الاستفسار إلى محرك البحث جوجل google، الذي يعد أكثر محركات البحث شمولاً على الشبكة العنكبوتية العالمية. ولعل السبب في ذلك هو رفض محرك البحث جوجل المشاركة مع محركات البحث المتعددة مما أدى إلى ضعف النتائج المسترجعة.
 2. تقوم العديد من محركات البحث المتعددة بإرسال الاستفسار إلى أماكن مدفوعة الأجر Paid-placement لدى محركات البحث والتي تتضمن نتائجها العديد من المحتويات التجارية.
 3. تتجاهل معظم محركات البحث المتعددة العديد من الإمكانيات البحثية المهمة مثل البحث بنوع الموقع ، ونوع الملف ...، مما يؤدي إلى تقليل النتائج المسترجعة ذات العلاقة.
 4. عدم قدرة العديد من محركات البحث المتعددة على استخدام منطق البحث البوليني Boolean logic
 5. تقوم محركات البحث المتعددة بتحديد فترة زمنية للمحركات للحصول على النتائج ، مما يؤدي إلى استبعاد النتائج الخاصة بالمحركات البطيئة أو التي لا يمكن الدخول إليها بشكل مؤقت خلال مدة البحث.
- وعند ظهور تلك العيوب، بدأت محركات البحث المتعددة تعمل بشكل جيد لإزالة الانطباع الخاص بضعف النتائج المسترجعة من خلالها فحدث ما يلي:

قامت محركات البحث المتعددة بتحديد النتائج ذات الصبغة الإعلانية من خلال تمييزها بلون معين أو بكتابة كلمة " Sponsord Link". كما قامت العديد من المحركات المتعددة بدعم استراتيجيات البحث من خلال تقديم مجموعة من الإمكانيات الخاصة باستخدام المنطق البوليني وكذلك استخدام محددات البحث "البحث نوع الموقع" باللغة ، نوع الملف ...".

حرصت العديد من محركات البحث المتعددة على التأكيد على جودة المصادر التي تعتمد عليها، حيث تعتمد كثير منها على محركات بحث شهيرة مثل hotbot , altavista , yahoo , google ، إتاحة العديد من محركات البحث المتعددة إمكانية قيام المستخدم بتحديد الفترة الزمنية الخاصة بعملية البحث ، مما يسمح باسترجاع نتائج المحركات البطيئة.

المراجع:

- إبراهيم، سيد ربيع سيد. محركات بحث الصور الثابتة على الإنترنت : دراسة تحليلية .الرياض:مكتبة الملك فهد الوطنية، 2007 ، 341.
- القرني، عبد الرحمن بن عبيد و سلافة عادل بحري." تأثير استخدام محركات البحث الآلية على استخدام قواعد البيانات المتاحة في المكتبة المركزية بجامعة الملك عبد العزيز لطالبات الماجستير بكلية الآداب" مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية ، يناير . 2008
- أحمد، فرج أحمد." تقنيات البحث المعلوماتي علي الشبكة العنكبوتية العالمية" . 2005
- عبده، فاطمة الزهراء محمد. "محركات البحث على شبكة الانترنت" . Cybrarians journal . سبتمبر ، 2004 يناير 2008 > www.cybrarians.info/journal/no/ searchengines.htm
- مهنة المكتبات وتحديات الواقع والمستقبل ، ودورها في الوصول الحر للمعلومات العلمية والتقنية ، جدة : 10-7 ذو القعدة 1428 ، الموافق 20-17 نوفمبر 2007
- عبد الفتاح، خالد." محرك البحث جوجل: نظرة تشريحية على أسلوبه في التحليل والفرز". مجلة المعلوماتية، 13، (مارس 2006)، 29، 31

مواقع التواصل الاجتماعي

قواعد البيانات و التعليم عن بعد

مواقع الدردشة

التواصل الاجتماعي, التواصل في العمل, فن التواصل الاجتماعي, فن التواصل, التواصل في ميدان العمل, التواصل عبر الانترنت, التواصل في بيئة العمل, التواصل في ميدان الشغل, تواصل عبر النوات مع عربيات, مواقع التواصل الاجتماعي, ppt مواقع التواصل الاجتماعي, pdf طرق التواصل في العمل, مشكلات الطرق التواصل الاجتماعي, pdf, الشبكات الاجتماعية, pdf كيفية التواصل في العمل, الاتصال الاجتماعي, pdf, التواصل الاجتماعي, التواصل الاجتماعي, التواصل المفيد مع المدير و الزملاء, فن التواصل في العمل,

إذا كان عقد التسعينيات أكثر ما يميّزه هو ظهور شبكة الإنترنت عالمياً، وإذا كان العقد الأول من الألفية الجديدة أكثر ما يميّزه التمدد السريع للشبكة وتعدد أغراضها من ظهور المدونات والمنديات والمواقع المختلفة بكل لغات العالم، فالمؤكد أن العقد الذي نعيشه حالياً يمثّل ذروة صعود ظاهرة الشبكات الاجتماعية التي أصبح من الصعب تقزيمها ووصفها بأنها "شبكات افتراضية" باعتبار أن تأثيرها في الواقع أصبح -أحياناً- يفوق المؤثرات الواقعية نفسها.

اليوم قوة وسائل التواصل الاجتماعي بلغت مبلغاً عظيماً في تسهيل الاتصال، والقدرة على حشد الجماهير، اليوم أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي هي المنفذ الأساسي لتسويق المنتجات والخدمات حول العالم، بل وأصبحت أيضاً المنفذ الأول الذي تتسلل من خلاله المعرفة والفهم والقدرة على مجازاة الوقائع وتسجيله وتحليله بشكل يفوق -بمراحل عديدة- الطرق التقليدية من وسائل الإعلام التي سادت البشرية لعدة عقود. العلماء وضعوا سلوكياتنا جميعاً على فيسبوك تحت المنظار في محاولة لاستشفاف بعض النتائج. هل نشاطك على فيسبوك يدل أنك ذكي أم غبي؟ هل الصفحات التي تعجب بها

والمناقشات التي تخوضها تدل على مستوى عقلك وتعتبر مؤشرا للكثير من الأمور في حياتك الواقعية حتى لو كنت تحاول إخفاءها في حياتك الافتراضية؟ مع شبكة يرتادها أكثر من مليار مستخدم شهريا، يمكن للعلماء الحصول على قدر هائل من البيانات التي توضح السلوكيات والتفضيلات والديمغرافيات لمئات الملايين من الأشخاص، وهو -قطعا- أمر غير مسبوق على مر التاريخ، لكنه أصبح ممكنا الآن، وهو ما تشير إليه عالمة الحاسوبيات في محاضرتها.

من أكثر المصطلحات استخداما في عالم الشبكات الاجتماعية -وربما أهمها على الإطلاق بالنسبة للمتخصصين في هذا المجال- هو مصطلح "الانتشار الفيروسي" (Viral)، سواء للمنشورات أو الصور أو الإعلانات على الشبكات المختلفة فيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها. بالأساس، قوة وزخم الشبكات الاجتماعية قائم على الانتشار الفيروسي للمنشورات -مهما كانت- حتى تصل لأكثر عدد من المستخدمين. لا يزال البعض يتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي باستخفاف، حتى مع علم الجميع أن أثرها أصبح هائلا بصورة لم تر البشرية مثيلا لها من قبل. ومع ذلك، الشبكات الاجتماعية بالنسبة للبعض هي مجرد شبكات افتراضية، إما للتواصل أو العمل أو التعارف أو مشاركة الاهتمامات، ولا يُتصور أن لها أثرا يتجاوز ذلك.

قد يكون موقع التدوينات المصغرة تويتر من أشهر المواقع التي تقدم نموذجا لشبكات اجتماعية إلى جانب فيسبوك، وقد تبدو فكرة التدوين المصغرة حديثة بالنسبة للكثيرين، لكن الواقع أن فكرة المحتوى المصغر هي فكرة قديمة تم تطبيقها منذ بداية الثلاثينيات في القرن الماضي، ولكن بشكل ملائم لعصره. تويتر ليس فقط منصة لنقل الأخبار أو التواصل السريع عبر عبارات مركزة لا تزيد عن 140 حرفا، بل شهد أيضا ميلاد قصص خيالية وحسابات ملهمة وتجارب مبتكرة في الخيال والرواية والقصص، بل وحتى في التسويق للشركات والعلامات التجارية، الأمر الذي جعلها منصة متعددة الاستخدامات الواقعية والخيالية أيضا. مع تفجر ثورة جديدة شهدها الإنترنت مؤخرا، وهي ثورة التدوين المرئي (Vlogging)، وإتاحة الفرصة لكل مستخدم لشبكة الإنترنت

أن يدوّن مرئياً أو يرفع فيديو هاته من إنتاجه الخاص على منصة يوتيوب، تظهر بالتوازي -بنفس الزخم- أشكال عديدة من الاعتداء على حقوق النشر والملكية، الأمر الذي يمثل تهديدا حقيقيا لتسارع عجلة التطور في هذا الاتجاه من المحتوى المرئي.

تضخم الشبكات الاجتماعية وهيمنتها على كافة وسائل الحياة أصبح واقعا، ومع ذلك، يظل التحدي الأساسي للتعامل مع هذا الواقع هو كيفية استخدامه للمصلحة الخاصة والعامة أولا، وثانيا -وربما الأكثر أهمية- هو التعامل معها بالوعي الكافي الذي يجعلك قادرا على التمييز بين ما هو حقيقي يساعدك على توسيع مداركك.

الراديو و التلفاز

راديو:

تقنية اتصال تستعمل الموجات الكهرومغناطيسية لارسال أو بث الصوت أو أي نوع آخر من المعلومات. الراديو أو المذياع من أهم وسائل الاتصال. مكن الراديو المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني والموسيقى والإشارات بأنواعها المختلفة إلى أرجاء متعددة من العالم. وبفضل الراديو أصبح بإمكان المسافرين على متن السفن والطائرات الاتصال وتبادل المعلومات . كما يمكن استخدام موجات الراديو للاتصال بالفضاء الخارجي.

كان البث الإذاعي وما زال الاستخدام الأكثر شيوعاً لموجات الراديو. وهو يشمل البرامج الدينية والموسيقى، والأخبار، والحوار، والمقابلات ووصف الأحداث الرياضية والفنية، بالإضافة إلى الإعلانات التجارية. ويستيقظ الناس على ساعة المذياع، ويقودون سياراتهم إلى أعمالهم مستمعين إليه، كما يمكنهم الاستماع إلى البرامج الإذاعية في أوقات راحتهم. لعالم الإيطالي جوليلمو ماركوني الذي اخترع طريقة لإرسال إشارات البرق بواسطة الراديو عام 1895م. ساهم هذا الاختراع في تطور البث الإذاعي. توضح هذه الصورة العالم ماركوني مع بعض أجهزته التي تعمل بموجات الراديو. وقد أخذ البث الإذاعي في الماضي الدور نفسه الذي يأخذه التلفاز في وقتنا الراهن من حيث تسليّة الناس، فكانت تتجمع ملايين العائلات في أمريكا وأستراليا وأوروبا خلال الفترة من العشرينيات وحتى بداية الخمسينيات من القرن العشرين حول أجهزة المذياع، في كل ليلة، يستمعون إلى التمثيليات والبرامج المرحة الخفيفة وبرامج المنوعات والبث المباشر للحفلات الموسيقية، والعديد من البرامج المنوعة الأخرى. هذه الفترة، التي تدعى في بعض الأحيان بالعصر الذهبي للبث الإذاعي انتهت في معظم المجتمعات الغربية مع بدء تألق التلفاز وانتشاره. وللراديو استخدامات أخرى، بالإضافة إلى البث الإذاعي. فالطيارون ورواد الفضاء وعمال البناء ورجال الشرطة والفلاحون والبحارون والجنود وسائقو سيارات الأجرة يستخدمون الراديو في الاتصالات السريعة، كما يرسل العلماء موجات

الراديو إلى الجو؛ للاستعلام عن الطقس. وترسل شركات الهاتف والبرق الرسائل بواسطة الراديو، وباستخدام خطوط الهاتف والبرق، كما يشغل هواة الراديو محطات استقبال وبث خاصة بهم.

الأجزاء الأساسية في راديو AM/FM يعمل على الترانزستور

يعمل الراديو بتحويل الأصوات والإشارات إلى موجات كهرومغناطيسية تدعى أيضاً موجات الراديو. وهي تسافر عبر الهواء والفضاء، كما تستطيع الانتشار عبر بعض الأجسام الصلبة كجدران المباني. وتنتقل موجات الراديو بسرعة الضوء، أي 299,792 كم/ث، ويحول جهاز الاستقبال هذه الموجات إلى الصوت الأصلي.

أسهم العديد من العلماء في تطوير الراديو، ولا يمكن اعتبار عالم بعينه بأنه مخترع الراديو. وقد أرسل العالم الإيطالي جوليلمو ماركوني أول إشارة بث إذاعي في عام 1895م. أما في وقتنا الراهن فإن موجات الراديو تُبث من آلاف المحطات والمصادر المختلفة، وتملأ الجو من حولنا بإشاراتنا وبثها المتواصل.

يحتل البث الإذاعي الجزء الأكبر من الاتصالات التي تتم عن طريق الراديو، مما يتيح للمستمعين استقبال برامج البث الإذاعي المتنوعة الأغراض، والتي تهدف إلى المتعة والمعرفة. كما تُستخدم موجات الراديو في العديد من التطبيقات الأخرى، مثل الاتصالات ذات الاتجاهين التي يتم فيها إرسال واستقبال الرسائل. يمتلك الناس في العالم أكثر من بليون مذياع، بمتوسط جهاز واحد لكل ثلاثة أشخاص. وفي الولايات المتحدة 534 مليون جهاز، وهو أكبر عدد من الأجهزة في قطر واحد. وفي الصين حوالي 219 مليون جهاز، أي بمعدل 18 جهازاً لكل مائة مواطن. أما في بريطانيا، فيبلغ عدد أجهزة الراديو 66 مليوناً، أي بمعدل 114 جهازاً لكل مائة نسمة. والسبب الرئيسي في هذا الانتشار الواسع لأجهزة المذياع يرجع إلى كونها محمولة، ويستطيع الناس نقلها من مكان لآخر بسهولة.

تقدم البرامج الخاصة بالمعلومات الأخبار والأحداث العالمية والمقابلات الإذاعية والنقل تطور الراديو، مثل غيره من الاختراعات، عن النظريات والتجارب التي ساهم فيها العديد من العلماء. وقد وضع العالمي الأمريكي جوزيف هنري والفيزيائي البريطاني مايكل فاراداي إحدى أهم النظريات في أوائل القرن التاسع عشر. وقد أجرى العالمان، كل على

حدة، تجاربهما على المغناط الكهربية وتوصلا إلى النظرية التي تنص على أن مرور تيار في سلك يمكن أن يؤدي إلى مرور تيار في سلك آخر، مع أن السلكين غير متصلين. وتسمى هذه النظرية نظرية الحث. وقد شرح الفيزيائي البريطاني جيمس كلارك ماكسويل هذه النظرية عام 1864م بافتراضه وجود موجات كهرومغناطيسية تنتقل بسرعة الضوء. في عام 1880م أثبت الفيزيائي الألماني هينريتش هرتز بتجاربه صحة نظرية ماكسويل. ثم قام المخترع الإيطالي جوليلمو ماركوني بالجمع بين الأفكار والنظريات السابقة، وأفكاره الخاصة، وتمكن من إرسال أول إشارة اتصال بموجات الراديو عبر الهواء عام 1895م، حيث استعمل الموجات الكهرومغناطيسية، لإرسال شفرات برقية لمسافة تزيد على 1,5كم. وفي عام 1901م حقق ماركوني أول إرسال للإشارات الشفرية عبر المحيط الأطلسي بين إنجلترا ونيوفاوندلاند.

ثورة الأترنت: ماهيته- أهم خدمات الأترنت

الشبكات و أنواعها

الوسائط في الشبكة العالمية

الأترنت:

الأترنت، شبكة الشبكات، هي أبرز ثمرة نتجت عن تلاحم ثلاث ثورات كونية هي ثورة المعلومات، وثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب. كما أنها أي الأترنت تمثل أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة-الرقمية المتكاملة (Integrated Digital Network) والأترنت شبكة معلومات عالمية تربط الآلاف من شبكات الحواسيب المنتشرة في بقاع العالم بعضها ببعض، ويستخدمها الملايين من البشر. تعود قصة شبكة الأترنت إلى شبكة الأربانت (Arpanet) وهي شبكة معلومات أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية في نهاية الستينات لدعم المشاريع والبحوث العلمية في مجال الدفاع والشؤون العسكرية. وظلت الأربانت مقتصرة على استخدام وزارة الدفاع حتى عام 1986 م حيث فتح المجال أمام الباحثين والأكاديميين لاستخدام هذه الشبكة على نطاق أوسع وارتبطت معها شبكات أكاديمية عديدة وبذلك تحولت الأربانت إلى الأترنت (1) ومنذ ذلك الحين وهي تنمو بسرعة هائلة بحيث لا يمكن لأحد أن يعرف بالضبط ما هو حجم الأترنت اليوم ، أو كيف سيصبح غداً إلا أن التقديرات تشير إلى أن عدد الحواسيب المضيفة (Host Computers) المرتبطة بالشبكة (2) قد بلغ 6.6 مليون(3) بينما يقدر عدد مستخدمي الشبكة بحوالي 345 مليون ، ومن المتوقع أن يصل عدد المستخدمين في عام 2005 م إلى أكثر من مليار مستخدم (4) . وفي كل يوم تؤمن الشبكة ارتباط ملايين المستخدمين في أكثر من 150 بلدًا (5). والأترنت لا يملكها شخص أو مؤسسة أو حكومة، وليس لها رئيس أو مجلس إدارة، فهي تعود إلى جميع من يستخدمها وتشغلهم وتصاد من قبلهم، والسلطة الوحيدة للأترنت تتمثل في جمعية الأترنت (Internet Societ) وهي هيئة اختيارية العضوية تهدف إلى الارتقاء بالتبادل الدولي للمعلومات من خلال تقنية الأترنت (6) ويستطيع أي شخص يمتلك حاسوبًا شخصيًا يحتوي على مراسل

(modem) والبرمجيات اللازمة ويرغب في دفع أجور الخدمات أن يشترك في الإنترنت مكونات الإنترنت هي:

1. مجتمع المستفيدين من الإنترنت من الأفراد والمؤسسات .
- 2: التكنولوجيا ، والتي تضم الاجهزة والبرمجيات التي تربط أقسام الإنترنت والمستخدمين.
- 3: إدارة الإنترنت ، والتي تركز على مجموعة اتفاقيات عالمية ومشاورات بين المهندسين ، والتنفيذ بواسطة-الهيئات العامة والجهات الخاصة التي تقوم مجتمعة بتخصيص العناوين وصيانة الممرات.
- 4 . (Routes) تجارة الوصول إلى الإنترنت ، والتي تبدأ بمجهزي الخدمة في القطاعين العام والخاص وتوفر الوصول إلى -الإنترنت بواسطة الخطوط التليفونية والحواسيب الشخصية .

ما هي شبكة الإنترنت :

هي عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الآلية حول العالم مرتبطة بعضها ببعض، ومع ترابط هذا الهائل من الحاسبات أمكن إرسال الرسائل الإلكترونية بلمح البصر. هذا بالإضافة إلى تبادل الملفات والصور الثابتة أو المتحركة والأصوات. وقد تم الاتفاق على نظام موحد لتبادل جميع هذه الأنماط من المعلومات. تم تسميته بالنسيج العالمي .

أهمية الإنترنت:

تختلف أهمية الإنترنت من شخص إلى آخر حسب نوايا المستخدم، فخدمة الإنترنت منافعها جمة فهو مصدر للعلم والمعرفة. وهي في الوقت ذاته قد يكون مصدر شر عظيم لمن أصر على سوء استخداماته:في المجال العلمي : له دور في تبادل المعلومات والخبرات، والإطلاع على كل ما هو جديد في العالم للإسهام في تقدم الطب . المواقع الزاخرة بالعلوم والأبحاث ، حيث أن الشبكة تحتوي على الكثير من المواقع الزاخرة بالعلوم والأبحاث والدوريات العلمية .

سهولة تبادل المعلومات : وذلك لكي يتسنى للباحث الحصول على المادة بشكل أسهل، كما أنها توفر للطالب الجامعي مردوداً علمياً كبيراً لمعرفة ما وصلت إليه المرأة العربية من تقدم معرفي وفكري وكذلك إبراز أهمية دور المرأة كعضو في المجتمع .

الإنترنت ومميزاته : على الرغم من أن شبكة الإنترنت لم تسطع على عالمنا إلا منذ سنوات قليلة إلا أنه استطاع أن يثبت جدارته في كونه أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستطيع تلبية الاحتياجات الفعلية للمستخدمين من المعلومات في كافة قطاعات المعرفة البشرية، في أي وقت من الأوقات فقط من خلال الضغط على الفارة. فالإنترنت أصبح بمثابة قناة المعلومات الرئيسية التي يمكننا من خلالها الإبحار حول العالم إلى جانب قدرته على إعداد قاعدة اتصالات عريضة بين كافة المستخدمين على مستوى العالم . واستطاعت شبكة الإنترنت أن تثبت جدارتها في كونها أهم وأحدث التقنيات التكنولوجية التي تستطيع تلبية الاحتياجات الفعلية للمستخدمين في كافة قطاعات المعرفة البشرية باعتبارها مصدراً خصباً للبحث في الإنتاج الفكري، فأصبحت بذلك الشغل الشاغل لمختلف شرائح المجتمع باعتبارها قناة المعلومات الرئيسية التي يمكننا من خلالها الإبحار حول العالم . الإنترنت بين الخير والشر : لا أحد يخفى عليه الآن ضرورة الاتصال عبر الإنترنت لما له من مزايا إذا أحسن استخدامه للفائدة العلمية، فهو وسيلة سريعة وسهلة للحصول على المعلومات، لذلك هو ثروة من ثروات العصر. وإن استخدام الإنترنت بالشكل الصحيح يتطلب توجيه ورقابة لأنه النافذة على العالم. لذلك لا بد من التعرف على إيجابيات وسلبيات الإنترنت .

إيجابيات الإنترنت :

1. يعتبر الإنترنت من أحدث الوسائل التي اختصرت الزمن ونقلت البشرية إلى عالم جديد من العلم والمعرفة.
2. الحصول على المعلومات للدراسات والأبحاث بكل سهولة ويسر .
3. يساعد على الإتصال بالعالم بأسرع وقت وأقل تكلفة .
4. الاستفادة من البرامج التعليمية الموجودة على الإنترنت.
5. الاطلاع على آخر الأبحاث العلمية والتربوية في كل المجالات .
6. الاطلاع على آخر الإصدارات من المجالات والنشرات العلمية .
7. وأيضا بعض المواقع تقوم بنشر التقارير والأبحاث المفيدة.
8. إمكانية البحث في الإنترنت عن بضائع معينة. فمثلاً يمكنك مجاناً تنزيل كتالوج كامل

مكون من 60 صفحة.

تعدد الوسائط في الشبكة العالمية (www):

الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web تعتبر أكبر شبكة حاسب من بين الشبكات المكونة لشبكة الإنترنت، تسمح هذه الشبكة بإظهار المعلومات بأشكال مختلفة، أي بوسائط عديدة (نصوص ، صور ، رسومات، صوت الخ)، مما يساعد في نشر المعلومات بشكل واضح وممتع، لذا، فهي تعتبر أشهر شبكة لمستخدمي الإنترنت . حواسيب هذه الشبكة تستخدم ثلاثة تقنيات حديثة، هي النصوص الفائقة (Hypertext) ، بروتوكول لنقل النصوص الفائقة (HTTP: Hypertext Transfer Protocol) ، وبرامج التصفح (Browser) .

الإنترنت شبكة من شبكات المعلومات:

إن الإنترنت هي نظام عالمي لدمج شبكات الحواسيب المتصلة به. وتتبادل الحواسيب وشبكات الحاسوب المعلومات وذلك بالاتصال ببعضها البعض باستخدام بروتوكول (IP/TCP) بروتوكول التحكم بالإرسال وبروتوكول الإنترنت). تتصل الحواسيب مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية ويمكن استخدام الإنترنت في إرسال الخطابات الإلكترونية ونقل الملفات أما أنها تمثل مدخلاً للوصول للمعلومات على الشبكة الدولية. تتضمن أمثلة شبكات المعلومات المتصلة بالإنترنت: المكتبات والمستشفيات ومرآز البحوث والوالات الحكومية والجامعات. ومن الممكن الربط بين شبكات المنظمات المحلية والوطنية والدولية. ومثال على ذلك مكتبة منظمة الصحة العالمية والتي هي منظمة دولية تحمل العنوان

<http://www.who.int/library/>

تطور الإنترنت

في البداية نشأت الإنترنت لتسمح للحواسيب بالتشارك في المعلومات العلمية والعسكرية وكانت تُعرف بالأربانت ARPANET وذلك في نهاية عقد الستينات. وقد استمر التطوير بواسطة مؤسسة العلوم الوطنية Foundation Science National في عقد

الثمانينات والتي طورت وسائل اتصال الإنترنت لترتبط بين العديد من أقسام الحواسيب الجامعية. في عام 1989 اقترح تيم برنرز - لي وآخرون معه أنوا يعملون في المختبر الأوربي لفيزياء الجسيمات- بروتوآولاً جديداً للاتصالات لغرض نقل المعلومات. تأسست هذه التكنولوجيا على نظام النصوص المترابطة hypertext system وأدى إلى تطور الإنترنت في عقد التسعينات 2-3. الشبكة العنكبوتية العالمية إن الشبكة العنكبوتية العالمية نظام من مزودات الإنترنت التي تستخدم (HTTP بروتوآول نقل النصوص المترابطة) وذلك لنقل الوثائق التي تُسَقَّ في لغة تأثير النصوص المترابطة. ويتم استعراض هذه النصوص باستخدام برمجيات متصفح الإنترنت مثل نيتسكيب Netscape أو مستكشف الإنترنت. Explorer Internet يستطيع نظام النصوص المترابطة أن يربط وثيقة ما بوثائق أخرى على الإنترنت من خلال الارتباط النصي. وأصبح من الممكن أن تنتقل من وثيقة إلى أخرى على الإنترنت من خلال هذا الارتباط النصي الموجود داخل متصفح الإنترنت. عنوان الموقع على الإنترنت هو عنوان عالمي للوثائق وغيرها من الموارد على الإنترنت، مثال . http://www.who.int حيث يشير الجزء الأول من العنوان إلى البروتوكول المستخدم وهو http 2، بينما يحدد الجزء الثاني من العنوان اسم النطاق أو الاسم على الإنترنت حيث توجد المعلومات عليه. شريط العنوان bar address هو شريط الأدوات الذي يعرض في أعلى شاشة العرض عندما

تحتوي الانترنت على كمية هائلة من المعلومات تغطي موضوعات متباينة وهي تستضيف فهارس المكتبات والمقالات والموضوعات الجديدة والتقارير والوسائط الإعلامية المتعددة والمعلومات المرجعية ومعلومات خاصة بالشركات أما أنها تحتوي على آراء شخصية. يتم إعداد المعلومات من موارد متعددة ومتباينة مثل المؤسسات الأكاديمية والوكالات الحكومية والمنظمات المهنية والمعلومات التجارية والشخصية. يمكن تنظيم بعض المعلومات الموجودة على الإنترنت في أدلة حيث تصنف المعلومات لفئات أو ملفات خاصة وبطريقة منظمة. على سبيل المثال قد نجد ذلك في دليل عام أما في موقع ياهو http://www.yahoo.com أو في دليل يغطي موضوعاً خاصاً مثل الصحة.

محركات البحث

إن محرك البحث أداة جيدة ومفيدة لاكتشاف وتحديد المعلومات على الإنترنت. فبرنامج محرك البحث يحدد ويزور الصفحات على شبكة الإنترنت. يقوم محرك البحث بجمع المعلومات ثم فهرسة الموقع ألياً. أي آليات موجودة على صفحات الإنترنت يكون محرك البحث قد زارها ستُخزن في قاعدة معلومات المحرك. عندما تبحث في الإنترنت عن موضوع يتم عمل بحث عن ما يتفق وينسجم معها من المعلومات الموجودة على صفحات الإنترنت التي سبق زيارتها من قبل محرك البحث يمكن الاطلاع على أمثلة عن محركات البحث في الموقع التالي:

<http://www.google.com> أو <http://sp.ask.com>.

تكنولوجيا الشبكات العامة (الإنترنت)

لقد أصبح إهنام المؤسسات ينصب أكثر فأكثر على إيجاد الطرق الأكثر فعالية للاتصال بالمستلكنين و تلبية حاجاتهم و رغباتهم و هو ما حصل بفعل عامل التقدم التكنولوجي , مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمراكز الإتصال الافتراضية و المتمثلة في الإنترنت.

التطور التاريخي للإنترنت

في سنة 1957 و خلال الحرب الباردة , أحرزت السوفييت نجاحا باهرا في مجال غزو الفضاء و ذلك بإرسال أول قمر صناعي يدور حول الأرض تحت إسم spoutnik حينها أحس الأمريكيون بالخطر , تبلورت بسرعة الفكرة القائمة أن مراكز البحث المختلفة يمكن أن توصل ببعضها للمشاركة في تبادل المعلومات المتوفرة لديها و ذلك من خلال إنشاء شبكة قوية قادرة على الصمود أمام أي هجوم نووي .

و خلال الستينات تم تكليف وكالة مشروعات البحوث المتقدمة ARPA التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية , بتحديد الطريقة المثلى للربط بين هذه المواقع المختلفة و بالتعاون مع جامعة Los Angeles بكاليفورنيا , تم إنشاء شبكة تحت إسم ARPANet تسمح بالربط بين حاسبين يبعد الواحد عن الآخر بمئات الكيلومترات , و ذلك بإستخدام مجموعة من القواعد أو البروتوكولات التي تسمح بتبادل المعلومات .

و بحلول عام 1972 تم توسيعها لتشمل أربعون موقعا مختلفا تم ربطها بالشبكة , تضمنت حركة تبادل بين هذه المواقع ملفات نصية صغيرة ترسل من مستخدم إلى آخر و تسمى هذا النوع من التبادل بالبريد الإلكتروني , أما ملفات النصوص الكبيرة و ملفات فكانت تنقل بإستخدام ما يسمى ببروتوكولات نقل الملفات أو FTP .و في خلال نفس السنة إنعقد المؤتمر الدولي الأول للإتصالات المعلوماتية بمدينة Washington وقد ناقش هذا المؤتمر الذي حضره ممثلون من مختلف أنحاء العالم إتفاقية حول بروتوكولات الاتصالات بين الحسابات و الشبكات المختلفة .و كنتيجة لأبحاث تلك اللجنة و بتمويل من وزارة الدفاع الأمريكية ظهر ما يسمى ببروتوكولات Tcp/IP , ذلك سنة 1972 وقد حددت هذه البروتوكولات الطريقة التي تنتقل بها المعلومات بين شبكات الحاسبات داخل الشبكة كما اعتمدت هذه البروتوكولات رسميا من طرف قسم الدفاع لوزارة الدفاع الأمريكية سنة 1978 و عممت بالشبكة سنة 1983 .

و لم يقتصر إستخدام ARPANT على القوات المسلحة فحسب , فقد أستخدمت من قبل الجامعات الأمريكية بكثافة كبيرة إلى أنها بدأت تعاني من إزدحام يفوق طاقتها و صار من الضروري إنشاء شبكة جديدة في عام 1984 باسم MILNet لتخدم المواقع العسكرية فقط , و أصبحت ARPANET تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية . و لكن مع الإستخدم المكثف لل ARPANT من طرف الجامعات الأمريكية قامت مؤسسة العلوم الأمريكية و بالتحديد عام 1989 بإنجاز شبكة أسرع أسمتها NSFNET ثم تم فصل ARPANT عن الخدمة .

و في سنة 1995 عرفت NSFNET تطورا كبيرا حيث بدأت تشكل العمود الفقري لشبكة ضخمة مكونة من عدد كبير من الشبكات المحلية الأمريكية و الدولية . بعد أن كانت تربط بين مختلف الجامعات الأمريكية , و أصبحت قادرة على الربط بين مزودي الشبكات غير الحكوميين , الأمريكيين و غير الأمريكيين و من ثم إنتقلت إلى مرحلة جديدة من مراحل تطورها ألا و هي توفير الخدمات التجارية إضافة إلى الخدمات البحثية الأكاديمية , ذلك بعد أن كانت في مرحلتها الأولى تهتم فقط بربط المواقع العسكرية

الأمريكية طبعا و تدعى هذه الشبكة جد المتطورة بالشبكة العالمية أو شبكة الشبكات "الإنترنت".

تعريف الإنترنت

كلمة إنترنت Internet هي إختصار الكلمة الإنجليزية International Network و معناها شبكة المعلومات العالمية , التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف أو الأقمار الصناعية , حيث يكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم server, التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها و التحكم بالشبكة بصور عامة , كما تسمى أجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين users. و يعرفها كارول أو كوتور على أنها " مجموعة من شبكات الحواسيب المستقلة كليا و الموزعة عبر أنحاء العالم , حيث تشكل هذه المجموعة نظاما عملاقا واحد إذ تتولى كل شبكة منفردة مسؤولية الإدارة و الصيانة الذاتية لها أولوية خاصة ". كما عرفها كا من بوب نورتون و كاتي سميث "الإنترنت عبارة عن مجموعة الشبكات الحاسوبية العالمية المتصلة ببعضها البعض بواسطة وصلات إتصالية متباعدة ". و تعرف كذلك بأنها "شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة ببعضها البعض" تقنيات الإتصال بالإنترنت

هنالك العديد من الوسائل و التقنيات للإتصال بالإنترنت حيث تنقسم إلى عدة طرق منها الإتصال بالهاتف العادي أو عن طريق الخط الرقمي RNIS أو من خلال تقنية الخط المشترك الرقمي DSL و كذا الإتصال بواسطة الأقمار الصناعية Satellite أو عن طريق الخط المستأجر , بالإضافة إلى طرق أخرى حديثة ظهرت مؤخرا كالواي فاي و الواي ماكس

-الإتصال عبر الهاتف

-*طريقة الهاتف الثابتة للإستخدام البسيط Dial up

إن إستخدام وصلت الإنترنت عادية من خلال خط الهاتف الثابت بطريقة Dial up توفر الدخول إلى البريد الإلكتروني و تصفح المواقع الإلكترونية بإستخدام الإنترنت من

حين لآخر , تمكن هذه التقنية من الإتصال مبدئيا بسرعة الإتصال لغاية 56 كيلوبايت في الثانية و لإستخدام هذه الوصلة يجب توفر خط هاتف ثابت و مودم , ليقوم هذا الأخير بالتحويل من إرسال رقمي إلى إرسال تماثلي عبر خط الهاتف و في الجهة الأخرى لدى مزود الخدمة تحدث العملية العكسية , حيث يتم تحويل الرسالة من تماثلية إلى رقمية و هذا الإتصال يتميز بكونه إتصال مؤقتا .

و من سلبيات إستخدام هذه الطريقة هو بطئ السرعة بالإضافة إلى قطع الإتصال بالانترنت إذا أراد الشخص إجراء مكالمة هاتفية أو العكس أي أنه نت المستحيل إستخدام الهاتف للإتصال و الإتصال بالانترنت في آن واحد .

-*طريقة الخط الرقمي RNIS

بالرغم من توصل لطريقة RNIS خلال فترة الثمانينات , إلا أن انتشارها على نطاق واسع لم يتم إلا في فترة قريبة , كما إنخفضت تكلفة إستخدامها بدرجة ملحوظة و بالتالي شهدت الخدمة إنتشارا معقولا في فترة قصيرة جدا و خدمة RNIS تعد خدمة الشبكة الرقمية المتكاملة , فهي تكنولوجيا متطورة تضيف الأصوات و الفيديو و غيرها من التطبيقات إلى خط الهاتف العادي , كل ذلك على خط هاتف واحد و هو يعني أن الخط RNIS واحد يكون بديل عن شراء عدة خطوط هاتفية عادية .

و من إيجابيات هذه الطريقة هي إمكانية إستخدام الهاتف للإتصال و اللإتصال بالانترنت في آن واحد , بالإضافة إلى وجود فارق في السرعة الواضح حيث تصل سرعة RNIS إلى 128 Kbps, بهذا تصل السرعة إلى أربعة أضعاف السرعة العادية لمودم بسرعة 56 Kbps .

-*الإتصال عن طريق خط المشترك الرقمي DSL

ظهرت هذه الطريقة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1998 , بعدها بدأت في الإنتشار عالميا و هذه الخدمة عبارة عن تقنية تستخدمها شبكة الاتصالات لتقديمها للمشاركين لديها و هي تعرف باسم خط المشترك الرقمي , حيث يعتبر الكثيرين هذه الطريقة هي الحل الأمثل لمشاكل الإتصال بالانترنت بتكلفة معقولة , سرعات كبيرة خاصة لو كان هذا التوصيل سيتم لشبكة داخلية و من الإختلافات الجوهرية في هذه

الطريقة عن الطريقة التقليدية هو أنك ستكون متصلا بالانترنت بمجرد تشغيل الكمبيوتر لديك دون الحاجة إلى الإتصال برقم مزود الخدمة و ستتمكن من إجراء مكالمات هاتفية عادية في نفس الوقت .

و من أهم المميزات أن سرعة نقل البيانات بهذه الطريقة تعتبر عالية جدا و تصل إلى حدود 1.5 Hbps و هي سرعة تتجاوز بعشرات الأضعاف الطرق التقليدية المستخدمة حاليا . و مع هذه المميزات هنالك بعض السلبيات مثل ضرورة وجود المستخدم قريبا من مكان مزود الخدمة لأن سرعة البيانات تتأثر كثيرا بالمسافة الجغرافية فكلما بعد المستخدم هبطه سرعة نقل البيانات بشكل ملحوظ . و هناك العديد من نوعيات الخطوط DSL الرقمية تختلف في مواصفاتها و إمكانياتها , و كذلك حسب نوع العمل المطلوب منها و يعتبر أكثرها شيوعا طريقة المشترك الرقمي غير المتناسق و يرمز له إختصارا ADSL و هي الطريقة الأكثر إستخداما في المنازل أو المكاتب الصغيرة و تعتمد فكرة العمل هذه الخطوط علة نظرية بسيطة للغاية و هي أن خطوط الهاتف العادية لديها القدرة على نقل كمية واسعة من الترددات , ما يقوم به DSL هو استغلال باقي النطاق الترددي غير المستخدم و يقوم بتوظيفها لنقل البيانات ضمن ترددات معينة دون التأثير على المكالمات الهاتفية .

-*الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية

بالرغم من أن معظم الحديث حول الطرق الجديدة للاتصال بالانترنت يتمركز حول طريقة DSL , إلا أ، هناك طريقة ثالثة أيضا و هي الاتصال بالانترنت عبر الأقمار الصناعية , و تعتبر هذه الطريقة الحل الوحيد في الكثير من الأماكن الجغرافية الوحيدة المعزولة أو التي يصعب الوصول إليها بأي طريقة تقليدية و التي لا يمكن الوصول إليها حتى بإستخدام التقنية ADSL قد يعتقد البعض أن الأقمار الصناعية لا تستخدم إلا في إرسال الإشارات التلفزيونية فقط إلا أن العديد منها يستخدم في الاتصالات العسكرية و التجارية أيضا و قد حاولت شركة (Intelsat) الأوروبية صاحبة العديد من الأقمار الصناعية التجارية المعروفة باسم (hotbird) استثمار إمكانيات هذه الأقمار في الانترنت و أسمت المشروع (couvergence2) و فيه تقوم الفكرة الأساسية على إستخدام

قنوات البث الرقمي للفيديو في نقل المعلومات بواسطة TCP/IP و هي طريقة نقل البيانات في الانترنت , و هذه التقنية أو الطريقة يمكن أن تكون مكملة أو مستقلة .
 -*/التقنية المكملة و هي أكثر إنتشارا , و تقتصر على تضخيم إستقبال المعلومات فقط دون إرسالها , و تتطلب إشتركا سنويا لدى موزع خدمات انترنت بالساتل زيادة على الإشتراك عند الموزع المحلي .

-*/التقنية المستقلة تعتبر أحدث من التقنية السابقة و ثنائية الإتجاه , إستقبال و إرسال .
 بمعنى لا تتطلب خط هاتفي أو متخصص و إنما تتطلب إشتركا عند موزع الانترنت عبر الساتل ' و التسريح بالاستخدام من إدارة البريد و المواصلات و الجهات الوصية بالاتصالات اللاسلكية و يتميز عن سابقه بسرعة أكبر إضافة إلى ديمومة الإتصال
 24/24 ساعة

*-الاتصال عن طريق الخط المخصص المستأجر LS الخط المخصص المستأجر الذي يتبع الاتصال المستمر بالانترنت دون انقطاع , و تتميز الخطوط المستأجرة ب
 +خط خاص و مباشر يربط بين موقع المشترك و مزود الخدمة
 +إتصال سريع و ثابت
 +متوفر على مدار الساعة بسرعة تصل إلى عدة ميغابايتات في الثانية و هو مخصص للإتصال الرقمي

+سهولة الاتصالات الداخلية عبر البريد الالكتروني
 +يسمح بعقد مؤتمرات مرئية و تطبيقات صوتية بجودة ممتازة
 يوفر هذا النوع من الإتصال الربط الدائم المتكامل مع الشبكة بشكل مستمر على مدار 24 ساعة يوميا فيصبح الكمبيوتر الخاص بالمؤسسة جزء من شبكة الانترنت لذلك غالبا ما تستخدم هذا النوع من الاتصال بشبكة الانترنت المؤسسات الكبرى و الجامعات و المؤسسات الحكومية .

-*/الاتصال عن طريق WIFI استخدمت هذه التقنية بشكل واسع بغرض تقديم خدمة الانترنت في الجامعات و المراكز التجارية و المطارات و الأماكن العامة و حتى بداخل القطارات مؤخرا , فلا يجب على المستخدم إلا أن يكون في منطقة التغطية التي يوفرها

مزود خدمة الانترنت بالاعتماد على ما يسمى بالنقاط الساخنة , و تمكن كذلك من توفير الانترنت لمختلف المستخدمين للحصول على خدمات الانترنت بالتساوي و ذلك بعد القيام بعملية الولوج إلى الشبكة من خلال المودم DSL .

-*الاتصال عن طريق الهاتف المحمول يتم ذلك بالاعتماد على الهواتف المحمولة من الجيل الثاني و التي تسمح بقراءة البريد الالكتروني المرسل و تفحص صفحات ال WAP المتواجدة في مختلف الشبكة العنكبوتية . و الاعتماد كذلك على الهواتف المحمولة من الجيل الثالث , التي تسمح بالإضافة الى الاستفادة من خدمة البريد الالكتروني و تفحص صفحات ال WAP , بالاستفادة من خدمة تقديم المحاضرات المرئية و خدمة الفيديو .

-*الاتصال عبر تكنولوجيا الاتصال اللاسلكي واي ماكس (WIMAX)

الواي ماكس و هذه الكلمة هي إختصار للمصطلح worldwide interoperability for microwave access تشبه فكرة عمل واي ماكس فكرة عمل الواي فاي و لكن تقنية الواي ملكس تعمل على مسافات أكبر و بسرعات أعلى و توفر خدمة الانترنت لعدد كبير من المستخدمين . هذا بالإضافة إلى ان الواي ماكس سوف تصل لكل الماس حتى لو لم تكن لديهم خدمات الهاتف او خدمت الاتصال بالانترنت بواسطة الكوابل .

التلفاز و الهاتف و الهاتف الخليوي

الهاتف الثابت والمحمول

يُعود تاريخ الهاتف المحمول إلى عام 1947 م عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيز التجاريّ في معاملها بنيوجرسي، ولكنها لم تكن صاحبة أول هاتف جوال، بل كان صاحب هذا الإنجاز الأمريكي (مارتن كوبر)، الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو؛ حيث أجرى أول مكالمة به في 3 إبريل عام 1973م، ولقد كانت هناك هواتف محمولة في بداية الثمانينيات، لكنها كانت كبيرة الحجم وثقيلة الوزن، ثم نتابعت الهواتف في التطور مع تقليص حجمها؛ نتيجة الإقبال عليها في الأسواق؛ ففي عام 1984م أطلقت شركة نوكيا أول هاتف سيارة نُقّل في العالم، وفي التسعينيات اختلف الأمر عما سبق، وتعددت استخدامات الهواتف المحمولة، حيث الصوت، ثم الصورة، ثم البلوتوث، وأخيراً الإنترنت.. ومنذ سنوات ظهرت الأجيال الحديثة من هذا الهاتف، وتعددت فيه الإمكانيات والأنظمة التي فاقت الخيال.

والمبدأ الرئيس في الهاتف المحمول يعتمد على دائرة استقبال وإرسال، عن طريق إشارات ذبذبة عبر محطات إرسال أرضية، ومنها فضائية، مثل إشارات المذيع، مع اختلاف بسيط، وإشارات المحمول الذبذبية مثل رسم القلب، تصاعدي وتنازلي، وهي قوية جداً تصل إلى 20 mZ إرسالاً واستقبالاً في الثانية الواحدة. أما عن طريقة الاتصال، فتكون عن طريق دائرة متكاملة، تكمن في المحمول الشخصي، والسويتش الرئيس الخاص بالشركة، والخط (simcard)، وبطاقة (السيم) عبارة عن بطاقة صغيرة، بها وحدة تخزين دقيقة جداً، ووحدة معالجة تخزين، بها بيانات المستخدم الذي يقوم باستخدامه للاتصال بالآخرين؛ أي إن الهاتف المحمول يتكوّن من دائرة استقبال وإرسال، ووحدة معالجة مركزية وفرعية ورامّة وفلاش لتخزين المعلومات. أما عن فوائد ومميزات الهاتف المحمول، فهي كثيرة يصعب حصرها، ومنها:

• الهاتف المحمول نعمة عظيمة من نعم الله علينا، تُوجب الشكر؛ فوالله ثم والله لو لهجت الألسن بالثناء على الله حتى تنقطع الأنفاس، ولو أمضينا أعمارنا لله عز وجل حتى نموت - لَمَا وَفَّيْنَا حَقَّهُ عَلَىٰ أَصْغَرِ نِعْمَةٍ أَنْعَمَهَا عَلَيْنَا؛ فَاللَّهُم اغْفِرْ لَنَا تَقْصِيرَنَا فِي شُكْرِكَ يَا رَبِّ، وَأَعِنَّا عَلَىٰ ذِكْرِكَ، وَشُكْرِكَ، وَحُسْنِ عِبَادَتِكَ.

• الهاتف المحمول وسيلة من وسائل إسعادنا وراحتنا؛ حيث يقرب المسافات، ويختصر الزمان، ويقضي به الإنسان حاجاته بأيسر تكلفة.

• توصل به الأرحام والقرابات بين الناس.

• يُعد وسيلة هامة من وسائل الدعوة إلى الله، ونشر العلم والخير بين الناس، مثل الجوال الإسلامي.

• به العديد من التقنيات والخصائص المفيدة للإنسان إذا أحسن استخدامها، مثل: التسجيل الصوتي والمرئي، والإنترنت، والكشاف للإنارة، والمنبه، والساعة، والتاريخ، وخاصة الرسائل، ووسائل تسلية وترفيه، وغيرها.

• يستخدم في الطوارئ، وعند الحاجة، في أي وقت وفي أي مكان، مثل: المطافئ - النجدة - الإسعاف).

• استخدامه في مجال التعليم، وهو ما أطلق عليه مؤخراً (mobile learning) :

إنّ الهاتف النقال أو كما يُطلق عليه أيضاً اسم الهاتف المحمول، أو الهاتف الجوال هو أداة اتصال لاسلكي يتم عن طريق شبكة من الأبراج التي توزع البث في منطقة معينة، للتوصل وتبادل المكالمات بين الناس، ويوجد بأشكال وألوان وأنظمة عدة. تطورت الهواتف النقالة مع مرور الأيام، فأصبحت قادرة على القيام بغير وظائفها الأولى، فلم تقف على القدرة على إجراء المكالمات وتبادل الرسائل، بل أصبحت تستخدم في التصوير، وتصفح الإنترنت، والتجارة الإلكترونية، وغيرها من الاستخدامات المتطورة والمتعددة، وفي موضوعنا سنوضح فوائد ومضار جهاز الهاتف النقال في حياتنا اليومية. فوائد الهاتف النقال خلق جوّ من المحبة والتواصل الاجتماعي، والاطمئنان على الأحبة

والأقارب من خلال المكالمات أو الرسائل النصية والصوتية. تلبية الكثير من الاحتياجات البيتية، فإذا نقص البيت شيئاً فنتصل الأم أو أحد أفراد العائلة برب العائلة لإحضار هذا الشيء. دعم الشخص بالكثير من المعلومات من خلال الاشتراك بالرسائل التي توضح مواعيد الصلاة، وأذكار اليوم، والأدعية، وأيام الصيام المستحبة مثل صيام الأيام البيض، وغيرها من المعلومات المفيدة. استخدام الرسائل كوسيلة للتفاهم عند الصمم والبكم مع غيرهم من الأشخاص. استغلال الرسائل في توجيه النصائح والإرشادات للأخوة والأصدقاء. تميز الهاتف المحمول بالتطور بقدرته في الدخول إلى عالم الإنترنت والتسوق عبر الإنترنت الإلكتروني، وتصفح مواقع الإنترنت المختلفة، وإدارة الحساب المصرفي الذاتي، والقدرة على تحديد موقع الشخص على الخرائط، والاستمتاع بمشاهدة البرامج التلفزيونية، والأفلام، والكتب المنوعة، والألعاب المتعددة. زيادة التواصل بين العمال والموظفين، وتوفير الوقت والجهد في الحصول على بعض المعلومات والصفقات والاحتياجات اللازمة للعمل. استخدام الرسائل في الدعوة إلى حفلات الزواج والولائم والعديد من المناسبات المختلفة. سلبيات الهاتف النقال يسبب العديد من حوادث السير والمرور نتيجة الانشغال بالتحدث والمراسلة به عند سائقي السيارات.

يشكل عاملاً خطيراً له آثار بالغة في المرضى والمسافرين، بسبب تداخل الأجهزة النقالة مع الأجهزة الإلكترونية الدقيقة كالأجهزة الطبية، والطائرات، وأجهزة الملاحة الجوية. يسبب أضراراً ومشاكل سلبية على صحة الإنسان؛ لأنّ الهاتف المحمول يصدر إشعاعات قوية وضارة. يحدث نوعاً من الإزعاج، وانتهاك الخصوصية، وقلب حالة الهدوء والطمأنينة في المساجد، وخلال المحاضرات الجامعية، وفي المناسبات المختلفة. يسبب ارتفاع وزيادة تكاليف وفواتير الهاتف النقال على المستهلك، بسبب رسوم البطاقات التي تفرضها شركات الاتصال لإجراء المكالمات والاتصال بالإنترنت والرسائل النصية. يسبب الإدمان والتعلق به، مما يؤثر في الترابط الأسري وزيادة التشتت العائلي، وتجمد العلاقات، وتدني مستوى طلاب المدارس في تحصيله التعليمي؛ بسبب الجلوس لفترات

طويلة على الهاتف المحمول.

شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة تكنولوجية هائلة شملت العديد من المجالات، ومن أهم هذه التطورات استخدام الإنترنت عبر الهواتف المحمولة، مما جعل بعض مستخدمي هذه الهواتف يطيلون النظر فيها، ويستخدمونها لفترات طويلة في الشارع، والحافلة، وحتى على الطعام، مما قد يسبب إجهاداً للعينين وأضراراً أخرى. تُصدر الهواتف المحمولة ضوء مرئياً ذا طاقة عالية يسمى بالضوء الأزرق، وقد يتسبب هذا الضوء بحدوث الصداع، وتهيج وجفاف العينين واحمرارهما، كما قد يؤدي إلى تلف النسيج في شبكية العين، وقد يكون هذا التلف دائماً، وفي كثير من الحالات قد يسبب الهاتف قصر النظر لدى الأشخاص الذين يقرؤون الكتب أو النصوص الطويلة على هواتفهم.

أضرار أخرى لأشعة الجوال :

أصبح الهاتف المحمول من ضروريات الحياة التي لا يُمكن الاستغناء عنها، ويستخدمها الجميع؛ ولأنّ هذه الأجهزة لا توصل بأسلاك، وتعتمد على الإشعاعات لنقل البيانات فإنّ لها أضراراً كثيرة منها:

سرطان الدماغ. أورام حميدة في الدماغ. مرض الزهايمر. اضطراب النوم. تشتت الانتباه. تلف الحمض النووي. العقم عند الذكور. ضعف السمع. ارتفاع ضغط الدم. الصداع والتعب.

التلفاز

يُعتبر التلفاز من أهمّ وسائل الاتصالات التي توجد في جميع البيوت والأماكن، وأصبحت الوسيلة الرئيسية التي من خلالها يتم نشر المعلومات المرغوب بنشرها، كما اعتمدت عليها الدول في التواصل مع مواطنيها بشكل مباشر؛ حيث يتم من خلال التلفاز إعلان الرسائل الصوتية والمرئية في آنٍ واحد؛ حيث إنه يعرض الصوت والصورة المنقولة من الأماكن المختلفة حول العالم. اخترع التلفاز يعتبر العالم المهندس جون لي بيرد المخترع الأوّل لجهاز التلفاز، فقد كان مريضاً ممّا جعله يتفرّغ للاختراعات بدلاً من

العمل في مجال الهندسة الكهربائية، وبدأ اختراعه للتلفاز بمكونات بسيطة مثل صندوق كبير الحجم وعدسات وشمع وغراء، وقد قام بعمل صورة تلفزيونية، وأول نظام تلفزيوني ثم فيلم متحرك، وقد استطاع نقل بث تلفزيوني لمسافات بعيدة من واشنطن إلى نيويورك عام 1927م، وبعدها أدخل العلماء الكثير من التطويرات التي حسنت من شكله وحجمه، ولم يكن في البداية من الأجهزة التي يُقبل عليها الكثير من الناس ولكن في القرن العشرين تمّ تطويره وجذب الناس إليه بشكل كبير ليصبح الجهاز الأول في مجال الاتصالات. فوائد وأضرار التلفاز للتلفاز جوانب متعددة من ناحية الأهمية فهو يمكن أن يكون مفيداً؛ ولكن يمكن كذلك أن يكون مضراً، فالمستخدم هو من يحدد طريقة الانتفاع منه دون التضطرر. من فوائد التلفاز: التسلية من خلال الألعاب والمسلسلات والأفلام والبرامج الثقافية التي يتم عرضها في أوقات محددة، والأطفال هم أكثر فئة تتسلى على التلفاز من خلال مشاهدة الرسوم الكرتونية. معرفة الأخبار وما يدور في العالم من حوادث؛ فأصبح بالإمكان نقل الحروب والمعارك بشكل مباشر بسبب انتشار وسائل الربط الحديثة مع الأقمار الصناعية، وهذا يفيد في معرفة الحقيقة بعيداً عن التزييف والتشويه فالصورة هي التي تتكلم. التعلّم من خلال برامج التعلّم التي يتم عرضها على الشاشة سواء كانت تخص الأطفال أو من هم أكبر من ذلك، أو من خلال البرامج الثقافية. ورود التنبيهات والتحذيرات التي قد تصدر من جهة معينة للمواطنين حول خطر معين، وبالتالي تحقيق المصلحة العامة في المجتمع. أضرار استخدام التلفاز تضييع الكثير من الوقت في متابعة المسلسلات والأفلام والبرامج التلفزيونية غير المفيدة؛ فالبعض يترك أعماله ومشاغله لمتابعة الحلقات المتسلسلة من البرنامج الذي يتابعه، وهنا تحولت التسلية إلى تضييع الوقت. إصابة الأطفال بأمراض التوحّد والكآبة والانعزال عن الناس عندما يتم تركهم أمام الشاشة لفترات طويلة من دون رقابة أو تحديد أوقات محددة. الإصابة بأمراض العين وخاصةً عند الجلوس أمام الشاشة لفترات طويلة من دون وقاية.

مرحلة التلفاز الإلكتروني :

من رواد العالم الذين ساهموا في اختراع التلفاز الإلكتروني ما يأتي العالم الألماني كارل فرديناند براون استطاع اختراع أنبوب أشعة الكاثود عام 1897م، حيث ساهم هذا الأنبوب في خلق الصور في جهاز التلفاز بحيث يتمكن المشاهد من رؤيتها. استطاع العالم الأمريكي فيلو فارنزورث عام 1927م من نقل أول صورة تلفزيونية ضمت ستين خط أفقي، كما طور أنبوب dissector الذي يعتبر أساس جميع الأجهزة الإلكترونية الحالية. اخترع العالم الروسي فلاديمير زوريكين أنبوباً محسناً من أشعة الكاثود عام 1929م، حيث إنه أضاف نظاماً يحتوي على جميع الميزات التي شكلت أجهزة التلفاز. مرحلة التلفاز الملون تم اقتراح تقنية إنتاج التلفاز الملون عام 1904م، وقد تم عرضه من قبل المخترع جون لوجي بيرد عام 1928م حسب نظام التلفاز الأبيض والأسود الذي اخترعه، واعتمد الطريقة الميكانيكية بالإضافة إلى استخدامه قرص المسح نيبكو مع ثلاث حلزونات، وفي عام 1940م استطاع باحثو CBS بقيادة المهندس الهنغاري بيتر غولدمارك من استخدام تصاميم بيرد لتطوير مفهوم التلفاز الملون الميكانيكي والذي يمكنه إعادة إنتاج اللون الذي تراه عدسة الكاميرا.

الأثار النفسية و الاجتماعية و النظرة الاستشرافية

لوسائط الاتصال الحديثة

التأثير النفسي و الاجتماعي لوسائط الاتصال الحديثة

يعتبر موضوع «التأثير الاجتماعي» لـ وسائل الاتصال الحديثة في العصر الراهن من بين أهم المواضيع، حيث أخذ اهتماما بالغا في علم النفس الاجتماعي، وعلم الاجتماع، والاتصال، وذلك نظرا للتأثيرات الواضحة والخطيرة التي تتركها وسائل الاتصال الجماهيري على الأفراد والجماعات من خلال نظرياتها المتنوعة، والدعامات التي تعتمد عليها، والشروط التي توظفها في التأثير على المتلقي، حيث لم يبق الفرد مؤثرا من طرف وسائل الإعلام فحسب، بل أصبح مستهدفا بأيديولوجياتها الاستهلاكية... فما طبيعة العلاقة بين التأثير الاجتماعي ووسائل الاتصال الجماهيري؟

يعد التأثير الاجتماعي من بين أهم المفاهيم التي نالت الدراسات في المجال العلمي، ولا سيما في علم النفس الاجتماعي، فضلا عن علم الاجتماع، وذلك بحكم ارتباطه بالنسق الاتصالي.. فما هو إذن التأثير الاجتماعي، وما أنواعه، ومستوياته؟

مفهوم التأثير الاجتماعي:

يحدد التأثير الاجتماعي في تلك النتيجة الهامة التي تترتب على مرحلتي المواجهة والتبادل. ومعنى ذلك، أن الحديث عن التأثير الاجتماعي يفترض مرحلة أساسية وإستراتيجية، وهي التفاعل الاجتماعي باعتباره يتم بين طرفين أو جماعتين. وبعد هذه المرحلة والعلاقة الاتصالية الضرورية يحصل التأثير الاجتماعي، حيث نتحدث عن مؤثر ومؤثر. إذ الأول، هو ذلك الفرد أو تلك الجماعة التي اعتمدت القدرة على إثبات الصواب لديها عن طريق المهارة والبرهان...، في حين أن الثاني، هو ذلك الشخص أو تلك الجماعة المغيرة لسلوكها حيث انبهارها بصواب الطرف الآخر الذي أثر في سلوكها وجعلها تغير موقفها.

ويتميز التأثير الاجتماعي بكونه شرطا أساسيا يميز عملية التفاعل الاجتماعي، التي في تعريفها يظهر معنى التأثير. ويعرف التفاعل بأنه: «التقاء سلوك شخص أو مجموعة أشخاص مع سلوك شخص آخر أو مجموعة أشخاص آخرين في عملية توافق تبادلية، يترتب عليها أن يتأثر سلوك كل طرف بسلوك الآخر. حيث يكون سلوك أي منهما منبها أو مثيرا لسلوك الطرف الآخر. ويعرف التفاعل الاجتماعي بصورة عامة، بأنه: «العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عمليا وواقعا وفي الحاجات والرغبات والوسائل والغايات والمعارف. أما إجرائيا، فالتفاعل الاجتماعي هو ما يحدث عندما يتصل فرد أو أكثر «وليس بالضرورة اتصالا ماديا ويحدث نتيجة لذلك تعديل السلوك.#»

مستويات التأثير الاجتماعي:

التأثير بين الأفراد

يظهر هذا النوع من التأثيرات عادة في العلاقات، مثل: علاقات الصداقة وعلاقات الزواج. فمثلا التأثير في علاقات الصداقة. وإن كان متبادلا، إلا ويكون أحدهم أقوى من الآخر تأثيرا، فمثلا الصديق «أ» يؤثر على صديقه «ب» لأن الأول مثلا له القدرة والمهارة في آلية التواصل، أو متفوق وناجح في حياته وما إلى ذلك من أشكال تؤثر. كما نجده في علاقات الزواج: الزوج يؤثر في زوجته نظرا لجديته وحسن تعامله، وقد تؤثر الزوجة في زوجها بحوارها الهادئ والهادف مثلا...

التأثير بين الأفراد والجماعات:

وفي هذا المستوى، نتحدث عن تأثير متبادل، بمعنى، قد يتأثر الفرد بالجماعة. كما قد يؤثر هو أيضا بدوره في الجماعة: غير أنه في كثير من الأحوال يكون الفرد في موضع تأثر إذا كان في تجانس مع الجماعة، حيث نجده يتأثر بالسلوكيات السائدة التي يراها في العديد من الأشخاص الذين هم بدورهم يشكلون جماعة.. ومثال ذلك الطفل في وسط الأسرة يتأثر بكل فرد فيها وبالمقابل، قد يؤثر الفرد في الجماعة، وذلك واضح في مشاهد القيادة والرئاسة، حيث نجد الفرد يؤثر كلية على سلوكيات الجماعة ويترك صدى عميقا عليها، والتاريخ يدل على ذلك. مثل قيادة جمال عبد الناصر، و tchigivara، وهتلر. وهناك أيضا أمثلة أخرى كثيرة، تبين تأثير الفرد على الجماعة مثل تقليدهم للفنانين

والممثلين والرياضيين، حيث نجدهم يقلدونهم في لباسهم، ومشيمهم، وفي حلاقة شعرهم، وحتى في طريقة كلامهم وما إلى ذلك...

التأثير بين الأفراد ووسائل الاتصال الجماهيري:

يظهر هذا النوع من التأثيرات واضحا في كون وسائل الاتصال الجماهيري لها القدرة والاستطاعة من خلال نظرياتها المتنوعة، وذات الدراسات القبلية على تغيير موقف واتجاه سلوكيات الأفراد، بل وأن تأثيراتها أصبحت أكثر وضوحا وأشد خطورة ووطأة... وسنتعرض لهذا النوع أكثر تفصيلا في المبحث الثالث.

التأثير بين الأفراد والثقافة:

ويتجلى هذا النوع من التأثير في كون الفرد يتأثر بثقافة المجتمع السائدة، ذلك حيث لا نكاد نجد فردا ما يقوم بعادات وتقاليد من تلقاء نفسه، بل على العكس، نجده متأثرا بها ويحافظ عليها حتى في خروجه من وطنه نحو ثقافة وطن آخر. كما أن الثقافة تتأثر بالمجتمع لأنها أولا نابعة منه.

مظاهر التأثير الاجتماعي:

إن من أهم مظاهر التفاعل الاجتماعي كما يرى ذلك علماء النفس الاجتماعي، تقييم الذات والآخرين، وإعادة التقييم والتقويم المستمرين، بالإضافة إلى أن التأثير في التفاعل الاجتماعي يتوقف على شخصية الفرد ومكانته الاجتماعية. وتستخدم كلمة تقييم لتدل على الجانب الوجداني، أي تحديد نظام مشترك تقييم في ضوءه الحلول المختلفة ويشمل ذلك: طلب الرأي والتقييم والتحليل والتعبير عن المشاعر والرغبات «ما شعورهم نحو المشكلة؟؟»، هل المشكلة مهمة؟؟ هل يمكن عمل شيء تجاهها؟؟، هل عمل هذا أو ذلك.؟؟. الخ.

ومن بين مظاهر التأثير الاجتماعي نشير فقط باختصار وجيز إلى:

التعاون: هو تفاعل بين شخصين أو جماعتين لتحقيق أشياء تصعب على الفرد إنجازها لوحده، وهو ضرورة من ضروريات الحياة.

التنافس: وهو خاصية إنسانية، يتم بين فردين أو جماعتين مثل تنافس التلاميذ في الحصول على النقطة الأولى. وهو خاصية إنسانية، ويمكن اعتبارها جزء من النسق الاجتماعي.

التوافق: وهو توائم وتكيف وتأقلم فردين أو جماعتين على فكرة أو مسألة ما، وتكون الحالة النفسية مستقرة. يظهر في هذا الشكل التماسك وتقديم العون والمساعدة..

الصراع: وهو عبارة عن شكل من أشكال التفاعل بين فردين أو جماعتين، ويتميز بالتوتر والانفعال والمقاومة من أجل الحصول على نفس الأشياء، ومثال ذلك، الصراع بين رياضيين من أجل الحصول على جائزة البطولة، أو فرق كرة القدم من أجل الحصول على كأس العالم. والصراع صفة إنسانية...

يعتبر الاتصال الجماهيري من أهم الظواهر البشرية والاتصالية التي اهتم بها علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي، ومرد ذلك إلى الأهمية التي ينطوي عليها في بناء وتشكيل العلاقات الاجتماعية، التي في غيابه لا يمكن الحديث عنها. فما هو إذن؛ الاتصال الجماهيري؟ وما أنواعه؟ وماذا عن أهميته ووظيفته بالنسبة إلى المجتمع؟ وما علاقته بعلم الاجتماع؟

يقصد بالاتصال الجماهيري عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة، لذلك يعد من أهم الظواهر البشرية والاتصالية، لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع. كما أنه يعني «أي الاتصال الجماهيري» الضرورة البشرية الملحة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لأجل إشباع حاجاته المتعددة. هذا وعلاوة على أن الاتصال الجماهيري يقصد به تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري. ويتميز «الاتصال الجماهيري» بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات والمستويات، حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تتمثل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية وإلكترونية متطورة.

ونجد من أكثر التعريفات شمولاً في التعبير عن الاتصال اعتباره «عملية اشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، تتميز بالانتشار في الزمان والمكان، فضلاً عن استمراريتها وقابليتها للتنبؤ.

وللاتصال الجماهيري عدة أنواع نذكر منها:

الإعلام: وهو عملية اتصال موضوعية تهدف وترمي إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة وتنظم التفاعل بينها.

الإعلان: وهو من وسائل الدعاية التجارية لتسويق المنتجات والسلع عن طريق توجيه الجمهور ولفت نظره، ولا شك أن الترويج لهذه السلع أسهل من ترويج الأفكار والمبادئ، وذلك لأن الحاجة المادية أقوى بكثير عند الإنسان من غيرها.

التعليم: يعرف التعليم بأنه إحداث سلوك مستجد عند المتعلم، يحمل نظريات مختلفة في طريق تنمية الفكر وتقوية ملكات النقد وتربية الشخصية، كما أن التعليم يوثق جذور الحضارة مع الحاضر فيغرس في الأذهان المفاهيم والمبادئ المستحبة.

الدعاية: ويتميز هذا النوع من الاتصال الجماهيري بأسلوب الإغراء والاستهواء بغض النظر عن الموضوع الذي ترمي وتهدف إليه، فهي ترمي إلى التأثير على السلوك أكثر مما ترمي إلى الإقناع. لدى نجدها قوية التأثير في مجتمع النساء والجماعات البدائية والفقيرة والأطفال. ومن وسائل الدعاية المألوفة نجد الصحف، والتلفزيون، والمجلات، وأغلفة البضائع،... الخ.

مما لا شك فيه أن وسائل الاتصال الجماهيري تؤدي عدة مهمات ووظائف لا تخفى عنا. وتتجلى بالأساس في إفهام أفراد المجتمع لمهامهم واحتياجاتهم في التربية على الإعداد النفسي للعمل والحركة، كما تقوم بدور خاص في العمليات الاتصالية - السيكولوجية- لتراص ووحدة الذات الاتصالية للنشاط الاتصالي الجماهيري. وهناك أيضاً أهمية بالغة وكبيرة للاتصال الجماهيري بالنسبة إلى المجتمع، حيث لا يختلف اثنان في صعوبة الحديث عن أية عملية اجتماعية تنتج بين الأفراد، وجماعات، ومؤسسات دون قناة ووسيلة للاتصال. إذ لا تصح نماذج العملية الاتصالية في التوافق والاتفاق والتعاون والتخصص والتتقيف دون اتصال.

كما تتجلى أهمية الاتصال الجماهيري، في عدم إمكان تصور علاقات منسجمة، وتفاعلات حقيقية، وأنماط سلوك واعية دون اتصال ودون وجود عمل وسائل الاتصال. حيث اختفاء الاتصال ووسائله، يعني بالمقابل محو وموت الحياة الاتصالية المعاصرة، وانتفاء لكل أشكال التفاعل الاجتماعي وأنماط السلوك المتحضر. ويرى الباحث وعالم الاجتماع البريطاني أنطوني جيدنز، أن «لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة، وكلما اتسع هامش الحريات التي تتمتع بها وزاد اهتمامها بالقضايا المهمة مثل الحكم الصالح، والتمكين الاتصالي، تعززت الحوافز لتأسيس مجتمع المعرفة. غير أن أوجه القصور في وسائل الإعلام العربية حسب ذات الباحث جيدنز: «نقل من فاعليتها في هذا المجال، كما أن السيطرة الحكومية وغياب الحريات الصحفية يقفان حجر عثرة ويحولان دون وصول عامة الناس إلى المعلومات. وبالمقارنة مع المعدلات العالمية عموماً، فإن نسبة وسائل الإعلام لعدد السكان هي الأدنى في البلدان العربية. وأن أكثر من 70% من قنوات التلفزيون العربية هي تحت إشراف الدولة التي تملك بدورها، وكالات الأنباء. و كان من ذلك نشر أخبار سلطوية الطابع هزيلة المضمون، تكاد تقتصر على الأخبار الرسمية، أو أنشطة كبار رجال السلطة، ونادراً ما تحمل المعلومات التي تهتم أغلبية الناس و تثري مخزون المعرفة الناقصة لديهم.»#

ولعل أهمية هذا التصور لجيدنز، تبين بأن الإعلام قد يقدم ويساهم في بناء مجتمع المعرفة ما لم يكن مقيداً تحت السيطرة الحكومية...

يرى علماء الاجتماع أن الاتصال الجماهيري ظاهرة اجتماعية لها دورها في تراس وتماسك المجتمع، كما يرون أن لها دورها في بناء العلاقات الاجتماعية، الشيء الذي يوضح أن المجتمع الإنساني يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها وأساسها الاتصال. وأن ما يجمع بين أفراد المجتمع هي حقيقة علاقات الاتصال، التي هي ضرورة من ضرورات صيرورة الحياة الاتصالية. وفي هذا الصدد نجد أحمد بوزيد يعرف الاتصال بأنه: «العملية التي تمكن بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر حول حجم المجتمع وطبيعة تكوينه وتبادل الآراء والمعلومات والأفكار فيما بينهم.

هذا ويمكن توضيح العلاقة التي تجمع بين علم الاجتماع والاتصال الجماهيري، وذلك

في كون علم الاجتماع يقوم بدراسة الظواهر الاتصالية التي تؤثر في وسائل الاتصال داخل البنية الاتصالية، فالعلاقة الأساسية التي تجمع بين علم الاجتماع والاتصال تكمن في أن الاتصال ووسائله عبارة عن ظاهرة من الظواهر الاتصالية، وعلم الاجتماع مسؤول لا محال عن دراستها وتفسيرها وفي المحصلة يمكن القول أن الاتصال الجماهيري من حيث مفهومه وأنواعه وأهميته وعلاقته بعلم الاجتماع، يقدم للمجتمع خدمة جليلة، تتمثل في أن الإعلام والاتصال الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بإحداث التغييرات في المجتمع، فالباحث الاجتماعي لا يستطيع دراسة الظواهر الاتصالية في غنى عن الاتصال ووسائله. أي أن وسائل الاتصال تستطيع أن تقدم مساهمة كبيرة لعلم الاجتماع في دراسة التغيير الاجتماعي. بالإضافة إلى صحة القول، المتضمن: أن علم الاجتماع بحاجة للاتصال حيث تكون العلاقة بينهما علاقة تؤدي إلى الترابط.

إن أشكال ووسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة، منها المقروءة والمرئية والمسموعة وغيرها، وكل منها تتفاوت من حيث التأثير على الأسرة والجماعة، بحسب مقدرتها على إشراك المتلقي مع المضمون الإعلامي. إن لوسائل الإعلام دور كبير وتؤثر تأثيراً واضحاً في بناء أو تخريب الأسرة. أي تعتبر وسائل الإعلام سلاح ذو حدين، فقد تؤثر بالإيجاب على الأفراد من خلال تعليمهم السلوكيات الصحية، وقد تؤثر عليهم سلباً حين تساهم في جعلهم مدمنين أو منحرفين أو مجرمين، لكن، الملحوظ هو قلماً نجدها في النوع الأول، في مقابل كثيراً ما نجدها تؤثر سلباً وتحرض على الانحراف.

وهذا ليس حكم قيمة وإنما حصيلة الباحثين والمهتمين بعلم النفس وعلم الاجتماع لنتيجة التأثير السلبي لوسائل الإعلام، وتدعيماً لذلك: «أن موضوع التأثير السلبي لوسائل الإعلام لا سيما التلفزيون والسينما يثير جدلاً كبيراً بين المهتمين بهذا الموضوع وعلى وجه الخصوص علماء النفس والاجتماع... ويكاد يكون من المسلم به أن التأثير السلبي لوسائل الإعلام يتجلى خصوصاً لدى الأشخاص الذين لديهم الاستعداد للتأثير بالجوانب السلبية التي تبثه وسائل الإعلام، بحكم تكوينهم الشخصي وتنشئتهم وظروفهم الاتصالية والحالة النفسية التي يوجدون فيها أثناء تلقيهم للرسالة الإعلامية.

ومن الأمور الصعبة نذكر أن الإعلام أصبح ينافس دور الأسرة والمدرسة، وتماشيا مع ذلك، «ينفق عدد من المهتمين بقضايا التنشئة الاجتماعية على أن وسائل الإعلام، ولا سيما التلفزيون، تلعب الآن دورا معارضا الدور الإيجابي لكل من الأسرة والمدرسة فيما يخص التأثير على الأطفال والشباب. ويشير الخبير الإعلامي «هالوران» إلى أن إحدى الدراسات الميدانية في هذا المجال توصلت إلى نتيجة مرعبة على حد تعبيره. وتتمثل هذه النتيجة في أن 87% من الأطفال في سن الحادية عشرة، الذين شملتهم الدراسة، أعلنوا أنهم يتقنون بالتلفزيون أكثر من تقتهم بأي مصدر آخر. ويضيف: «وعندما سألنا هؤلاء الأطفال: إذا سمعتم قصة من والديكم أو من مدرسكم أو من التلفزيون، فأية رواية تصدقون، أجاب 54% من هؤلاء أنهم يصدقون التلفزيون. هذا ويميل عدد من الخبراء الذين تناولوا بالدرس والتحليل ظاهرة تأثير وسائل الإعلام على السلوك الإنساني إلى تأييد وجهة نظر «هالوران». حيث يرى هؤلاء: «أن الكثير من القيم التي كانت تتمسك بها الأسرة والمدرسة - خاصة في المجتمعات الغربية - أخذت في الإضمحلال لتحل محلها قيم مأخوذة من وسائل الإعلام ولا تستند إلى معايير أخلاقية واجتماعية. وهذه الظاهرة بدأت تغزو بلدان العالم الثالث، بما فيها المجتمعات العربية، حيث بدأ جيل الشباب يفقد تدريجيا المرجعية الثقافية الوطنية وأصبح أكثر تأثرا بما ينقله إليه الإعلام الغربي مما أضعف تمسكه بما يسود مجتمعاته من قيم روحية وأخلاقية ومن عادات وتقاليد..»

ونجد عالم الاجتماع البريطاني جيدنز يتحدث في أشكال الإعلام من حيث التأثير على الجماعة، إذ يعتبر أن «طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة في المجتمع تؤثر في بنية المجتمع أكثر مما يتركه المضمون أو المحتوى أو الرسالة التي تنقلها وسائل الإعلام». كما نجده يضيف أن «وسائل الاتصال في الوطن العربي، مع استثناءات قليلة هي بنت السلطة أو ربيبتها، وهي الأدوات الأساسية للتعبئة السياسية، أو الشحن العاطفي النفسي». وفي أخرى نجد جيدنز يعتبر أن «المواطن العربي مجرد هدف للاتصال الذي يستهدف قولبته في قوالب ذهنية معينة، ذات أبعاد محددة، تزيد من سلبيته، وقلة مشاركته في الحياة السياسية، هذا وإن كانت مشاركته السياسية مطلوبة أصلا أو مرغوبا فيها من قبل النظم الاجتماعية القطرية.

ثانياً: النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام بالنسبة إلى الجمهور: إن الحديث عن النظريات المتعلقة بنوع التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام بالنسبة إلى المجتمع، هو حديث عن نظريات كثيرة ومتنوعة إلى حد امتلاء مجالها العلمي بالعديد من الكتابات القيمة، والمراجع العلمية، التي خصت وهمت نشأتها وتطورها وأنواعها وما إلى ذلك. كما يذهب بنا الحديث عن النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام بالنسبة إلى الجمهور إلى اهتمام علماء الاتصال الجماهيري بها، والاعتراف بعظم أثرها على الجمهور، وتصنيفهم لها من أهم وسائل التأثير على المجتمع. ويصنف الباحثون النظريات الإعلامية على حسب المجال الذي تتصل به، إلى: النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور، والنظريات المتعلقة بالجمهور.

المراجع :

- حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، الطبعة الرابعة، 1977، عالم الكتب، القاهرة.
- سامية محمد جابر، علم الاجتماع العام، الطبعة الأولى 2003، دار النهضة العربية، جامعة بيروت العربية.
- محمد عباس نور الدين، قضايا الشباب في المجتمع المعاصر، الطبعة الأولى 2000، مطبعة فضالة، المحمدية.
- مصطفى حجازي، التنشئة المستقبلية للطفولة العربية من أجل إشباع شراكة عالمية. ندوة المشروع الحضاري العربي، المغرب 4-7 نوفمبر 1993.
- أنطوني جينز، علم الاجتماع، ترجمة: الدكتور فايز الصيّاغ، الطبعة الرابعة، مؤسسة ترجمان، المنظمة العربية للترجمة.
- عبد العزيز حمد عبد الله الحسن، وسائل الإعلام والإعلان.. وصف نظري للعلاقة والتأثير، مجلة عالم الاقتصاد، رقم العدد: 168، 2006.

ويليام ريفرز وتيودور باترسون وجاي جينسون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة: الدكتور أحمد طلعت البشبيشي، الطبعة الأولى، 2005، دار المعرفة الجامعية.
عذراء جمعة، التفاعل والتكامل الاتصالي، جريدة الصباح، التاريخ: الأربعاء 21 فبراير 2009.