

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية المستقبل الجامعة

قسم الاعلام

الاتصال الجماهيري ووسائله

Mass Communication

المرحلة الأولى _ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

أستاذ المادة

د . محمد فياض حسن

٢٠٢١-٢٠٢٢

محتويات المادة الدراسية

رقم الصفحة	الموضوع	ت
٤ - ٣	مفهوم الاتصال ومحدداته الأساسية	.١
٥ - ٤	أهمية الاتصال للفرد والمجتمع	.٢
٨ - ٥	وسائل الاتصال الجماهيري	.٣
١٠ - ٨	العناصر الأساسية لعملية الاتصال	.٤
١٢ - ١٠	وظائف الاتصال الجماهيري	.٥
١٦ - ١٢	مستويات وأشكال الاتصال الجماهيري	.٦
١٨ - ١٦	معوقات الاتصال الجماهيري	.٧
٢٠ - ١٩	خصائص القائم بالاتصال في وسائل الإعلام	.٨
٢٤ - ٢١	الأسس التي تنظم على أساسها الرسالة الإعلامية	.٩
٢٤	مهارات الاتصال الجماهيري	.١٠
٢٦ - ٢٤	تكنولوجيا النظم الرقمية في الاتصال الجماهيري	.١١
٢٦	وظائف الاتصال الرقمي	.١٢
٢٩ - ٢٧	خصائص الاتصال الرقمي	.١٣

أولاً. مفهوم الاتصال الجماهيري :-

١. أقدم تعريفان يشير إلى الاشتقاق اللغوي لكلمة الاتصال (Communicare) باللاتينية بمعنى :-

أ. يشيع أو يجعل الشيء شائعاً وبالتالي فإن الاتصال يتحقق عندما تتوافر مشاركة عدد من الأفراد في أمر ما ونحن عندما نتصل فأنا نحاول أن نشترك في المعلومات والأفكار والاتجاهات .

ب. أن الاتصال هو العملية التي تشيع أو تنشر ما كان قاصراً على فرد واحد بين اثنين أو أكثر ، أقتصر هذان التعريفان على مجرد نقل المعلومات من فرد إلى آخر فيتحقق الشيع والانتشار نتيجة النقل يجعل من الاتصال آحادي الاتجاه من فرد إلى آخر أو آخرين .

٢. بينما أسهم علم النفس بتعريف الاتصال من خلال العلاقة بين المنبه والاستجابة التي تشير إلى الاتصال الهادف أو المقصود الذي يقوم بمقتضاه الفرد (القائم بالاتصال) بإرسال مثير عادة ما يكون لفظياً لكي يعدل من سلوك الآخرين أو كما أشار له آخريين بأن السلوك الاتصالي يهدف الحصول على استجابة معينة (رجع الصدى) من شخص أو أن الاتصال هو الاستجابة المميزة للفرد نحو مثير معين ، وأصبح الاتصال بهذه الرؤيا يعمل في اتجاه دائري من المرسل إلى المستقبل (منبه) ثم رجع الصدى (الاستجابة) من المستقبل إلى المرسل وهذا ما حدى إلى وصف الاتصال بأنه عملية تفاعل (Interaction) بين المرسل والمستقبل من خلال اتجاه المثير والاستجابة ، وكذلك ساهم علم النفس الاجتماعي في التأكيد على التفاعل الاجتماعي في عملية الاتصال من خلال التفاعل بين أطراف هذه العملية من خلال الرسائل في سياقات اجتماعية معينة .

٣. ساهم على اللغة وعلم النفس اللغوي في التعريف بالتركيز على المعنى أو دلالة الرموز بين المرسل والمستقبل في عملية الاتصال حيث ينظر إلى الاتصال كتفاعل أو تبادل للمعاني التي تتفاعل بها الرسائل والأشخاص والثقافات والحقائق لفهم وتفسير حدوث هذه المعاني .

في ضوء الاتجاهات المختلفة للعلوم في النظر إلى عملية الاتصال من خلال منظورها الخاص هناك تعريف حاول التوفيق بينها الاتجاهات وفقاً لما يأتي :- (العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة)ويمكن الوقوف على القضايا البارزة التي يتناولها التعريف وهي :-

أ. يؤكد التعريف على مفهوم العملية في الاتصال وهو ما يعني التغيير والتطور والاضطراد في حركة العناصر في علاقتها ببعضها .

ب. يشدد التعريف على الجانب الاجتماعي في وصف العملية ككل بالخاصية الاجتماعية باعتبارها ضرورة اجتماعية لتلبية حاجات الفرد والمجتمع وتعمل بتأثير القوى الاجتماعية الأخرى في المجتمع وتؤثر فيه .

ت. تقوم الرموز في هذه العملية بدور المنبهات والمثيرات التي يرسلها المرسل لتحقيق استجابات معينة من المستقبل تتفق مع ما يستهدفه المرسل من أهداف وهو ما يتفق مع منظور علم النفس في أن عملية الاتصال هي عبارة عن مثير واستجابة يعملان في علاقة دائرية وليست خطية ، كما أهتم التعريف بالمعنى الذي يستهدفه المرسل ويدركه المستقبل من خلال الرموز المختلفة وهو محور اهتمام علم اللغة وعلم النفس اللغوي أيضاً ، بالإضافة إلى ذلك لم يقصر التعريف عملية الاتصال على الأفراد فقط ولكنه أمتد بها إلى الجماعات والمجتمعات والثقافات من خلال وسائل الاتصال المتعددة والمتطورة وهو ما يشير إلى الأشكال المتعددة للاتصال .

ثانياً. أهمية الاتصال للفرد والمجتمع :-

تظهر أهمية الاتصال في الإجابة على السؤال لماذا نتصل بالغير ؟ خصوصاً فيما يسمى بالاتصال غير المخطط والذي نقوم به جميعاً في حياتنا اليومية سواءً داخل الأسرة أو مع الغير أو في الجماعات الصغيرة أو داخل المجتمع ككل ، في هذه الحالة يصبح تكييف نموذج الدوافع والحاجات الانسانية مدخلا مناسباً لتحديد الأهمية والتي تظهر في الإجابة الجامعة نحن نتصل لتلبية حاجاتنا الانسانية وبالنسبة للفرد يعتبر الاتصال طبيعة وضرورة والفرد يدخل في العلاقات الاتصالية لأنه برغب في بناء العلاقة ببيئته وبصفة خاصة البيئة الانسانية المحيطة به ، ويرى آخر ان الاتصال هو طريق بناء العلاقات فكل يوم نعتمد على قدرتنا في الحديث والاستماع والكتابة والقراءة وملاحظة الرموز والاشارات وبدون هذه القدرات نفقد كثير من انسانيتنا .

في ضوء ما تقدم يمكن تحديد أهمية الاتصال بالنسبة للفرد بما يأتي :-

١. يقوم البناء الاجتماعي داخل الجماعة أو داخل المجتمع على تحديد الدور الذي يقوم به كل فرد داخل هذا البناء وهذا ما يجعل الفرد يشعر بتقديره لذاته داخل الجماعة أو المجتمع .

٢. نظراً لأن العزلة داخل المجتمع تجسد لدى الفرد الإحساس بالخوف فإن الاتصال بالأخرين يساعده على الاقتراب منهم ودعم الإحساس بالأمن

والطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعي والذي يعمل بدوره على دعم الاتصال بالأخرين ويعتبر مظهراً من مظاهر الاتصال وتعبيراً عن قوته .

٣. تظهر أهمية الاتصال للفرد في حاجته الى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تساعد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية .

٤. تظهر أهمية الاتصال للفرد في كونه العملية الأساسية التي يكتسب بها الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي اليه فالفرد يكتسب من خلال الاتصال قيم المجتمع ومعتقداته وينقلها بالتالي الى الآخرين في صورة واخرى في اطار عمليات اجتماعية مثل التنشئة الاجتماعية فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي مع هذا المجتمع.

٥. حاجة الفرد الى التخفيف من عبء الواقع اليومي والهروب منه ما يدفعه الى التعرض الى وسائل الاعلام مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في اطار المحتوى الترفيهي الذي يساعده على ذلك في تحقيق التسلية والترفيه .

أما ما يحققه الاتصال على صعيد المجتمع يمكن تحديده في النقاط الآتية :-

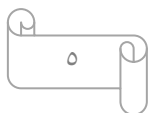
١. يوفر الاتصال للأفراد في المجتمع المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها لتجنبها وحماية المجتمع من هذه الاخطار مما ينعكس في دعم الاستقرار والامن داخل المجتمع وبين أفراده .

٢. يحقق الاتصال الترابط والتقارب بين افراد المجتمع وعناصره و دعم التفاعل بينهم فيؤدي ذلك في النهاية الى تحقيق التماسك الاجتماعي في مواجهة المواقف المختلفة ز

٣. يحافظ الاتصال على الهوية الثقافية للمجتمع بنقل تراثه من جيل الى آخر وتعريف الأجيال الجديدة بهذا التراث الذي يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافي في المجتمع .

ثالثاً. وسائل الاتصال الجماهيري أو (وسائل الإعلام) :-

١. الوسيلة المطبوعة (الصحف والمجلات) :- هي من الوسائل المطبوعة (Print Media) التي تعرف بأنها عبارة عن مساحات من الورق المطبوع بطريقة آلية لنقل الرسائل الاتصالية من القائم بالاتصال أو المرسل الى أعداد كبيرة ومنتشرة من الافراد وتتميز الصحف بكل الخصائص التي تميز الرسائل المطبوعة من حيث أنها مساحات من الورق تطبع آلياً وفي أعداد كبيرة لغرض التوزيع بالإضافة الى شرط الدورية والانتظام في الصدور الذي تنص عليه معظم القوانين والانظمة المنظمة للمطبوعات في العالم وتعد الجريدة



(Newspaper) أقرب التعريفات الى تعريف الصحف الدورية وكذلك المجلة (Magazine) وهي أيضاً مطبوع مغلف يصدر دورياً ويتميز محتواه بالتنوع .

ومن الخصائص الاتصالية التي تتميز بها الصحف والمجلات هي :-

أ. تعدد الصحف والمجلات التي تصل أعدادها بالعشرات توفر للفرد حرية الاختيار من بين ما يتفق مع حاجاته وإمكانياته ، كما توفر للقارئ الحرية في اختيار الرسالة أو المحتوى الذي يتفق مع حاجاته واهتماماته وحرية اختيار الوسيلة المطبوعة .

ب. توفر للقارئ السيطرة على ظروف القراءة فالفرد يقرأ الجريدة أو المجلة أو المطبوع بصفة عامة في الوقت الذي يختاره وفي المكان الذي يراه ويحدد بذاته من أين يبدأ ومتى ينتهي .

ت. توفر الصحف للفرد فرصة تكرار القراءة حيث تنفرد بخاصية سهولة الحفظ والاقتناء وإمكانية الرجوع اليها مرة أخرى وعادة ما تتوفر هذه الخاصية للوسائل الإعلامية الأخرى في ظل التطور الرقمي الجديد .

ث. تصلح الصحف والمجلات لنشر المواد الطويلة والصعبة التي تحتاج تفرغاً من القارئ لعملية القراءة ولذلك يراعى في الصحف بشكل خاص تيسير عملية القراءة لتناسب كل المستويات التعليمية .

ج. تعد الصحف من وسائل الاتصال التي لا يتمثل فيها أي خاصية من خصائص الاتصال المواجهي الذي (سيرد الشرح عنه لاحقاً عند تناولنا لموضوع أشكال أو مستويات الاتصال في المحاضرات القادمة) فالصحف هي من الوسائل غير المباشرة لذلك يقع على القارئ الدور الأكبر في استكمال مقومات الأشكال المختلفة للإدراك من خلال تنشيط خياله وصياغة تفسيراته حتى يتم وضع الرموز في دائرة المعاني والدلالات الصحيحة فهو يعيش وحيداً مع المحتوى المنشور .

ح. كما أن الصحف تعد من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة هي النظر لأنها قادرة على إثارة القارئ بما تقدمه من إيضاح عالي نظراً لكثرة المثيرات التي تقدمها في تفاعلها .

٢. الراديو :- تجاوز الراديو عند ظهوره في العالم الكثير من الصعوبات التي واجهتها الصحف في كثير من المجتمعات مثل حاجز الأمية وتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والوصول الى مسافات بعيدة فضلاً عن تخطيه الحاجز الاقتصادي حيث تنخفض تكاليف إقام المحطات الإذاعية وتكاليف الإنتاج الإذاعي بالإضافة الى الخصائص الأخرى التي يتمتع بها الراديو ووفقاً لما يأتي :-

أ. يعد الراديو من الوسائل التي تخاطب حاسة واحدة وهي الأذن من خلال الصوت الذي ينقل عبر الراديو .

ب. يتفق الراديو مع الصحف في دعم الالفة بين المستمع والمحتوى الذي يستمع اليه بتأثير مناخ الاستماع الذي يتميز بأنه يخلق للمستمع عالماً خاصاً به .

ت. غياب مشاهدة الوقائع والاحداث والاعتماد على ما تنقله الوسيلة يثير خيال المتفرج الى رسم الصورة الغائبة وبالتالي نجد أن المستمع يستغرق في المادة التي يستمع اليها مما يؤدي الى زيادة تأثيرها بالنسبة له .

٣. التلفزيون والسينما :- تعتمد هذه الوسائل على الصوت والصورة معاً وتتميز تقنياتها بضرورة مشاركة المتلقي في استكمال عناصر الفكرة بتأثير الإدراك البصري للمشاهد ، أو الإدراك العقلي لترتيب الوقائع والاحداث وحركة الشخصيات لذلك فأنهما يعتمدان على مشاركة أكبر من المتلقي بالنسبة للراديو أو الصحف ، ويختلف التلفزيون عن السينما في انه يحقق مزيداً من الالفة مع الشخصيات والمواقف نظراً لصغر الشاشة واقتربها من المشاهد وظروف المشاهدة التي توفر قدرة أكبر من خصائص الاتصال المواجهي كما يختلف التلفزيون عن السينما في ظروف المشاهدة التي تختلف في المنزل عنها في قاعات العرض بتأثيراتها .

٤. الإنترنت :- هي وسيلة إعلامية مهمة في الوقت الراهن ، وذلك لعالميتها وسهولة استخدامها فضلاً عن غزارة المعلومات وتنوع مصادرها ، كان أول اتصال جرى بين جهازي حاسوب قام به البروفيسور ليونارد كلينروك عام ١٩٦٩م في الولايات المتحدة الأمريكية ، وأرسلت أول رسالة إلكترونية من جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس إلى معهد الأبحاث في جامعة ستانفورد في مدينة سان فرانسيسكو، وأول من استخدم هذه التقنية الجديدة هي وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) ؛ وذلك بربط حاسباتها بعضها مع بعض لتبادل المعلومات العسكرية ، وفي عام ١٩٧٩م ظهرت اليوزنت [Usenet] وهي الشبكة التي تُعنى بتبادل الأخبار والأحداث ، وفي عام ١٩٨٢م نشأت شبكة المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية التي قامت بربط المؤسسات التعليمية والعسكرية ومراكز البحوث بعضها مع البعض ، وفي عام ١٩٨٩م كانت بداية الإنترنت وتطوير الشبكة العالمية للمعلومات التي ضمت معلومات هائلة مفتوحة لجميع مُشتركي الإنترنت ، ووصل عدد المستخدمين لشبكة الانترنت وفق توقعات المختصين الى اكثر من مئة مليار شخص خلال العام ٢٠١٠ وهناك تزايد مستمر ، وبذلك يعد الحاسب الآلي من أهم مصادر التعلم

حالياً وينظر الى الانترنت على أساس أنه الوسيلة الأهم والأكثر فاعلية في عملية التفاعل والاتصال المحلي والعالمي والانترنت هي نتاج اجتماع التقنية والمعلومات ثم أنها في حقيقتها وسيلة تواصل بين الشبكات ، ففي الوقت الذي يشهد العالم الآن انفجاراً اتصالياً أو ثورة اتصالية ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد والمجتمعات ، فالإنسان الآن لا يتصل بمعاصريه فحسب بل بالأجيال الآتية عبر ما يحفظه لهم من معلومات وتراث .

رابعاً. العناصر الأساسية لعملية الاتصال :-

١. الرسالة (Message) :- هي الوعاء الذي يحوي عدداً من المعاني أو الأفكار ينقلها المرسل أو القائم بالاتصال إلى الطرف الآخر (المستقبل) ويتم التعبير عن هذه المعاني والأفكار من خلال الرموز اللغوية أو اللفظية أو من خلال الرموز غير اللفظية أو من خلالهما معاً ، وقد تشمل الرسائل في الصحافة على الأخبار والمقالات والتقارير والمقابلات الصحفية والعمود الصحفي والدعاية والإعلان وكل الفنون الأخرى الصحفية التي تتضمنها الصحف أما في مجال الإذاعة والتلفاز فتشمل نشرات الأخبار ومواجيزها والبرامج بكل أشكالها والتقارير وحتى الدراما الإذاعية والتلفزيونية والدعاية والإعلانات .

٢. العنصر الثاني في عملية الاتصال هي الوسيلة (Channel,Mediem) التي يتم من خلالها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وهذه الوسيلة تختلف في خصائصها وإمكانياتها باختلاف الموقف الاتصالي وحجم المتلقين وانتشارهم وحدود المسافة بين المرسل والمتلقين ، والوسائل في مجال الإعلام هي (الجريدة أو الصحيفة والإذاعة والتلفاز فضلاً عن وجود وسيلة الانترنت التي تعده العديد من دول العالم وسيلة اتصال).

٣. المرسل (Sender):- أو القائم بالاتصال (Communicator) وهو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها ويكون المصدر فرداً آخر كما يظهر واضحاً في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها (القائمين بالاتصال) بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو أعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين ، وفي الحالة الأخيرة فإنه من الأفضل الفصل بين مفهوم المصدر (Source) والقائم بالاتصال (Communicator) وبصفة خاصة في مجال الإعلام كعنصر سابق للقائم بالاتصال ، أما إذا كانت هذه المعلومات أو الأفكار أو الآراء هي نتيجة المشاهدة والملاحظة التي قام بها القائم بالاتصال نفسه أو أن الآراء هي نتيجة

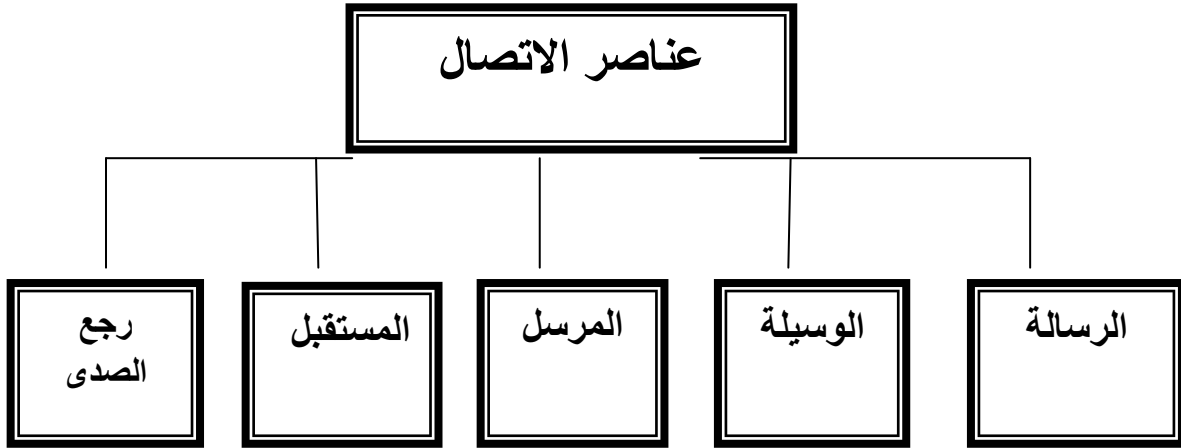
اجتهاده في تفسير الوقائع والأحداث أو رؤيته للموجودات البيئية التي يتعرض لها وتفسيره لحركتها في هذه الحالة فإن القائم بالاتصال أو المرسل يكون هو نفسه المصدر أيضاً في عملية الاتصال ، ويكون القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية هو (في الصحف المحرر بكل تخصصاته السياسية والاقتصادية والرياضية والفنية والعلمية والاجتماعية والدينية ..الخ ومدير التحرير ومدير الأخبار ورسام الكاريكاتير) أما في الإذاعة والتلفاز فهو(المذيع ومقدم البرنامج ومدير الأخبار والمحرر والممثلين والمخرج فضلاً عن الجهات الساندة الأخرى منهم المصورين ومهندسي الصوت والديكور والماكيناج والإنارة ومهندسي البث والاتصالات والجغرافيك وكتاب السيناريو ومعدّي البرامج كذلك المندوب أو المراسل) يعد قائماً بالاتصال داخل المؤسسة لأنه يشكل رافداً من روافد المعلومات فهو يتحمل مسؤولية أيضاً بذلك .

٤. **المستقبل (Receiver) أو المتلقي أو الجمهور (Audience) :-** وهو الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعنى في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها خلال عملية الاتصال وهذه العناصر الثلاثة تمثل الحد الأدنى اللازم لوصف العملية بأنها عملية اتصالية تقوم بدورها بالنسبة للفرد والمجتمع ، وكانت هذه العناصر هي التي اهتمت بها الأدبيات القديمة للفكر الاجتماعي عند أرسطو في تحقيق الخطبة (الرسالة) أهدافها بين الناس وما تتطلبه من مهارات عند كل من الخطيب (المرسل) أو الجماعة (المستقبل) .

٥. **أما العنصر الخامس هو (رجع الصدى) (Feed Back) (ويرتبط بالمرسل بأنه عندما يصيغ رسالته في محتوى ما ويرسلها إلى المستقبل فإنه يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من العملية الاتصالية ويتوقع من المستقبل رد فعل (Reaction) أو استجابة (Response) تترد مرة أخرى إلى المرسل بشكل من أشكال التعبير ويدخل في ذلك التعبيرات غير اللفظية مثل إيماءات الوجه أو الإشارات أو تعبيرات الوجه ... وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل للرسالة سواء كان رد الفعل إيجابياً يتفق مع أهداف المرسل أو سلباً يتعارض مع هذه الأهداف وهذا ما يطلق عليه في العملية الاتصالية (التغذية العكسية أو المرتدة أو الراجعة أو ما يسمى رجع الصدى (Feed Back) .**

العناصر الخمسة السابقة الذكر هي التي تتوافر في أية عملية اتصالية سواء أكانت بين الأفراد أو بين فرد وآخرين تحقيق هدف ما (توجيهي أو أرشادي ، أقماعي ، تعليمي ، تثقيفي ، تسليية ، إخبار ..الخ) فيبدأ في تحويل هذه الفكرة أو المعنى المراد توصيله إلى رسالة ذات محتوى يتكون من الرموز اللفظية أو الوحدات اللغوية (الكلمات والجمل والعبارات) ، أو يعبر عنه بالرموز غير

اللفظية مثل الصورة أو الرسوم أو الموسيقى أو الإيماءات أو الإشارات والحركة وغيرها ، وتعد هذه الرسالة مثيراً (Stimulant) بالنسبة للمستقبل عندما تصل إليه فيستجيب لها بشكل أو آخر يتفق مع تفسيره للرموز وإدراكه للفكرة أو المعنى لفي إطار خبرته وتجربته الخاصة ونتيجة لهذه الاستجابة فإنه يقوم بصياغة نتيجة الاستجابة التي توضح أثر الرسالة في رسالة أخرى مرتدة أو راجعة إلى المرسل (رجع الصدى) يقوم المرسل بناءً عليها بتقييم أثر الرسالة ونتائج عملية الاتصال ووفق الشكل الآتي :-



خامساً. وظائف الاتصال الجماهيري :-

يعد الاتصال الجماهيري احد اشكال عملية الاتصال التي تسهم في تحقيق هذه الوظائف او تلبية الحاجات في اطار عناصرها وخصائصها المتميزة ، فوظائف الاتصال الجماهيري هي الإعلام أو الإخبار ثم الشرح والتفسير لما ينشر من أخبار ثم الدعاية والتعليم والتنشئة الاجتماعية واخيراً التسويق والإعلان فالتسلية والترفيه وهذه الوظائف تعتبر قاسماً مشتركاً في أدبيات الاتصال الجماهيري ، الا انه من خلال الممارسات التي تمت خلال فترة تطور المفهوم والوسائل أمكن تحديد الوظائف في أطر عامة بالنسبة للقائم بالاتصال أو أجهزة السلطة من خلال الاستخدامات المتعددة خلال فترى النشأة والتطور ، وتتلخص الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام فيما يأتي :-

١. الإعلام أو الإخبار :-

تعد هذه الوظيفة الأولى التي نشأت من أجلها الصحف عند ظهورها وتطورت حيث كانت الصحف تهتم بداية بأخبار الحروب والموانئ والحركة التجارية والأسواق وإعلام الناس بها ، وتمثل هذه الوظيفة أساس كل الوظائف الخيرية ، حيث يعد الخبر المادة الخام الذي يتم من خلاله بناء الشرح والتفسير والتعليق ثم الإرشاد والتوجيه ... الى آخره ، وقد عرّف الخبراء الاعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، وأهم ما يميز الاعلام هو الصدق والموضوعية حيث يستهدف الاعلام تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية وتعتمد الاقناع في هذه الوظيفة على تقديم الحقائق والعرض الموضوعي لها .

٢. الدعاية :-

تبلورت هذه الوظيفة من خلال استخدام وسائل الإعلام في تحقيقها خلال المدة ما بين الحربين العالميتين الأولى والثانية وما بعدها خلال الحرب الباردة ، وتستهدف الدعاية استمالة الجماهير الى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء بشكل عمدي و مقصود وإن كانت لا تعتمد في سبيل تحقيق ذلك على الحقائق وحدها ولكنها تحاول التأثير في الميل السلوكي لهذه الجماهير بوسائل عديدة منها مخاطبة العواطف والغرائز والمصالح لتحقيق أهداف ترى السلطة أو القائم بالاتصال عدم مشروعيتها أو صعوبة الإقناع من خلال الحقائق وحدها ، لذلك تعرف الدعاية بأنها الجهود المخططة التي تستهدف التأثير في اتجاهات أو آراء الغير ليكون في الجانب المؤيد والموالي لها ، وذلك من خلال توظيف عدد من القوى الضاغطة على الفرد لتغيير آرائه أو توجيه سلوكه الى الاتجاهات المستهدفة .

٣. التعليم والتنشئة الاجتماعية :-

يدخل في إطار هذه الوظيفة أكساب الأفراد المهارات الاجتماعية وتعريفه بالخصائص الثقافية للمجتمع والتأكيد عليها منذ الصغر وخلال مراحل حياته حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي والإجماع حول الرموز والأهداف الوطنية وكذلك التمسك بالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية التي تحدد هوية المجتمع وتجعل الفرد يكتسب هذه الهوية ، ذلك بجانب الأهداف التربوية التي تجعل الفرد يكتسب المعايير الخاصة بتقييم المواقف والأفكار والأشخاص في إطار ما تعلمه خلال مراحل عمره واتخاذ القرار السليم الذي يحافظ على الوحدة مع الآخرين والتمسك بانتمائه الى الجماعة والمجتمع .

٤. الإعلان والتسويق :-

إذا كانت الوظائف السابقة تعد جهوداً مخططة يتم القيام بها دون مقابل مدفوع الى وسائل الإعلام أو مدفوع بشكل مستتر أو خفي في حالة الدعاية فإن الإعلان يعد جهوداً مدفوعة (لعرض الأفكار والآراء وتفسيرها لغرض تسويقها بين الجماهير بجانب استخدامه بشكل واضح في الجهود الترويجية للسلع والمنتجات معتمداً في ذلك على الأستمالات العاطفية والغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد الى السلوك المؤيد للفكرة أو الرأي أو المنتج والسلعة باعتباره هدفاً معلناً من الاتصال الإعلامي .

٥. التسلية والترفيه :-

تتمثل هذه الوظيفة في تقديم التسلية وتهيئة الراحة والقضاء على حالات التوتر الاجتماعي التي قد يمر بها الجمهور كما تساعد على الهروب من مشكلاته اليومية وبذلك توفر حالة من الاسترخاء من خلال مشاهدة المباريات الرياضية او المسلسلات الاجتماعية او برامج التسلية والمسابقات أو متابعة تطبيقات وبرامج الأنترنت المختلفة .. الخ وذلك لشغل اوقات الفراغ فضلاً عن اكتساب الثقافة الحقيقية والمتعة الجمالية ومساعدته على اطلاق العواطف والمشاعر .

٦. المشاركة والتفاعل الاجتماعي :-

تجلى ذلك في الدور الذي يلعبه الأنترنت وتطبيقاته وبرامجه المختلفة كوسيلة إعلامية يمكن وصفها بالعالم الافتراضي والتي تشغل الآن حيزاً مهماً من اهتمامات الجمهور خاصة وأنه يمكن استخدامه عبر تقنيات مختلفة كالحاسوب المكتبي والآيباد والجهاز النقال (الموبايل) وأية أجهزة أخرى بسهولة من خلال توفير القدرة على التواصل المستمر والسريع مع الآخرين من الاصدقاء والاقارب أينما كانوا من خلال التقنيات الرقمية المتقدمة التي وفرها الانترنت لمختلف الشرائح والفئات العمرية ، على الرغم من تحذيرات المختصين من آثاره السلبية على الصحة العامة بسبب استخداماته المفرطة والكثيرة التي قد تمتد لساعات طويلة خلال اليوم الواحد .

سادساً .مستويات وأشكال الاتصال :-

١. الاتصال الذاتي :- هو الاتصال الذي يتم بين الفرد ونفسه في محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص والأشياء والاحداث والمواقف التي يتعرض لها أو حول ما يتلقاه من معلومات أو أفكار أو آراء باعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه استجابة ما في اتجاه ما ، وهذا الشكل من الاتصال هو الذي يسمح

للفرد أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات التي يستقبلها عن طريق حواسه وتقوم في هذه العملية حاستي السمع والبصر أو كليهما معاً التي استقبلت الرموز من طرف آخر بإرسال هذه الرموز باعتبارها رسائل مرة أخرى من خلال الجهاز العصبي الذي يعتبر وسيلة اتصال إلى المخ (المستقبل في هذه الحالة) الذي يقوم بتقييم الرموز وإضفاء المعاني الذاتية عليها فيعطي أوامره إلى الجهاز الحركي أو حواسه مرة أخرى للقيام باستجابة معينة تتفق مع المعاني التي قام المخ بتفسيرها ، وبتطبيق هذا المثل على الاستماع إلى المحاضرة مثلاً فإن الفرد يستقبل المعلومات بواسطة الأذن حيث تقوم الأذن بإرسالها إلى المخ الذي يقوم بتقييمها وتفسيرها (أدراك) وفي هذه الحالة فإن المخ أما أن يقوم باختزانها أو تقوم هذه المعلومات باستثارة خبرة أخرى مخزنة تشير إلى الاعتراض على هذه المعلومات فيعطي المخ أوامر إلى اليد للارتفاع (رجع الصدى) إشارة إلى أبداء الرغبة في الاعتراض على هذه المعلومات أو حتى تأييدها من خلال الخبرة المخزنة .

٢. الاتصال المواجهي (Face to Face Communication) وهو

الاتصال الذي يكون على شكل مواجهي بين الأفراد سواء كان بين فردين أو بين فرد وآخرين لذلك ينقسم إلى الأشكال الفرعية الآتية :-

أ. الاتصال الشخصي (Interpersonal Communication) الذي يتم بين فرد وآخر خلال أية عملية من العمليات التي تتم في حياتنا اليومية داخل الأسرة أو بين الزملاء أو بين الأصدقاء ..إلى آخره ، ويتم بين الأفراد مباشرة أو من خلال وسائل الاتصال السلوكية واللاسلكية مثل (الهاتف والموبايل الجوال أو الفايبر و عبر السكايب أو الياهو ماسينجر) أو من خلال الخطابات أو المحررات المكتوبة على سبيل المثال مثل (الفيس بوك أو الرسائل) .

ب. الاتصال بالجماعات الصغيرة (Micro Group Communication)

يتم بين فرد وآخرين أو مجموعة من الأفراد مثل الفصل الدراسي ، حلقات النقاش ، الاجتماعات ، الندوات المحدودة ... وما شابه ذلك حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي ويغلب على هذا الشكل من الاتصال الطابع الرسمي والتنظيمي أكثر من الاتصال الشخصي ، ومميزات هذه الشكل من الاتصال هو :-

(١) تزداد ثقة الأفراد فيمن يعرفونهم ويقابلونهم وجهاً لوجه وبالتالي يكون احتمال تأثير المرسل أو القائم بالاتصال أكبر .

(٢) يترتب على ذلك إضافة إلى تأثير المرسل أو القائم بالاتصال إلى تأثير الفكرة أو الرسالة ورموزها فيزيد الأثر العام للاتصال في الاتجاه المؤيد لموضوع الاتصال .

(٣) يتميز الاتصال في هذه الحالة بالتفاعل وتبادل الأدوار مما يعكس خاصية الاتصال في اتجاهين أو الاتصال الدائري وبالتالي يمكن الكشف عن رجوع الصدى ورجع الصدى المتبادل والتعرف على الاستجابات بشكل فوري .

(٤) يتميز الموقف الاتصالي بالمرونة حيث يمكن تعديل الرموز أو الرسائل بما يتفق والاستجابات الفورية التي تحدث أو نتائج التفاعل الاتصالي وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق أهداف العملية الاتصالية .

(٥) عادة ما تكون السيطرة على الموقف الاتصالي في يد المرسل أو المنظم في هذه الأشكال من الاتصال وبالتالي يرتبط استمرار الاتصال أو عدم استمراره بتقييمه للموقف الاتصالي أو حركة عناصره من جانب وتقديره لمدى تحقيق الأهداف من جانب آخر .

٣. الاتصال الجمعي: (Group- Macro Group Communication) يعكس هذا النوع من الاتصال كبر حجم المشاركين في الاتصال وبصفة خاصة جماعات المتلقين أو المستقبلين قياساً إلى الاتصال بالجماعات الصغيرة بالإضافة إلى أن أعضاء هذه الجماعات يتفاعلون مع بعضهم أو مع آخرين رغم الكثرة حيث يسود التأثير الانفعالي أو العاطفي (Emotional Manner) ، وذلك مثل لقاءات المرشحين مع مواطني الدوائر الانتخابية ويظهر انتقال الأثر بطريقة العدوى بين الأفراد وهو ما يميز السلوك الجمعي (التظاهرات بشكل عام) ، ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه عال ولكن في حدود التجمع القائم كما يتميز أيضاً بوحدة الاهتمام (التظاهرات لإلغاء رواتب البرلمانيين) والمصلحة أو الالتقاء حول الأهداف العامة بالإضافة إلى أن أعضاء الجماعة يجمعهم تنظيم داخلي وإن كان غير رسمي بعكس الجماعات الصغيرة كما تتميز هذه الجماعات بارتفاع مستوى الوعي بين أفرادها وعادة ما يتم هذا النوع في أماكن التجمعات أو تلك التي تقام خصيصاً لهذه الأغراض .

٤. الاتصال الجماهيري: (Mass Communication) يتميز هذا النوع من الاتصال بالتعدد والضخامة حيث يتحول الفرد المرسل أو القائم بالاتصال إلى مؤسسات تضم عدداً من الأفراد المحترفين لإعداد وصياغة الرسائل الاتصالية المتعددة والمتنوعة التي ترسل إلى أعداد كبيرة جداً من المتلقين المنتشرين من خلال الوسائل الآلية أو الإلكترونية لإحداث تأثيرات متنوعة في هؤلاء المتلقين ،

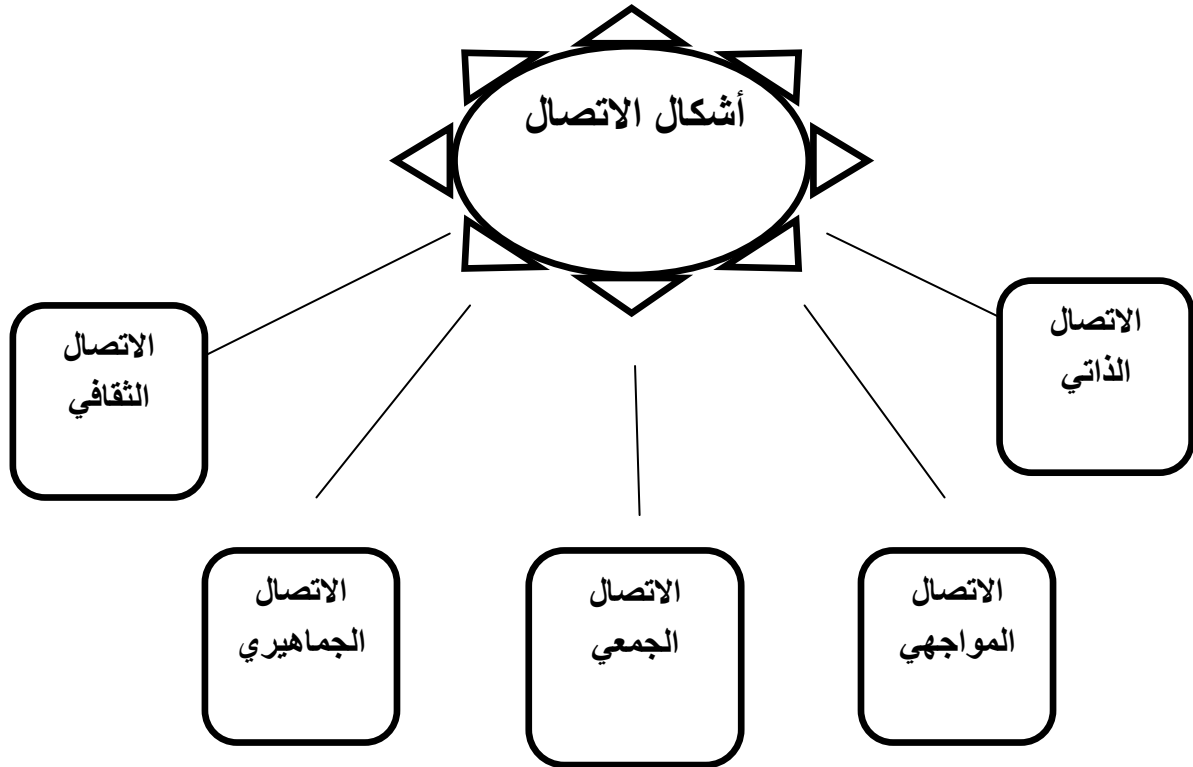
وأهم ما يميز جمهور المتلقين في هذا النوع من الاتصال هو ضخامة الحجم وانتشاره وعدم تجانس خصائص أعضائه بالإضافة إلى عدم معرفة القائم بالاتصال بهم ، ويمكن التمييز بين خمس مراحل أساسية تشكل عملية الاتصال بال جماهير ووفقاً لما يأتي :-

- أ. القائمون بالاتصال المحترفون يقومون بصياغة أنواع عديدة من الرسائل تقدم في النهاية إلى فئات متباينة من الجمهور لأهداف مختلفة .
- ب. يتم بث هذه الرسائل فورياً وبشكل مستمر من خلال الوسائل الآلية والالكترونية (صحف ، برامج ، أفلام ..الخ)
- ت. الرسائل تصل إلى عدد كبير من المتلقين المنتشرين الذين يتعرضون لهذه الوسائل بطرق انتقائية .
- ث. يفسر أعضاء جمهور المتلقين الرسائل التي اختاروها من خلال دلالات المعاني التي تعكسها خبراتهم التي تتفق في كثير أو قليل مع دلالات القائم بالاتصال .
- ج. نتيجة لهذا يحدث التأثير بطريقة أو بأخرى ومن ذلك أن هذا الاتصال له بعض التأثير .

في ظل مرحلة التطور التقني وعصر الفضاء المفتوح الذي بدأ خلال العقد الأخير من القرن العشرين أضحت هذا الشكل من الاتصال يتم بشكل دائري (ما بين المرسل والرسالة والوسيلة والجمهور التلقي ثم التغذية الراجعة ورجع الصدى لتعود إلى المرسل مرة أخرى) وهكذا في ظل توفر الإمكانيات الحالية للتواصل الجماهيري عبر مختلف وسائط الاتصال الهاتفي والالكتروني .

هـ. الاتصال الثقافي (Intercultural Communication) يتجاوز الاتصال الثقافي حدود الاتصال الجمعي والجماهيري ذلك أن عملية الاتصال الثقافي تنتقل إلى خارج حدود الدول والشعوب وثقافتها إلى دول وثقافات أخرى أما بغرض التبادل أو التفاعل بين الثقافات أو التأثير في الثقافات الأخرى والذي يرتبط بمفاهيم مستحدثة في أدبيات الإعلام المعاصر مثل الغزو الثقافي أو الهيمنة الثقافية أو التبعية الثقافية وغيرها من مفاهيم عديدة فرضت نفسها في الخطاب السياسي والاجتماعي للدول توضح حدود تأثير عملية الاتصال الثقافي . لذلك أصبح مفهوم الاتصال الثقافي لا يعكس فقط العمليات الاتصالية التي تتم داخل البيئة الثقافية أو المجتمع الواحد عندما تكون الاختلافات الثقافية بين فئاته حادة بحيث تقوم في النهاية بالمحافظة على التماسك الاجتماعي بين أفرادها مهما اختلفت العادات والتقاليد أو اللهجات بل أصبح يعكس أيضاً العمليات التي من شأنها تيسير التفاعل مع الشعوب الأخرى لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية

معينة وتلعب الوسائط المتطورة للاتصال بالجماهير مثل الأقمار الصناعية دوراً كبيراً في هذا المجال وفي وقتنا الحاضر أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي تواجداً أوسع عبرنا بها كل الحدود وأصبح التواصل ليس له حدود بين الشعوب والثقافات المختلفة ، فضلاً عن ذلك فإن الاتصال الثقافي يتم أيضاً من خلال مواطني الدول أنفسهم الذين تفاعلوا مع ثقافات أخرى في فترة من حياتهم مثل المهاجرين الوافدين من أنماط ثقافية معينة أو المواطنين الذين ولدوا في الخارج أو تأثير التعليم الموازي الذي تتبناه جاليات وإرساليات أجنبية في الدولة وغيرها من الأشكال والأنماط التي أصبحت تصنف الاتصال الثقافي في إطار الضرورات التي تفرضها خصائص العصر .



سابعاً. معوقات عملية الاتصال :-

١. عملية الترميز (Coding) :- هي عملية عقلية معرفية يقوم بها كل من المرسل والمستقبل لضمان التعبير السليم لهذه المعاني أي (تعبير سليم من المرسل يعقبه تفسير سليم من المستقبل) فالفرد خلال حياته اليومية يتعرض للعديد من الرسائل الاتصالية سواءً من خلال الملاحظة أو المشاهدة أو التعرض إلى التجارب

الحياتية المختلفة أو مصادر المعرفة وغيرها من المصادر التي تشكل خبرة الفرد أو تجربته خلال مراحل حياته وهذه الرسائل عادة ما يكون قد تم صياغتها في رموز معينة مثل الرموز اللفظية (كل ما يتعلق باللغة من الكلمات والجمل والمفردات اللغوية التي اكتسبت المعنى والدلالة نتيجة تطور الإنسانية وتراكم خبراتها بحيث أصبحت دالة عن معاني معينة ، وكذلك الرموز غير اللفظية مثل الحركات والأفعال والإشارات وأصوات الآلات والموسيقى... الخ ، وتكتسب أيضاً المعنى والدلالة من خلال الخبرة المشتركة داخل الجماعات أو المجتمعات ، وعندما يتعرض الفرد إلى الرسائل المتعددة في حياته اليومية والتي يتم التعبير عنها أيضاً برموز متعددة يبدأ بتحويل هذه الرموز إلى معان تسمى (Decoding) حتى يمكنه فهم الرسائل والاستجابة إليها وهو في مرحلة تالية عندما تكون لديه فكرة أو معلومة يرى إرسالها إلى الغير فإنه يقوم بصياغة رسالة معبرة عن هذه الفكرة أو المعلومة من خلال اختبار الرموز التي تعبر عن المعنى المراد توصيله ووضع هذه الرموز في بناء (Encoding) لغوي أو لفظي أو يختار رموزاً أخرى غير لفظية للتعبير يضعها في رسالته الموجهة إلى هذا الفرد الآخر .

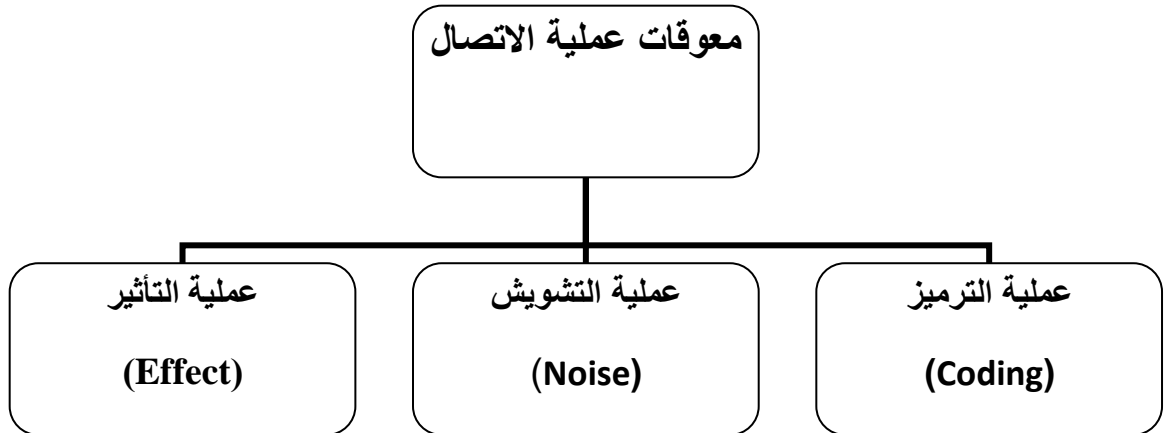
ومن جهة أخرى فإن الفرد (المستقبل) يبدأ عند استقباله لهذه الرسالة في محاولة لتفسير رموز الرسالة التي أستقبلها (عبر وسيلة ما) لفهم المعنى وإدراكه أي أنه يقوم بتحويل الرموز إلى معاني (Decoding) وبناءً على إدراكه للمعنى فإنه يبدأ في صياغة رسالة أخرى إلى المرسل تعبر عن استجابته للرسالة التي وصلت إليه ويبدأ أيضاً في اختيار الرموز المعبرة عن المعنى المراد توصيله إلى المرسل كرد فعل أو استجابة لرسالته الأصلية ووضع هذه الرموز أيضاً في بناء وشكل يفيد في تأكيد المعنى (Encoding) .

وتعد عملية الترميز من العمليات العقلية التي يقوم بها أطراف الاتصال فيما يتعلق باختيار مفردات اللغة التي تعبر عن المعنى أو إدراك المعنى و تتأثر هذه العملية بجوانب أخرى اجتماعية ونفسية .

٢. التشويش (Noise) :- يعني التشويش بشكل عام عدم وضوح الرسالة وعدم القدرة على تفسيرها لأسباب عديدة قد ترتبط بألية أو ميكانيزم عملية الإرسال أو الاستقبال أو تأثير المناخ والبيئة المحيطة .. الخ ، لأنه في علوم الاتصال الإنساني فإننا يمكن تعريف التشويش بأنه عدم أدراك المستقبل للرسالة بنفس المعنى الذي يقصده المرسل ، وهذا التعريف يشير إلى أن التشويش يمكن أن يكون بتأثير عوامل عديدة أو أحدها تؤدي إلى عدم قدرة المستقبل على تفسير رموز الرسالة الاتصالية وإدراك المعنى على الرغم من وصول الرسالة واضحة سواء كانت مرئية أو مسموعة وذلك لأسباب أو عوامل تعود إلى كل عنصر من عناصر الاتصال (السابقة

الذكر) على حدة أو عنصرين أو أكثر أو بتأثير عوامل خارجية أخرى مثل التشويش البيئي (ربما أصوات وضوضاء الشارع والسيارات وحركة الناس) الذي يمنع أطراف الاتصال من استلام الرسائل الاتصالية أو استلامها بشكل منقوص ، وهناك الكثير من الأسباب التي تمنع أطراف الاتصال من إدراك معنى الرموز في الرسائل الاتصالية تصدرها المشكلات الخاصة بدلالة الرموز أو مشكلات الإعراب في بناء المفردات اللغوية أو عدم القدرة على تنظيم الأفكار وترتيب المعلومات في بناء الرسالة وكذلك التشويش الذي يحدث بتأثير العوامل الاجتماعية والنفسية على أطراف الرسالة .

٣. **التأثير (Effect) :-** يقصد بها حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من المستقبل أو المتلقي ولا يكفي حدوث التغذية العكسية أو المرتدة أو رجوع الصدى أثناء عملية الاتصال حتى نقول أن عملية الاتصال قد حققت الهدف وذلك لأن رجوع الصدى في هذه العملية لا يعني سوى استمرار عملية الاتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل أو القائم بالاتصال والمستقبل أو المتلقي فيما يتمثل التأثير أبعد من رجوع الصدى الفوري حيث يتمثل مثلاً في اكتساب المعلومة أو الاقتناع بالفكرة أو الرأي أو اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المرسل أو القيام بأنماط سلوكية تشير إلى حدوث الأثر بحيث يسهل الكشف عنه وقياسه ، كما ولا يشترط حدوث الأثر بشكل فوري بل أنه قد يكون محصلة عمليات معرفية ونفسية واجتماعية عديدة تختلف في تأثيرها من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى مما يؤدي إلى حدوث الأثر بنسب متفاوتة بين الأفراد المتلقين أو عدم حدوثه نهائياً بين آخرين أو تحقيق سلبي لا يتوقعه المرسل أو القائم بالاتصال نهائياً لكنه في النهاية محصلة تفاعل عوامل وعمليات عديدة فردية واجتماعية ، وتعتبر عملية الترميز أساس عمليات الإدراك التي تعتبر المرحلة الأولى في عمليات حدوث الأثر التي تمر أيضاً بمراحل تبدأ من الاهتمام بموضوع الاتصال حتى تصل إلى تحقيق الاستجابة الموائية لاتخاذ القرار السلوكي الذي يتفق وأهداف المرسل أو القائم بالاتصال .



ثامناً. خصائص القائم بالاتصال في وسائل الإعلام :-

ليس هناك نموذج موحد لعدد من الخصائص التي يمكن أن ترسم صورة القائم بالاتصال وعناصرها في علاقتها بالمحتوى أو اقتناع المتلقي إلا أن هناك عدداً من البحوث أجريت على بعض الخصائص وبصفة خاصة الخصائص والسمات العامة مثل الدخل والنوع والطبقة .. وغيرها وكذلك الخصائص أو السمات الفكرية أو العقائدية التي تؤثر على مصداقية القائم بالاتصال وثقة المتلقي فيما يقوله أو ينشره ، ويعد الإحساس بالذات الذي ينعكس على ثقة الفرد بنفسه وتقديره لذاته محصلة أو نتيجة لقدرة الفرد والمجتمع على تلبية حاجات عديدة يتصدرها إحساس الفرد بالأمن بأشكاله وصوره المتعددة والذي ينتقل بالفرد إلى مناطق القدرة على التعبير والمشاركة في صنع القرار ، وقديماً أهتم (أرسطو)^(١) بخصائص المصدر بدلاً من الرسالة وقال ان القائم بالاتصال المؤثر يجب أن يكون مرغوباً بالإضافة الى الاحساس بالموضوع وأهميته بجانب الخصائص الذهنية وأكد (ميكافيلي)^(٢) على أهمية السلطة بالنسبة للقائم بالاتصال وقسم من درس الاقناع من الباحثين خصائص القائم بالاتصال الى ثلاث اتجاهات أساسية شملت المصداقية (Credibility) والجاذبية (Attractive) والقوة (Power) نستعرضها وفقاً لما يأتي :-

١. المصداقية (Credibility) :-

يعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما الخبرة (Expertise) وزيادة الثقة في القائم بالاتصال (Trustworthiness) ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال بالإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها وهذه تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة والذكاء والانجاز المهني والمركز الاجتماعي والشخص الخبير وهو الذي يمتلك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع ، فيما يشير عنصر الثقة الى ادراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل

(١). هو أرسطو طاليس فيلسوف يوناني، تلميذ أفلاطون ومعلم الإسكندر الأكبر، وواحد من عظماء المفكرين، تغطي كتاباته مجالات عدة، منها الفيزياء والميتافيزيقيا والشعر والمسرح والموسيقى والمنطق والبلاغة واللغويات والسياسة والحكومة والأخلاقيات وعلم الأحياء وعلم الحيوان ، ولادته كانت بتاريخ ١٩ يونيو ٣٨٤ ق.م، ستاغيرا، اليونان ووفاته بتاريخ ٧ مارس ٣٢٢ ق.م، خالكيدا، اليونان .

(٢). هو نيكولو دي برناردو دي ماكافيلي كان مفكراً وفيلسوفاً سياسياً إيطالياً إبان عصر النهضة، أصبح مكافيلي الشخصية الرئيسية والمؤسس للتنظير السياسي الواقعي، والذي أصبحت فيما بعد عصب دراسات العلم السياسي ، ولادته كانت بتاريخ ٣ مايو ١٤٦٩م في فلورنسا الإيطالية ووفاته فيها أيضاً بتاريخ ٢١ يونيو ١٥٢٧م .

موضوعي ودون تحيز وهو في هذه الحالة لن يجني شيئاً لقبول المتلقي توصيات الرسالة ، والمصدر الموثوق يميل الى تقديم معلومات موضوعية عما يمكن ان يحدث في العالم الحقيقي وبالتالي فإن التوصيات التي تقوم على هذه المعلومات يمكن تصديقها .

٢. الجاذبية (Attractive) :-

نظراً لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعياً فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل (Similarity) والمودة (Familiarity) وكذلك الحب (Liking) وذلك بناء على الفرض القائل بأن المصدر أو القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيراً عن الشخص المحايد أو الذي ليس له الجاذبية في عملية الاقناع فنحن ننجذب عادة الى الاشخاص الذين يشبهونا ونتأثر بهم عن الاشخاص الذين يختلفون عنا ويشمل التشابه في الخصائص الديموغرافية او الاجتماعية وكذلك في الخصائص الفكرية أو العقائدية فالمتلقي يميل الى التأثر بالقائم بالاتصال الذي يشاركه خصائصه العامة مثل العمر ، التعليم ، المهنة ، مستوى الدخل ، الدين ، العرق ، مقرر الإقامة حيث يرى المتلقي أنه يمكن التوحد معه لأنه غالباً ما يكون له نفس الحاجات والاهداف .

٣. قوة المصدر (Power) :-

قد لا يملك البعض المصدقية أو الجاذبية ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الافراد وسلوكهم هؤلاء قد يكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبطه للأمور (control) وكذلك أهميته (Concern) بالإضافة الى قدرته على التدقيق والتمحيص وإدراك المتلقي للضبط والسيطرة ، يظهر في قدرة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب وهذا ما يعادل تماماً التأثير بالإذعان وإدراكه لأهميته يظل مرهوناً بقدر اهتمام المصدر برضا المتلقي من عدمه وإدراكه للتدقيق يكون امتداداً لقدرة المصدر على ملاحظة تكيف أو رضا المتلقي .

تاسعاً. الاسس التي تنظم على اساسها الرسالة الاعلامية :-

لا يقف بناء الرسالة الاعلامية عند حدود اختيار الرموز والمعاني فقط ولكن التنظيم ترتفع أهميته في التعليم وأن الرسالة التي تنحرف قليلاً عن التنظيم يمكن أن تؤثر في تحقيق هدف تغيير الاتجاهات وحتى الأخطاء النحوية يمكن أن تؤثر في الاتجاه نحو الرسالة نفسها وإن كان تأثيرها محدوداً على التعليم ويرتبط ببناء الرسالة مجموعة من الخصائص تشمل :-

١. تحديد المداخل والبداية :- تعني استخدام الاسلوب المنطقي أو العقلاني أو استخدام الاسلوب العاطفي لان القاعدة لذلك تشير بأن الناس تستجيب للعقل والمنطق ، وأن الناس عقلانيون قد يستجيبون الى الرسائل العاطفية عندما لا تتاح الفرصة للبديل المنطقي أو العقلاني ، وعلى العكس من ذلك هناك اتجاهات ترى أن استخدام المدخل العاطفي بذكاء يؤدي الى نتائج أفضل مثل الرسائل التي تبني على الأفكار الوطنية والاهتمامات الانسانية والحب ومشاعر أخرى ليست عقلانية بطبيعتها .

٢. الخلاصة والنتائج :- ضرورة أن تكون النتائج المطلوب توضيحها للجمهور من خلال الرسالة واضحة ومفهومة بعيدة عن الغموض كي لا تترك للمتلقي عبء الاستدلال أو استخلاص النتائج بنفسه أو ترك هذه المهمة للمتلقي ليدركها ضمناً ، وفي هذه الحالة لا يتوقف الأمر فقط على مدى الوضوح أو الضمنية في عرض النتائج أو خلاصة الأفكار لأن هذا يتوقف على عدة اعتبارات منها مستوى ذكاء المتلقي وارتباط الموضوع بالذات بالإضافة الى العوامل المرتبطة بالمصدر .

٣. استخدام الأدلة :- تستند الرسائل المنطقية بالدرجة الأولى الى وجود الأدلة والشواهد والقرائن والبيانات التي تدعم الأفكار والاتجاهات في موضوع الرسالة ويتلخص استخدام الأدلة في الاعتقاد بأن ذلك يضيف الشرعية على موضوع الرسالة ويتلخص استخدام الأدلة في الاعتقاد بأن ذلك يضيف الشرعية على موضوع الرسالة وبالتالي القدرة على الأتباع .

وبشكل عام هناك بعض التعميمات بالنسبة لاستخدام الأدلة وتأثيراتها تشمل ووفقاً لما يأتي :-

- أ. التقديم الضعيف للرسالة يقلل من قيمة الأدلة المستخدمة
- ب. استخدام الأدلة المألوفة يقلل من قيمتها
- ت. استخدام الأدلة مع المتلقين الأكثر ذكاءً وتعليماً يكون ذا فاعلية أكثر
- ث. يتأثر استخدام الدليل بصورة القائم بالاتصال لدى المتلقي وادراكه عن مصداقيته
- ج. الأدلة التي تقوم على حقائق محددة أكثر فاعلية من تلك التي تقدم حقائق غير محددة

٤. عرض جانب واحد أو جانبي الموضوع أو الفكرة :- المقصود بجانب واحد هو الجانب المؤيد وعرض الجانبين يعني تقديم كل من الجانب المؤيد والمعارض وفي الحالة الأخيرة يترك للمتلقي اتخاذ الرأي أو الاتجاه الذي يتفق وتقييمه للجانبين والحجج او الأدلة المؤيدة لكل منهما ، وهذه الحالة تقترب كثيراً من فكرة وضوح النتائج أو فكرة النهايات المغلقة أو المفتوحة في محتوى التقارير الإخبارية فالحالات الأخيرة تتفق جميعها وهي عرض الجانبين وتضمنه النتائج والنهايات المفتوحة تتفق جميعها في أنها تناسب المتلقي الأكثر ذكاءً وأكثر تعليماً وقد أشر الباحثين التعميمات الآتية عنها وفقاً لما يأتي :-

أ. عندما يكون من المتوقع تعرض جمهور المتلقين الى رسائل دعائية مضادة فإن عرض جانبي الموضوع يصبح أكثر فاعلية .

ب. عندما لا يتفق جمهور المتلقين أصلاً مع وجهة نظر القائم بالاتصال فإن الاكتفاء بعرضها لا يصلح في هذه الحالة ويفضل عرض وجهة النظر المتعارضة الأخرى ، أما إذا كان الجمهور يتفق فعلاً مع وجهة نظر القائم بالاتصال فإنه يمكن الاكتفاء بتقديم الجانب المؤيد فقط بشرط أن لا يكون من المتوقع تعرض الجمهور بعد ذلك للدعاية المضادة .

ت. إذا كانت نية القائم بالاتصال المعلنة هي أقناع جمهور المتلقين باتجاهه أو رأيه وكان اتجاه الجمهور نحو القائم بالاتصال ايجابياً فإنه يمكن الاكتفاء بعرض جانب واحد فقط.

ث. يصبح أيضاً تقديم جانب واحد أكثر فاعلية إذا كان الهدف هو فقط إحداث تغيير مؤقت في الرأي ولا يدرك الجمهور الجوانب أو الآراء المضادة ولن يدركها وكذلك فإن عرض جانب واحد بدعم الاتجاهات المؤيدة القائمة والتي يعلن الجمهور التزامه بها .

٥. ترتيب الرسالة الإعلامية :- يثار سؤال دائماً عن بناء الرسالة بماذا يبدأ القائم بالاتصال ؟ أو بماذا ينتهي ؟ وماهي العلاقة بين ترتيب الأدلة والحجج المؤيدة والمتعارضة وأيهما يسبق الآخر ؟ أو بشكل عام ما هو الترتيب الذي يحقق تأثيراً أكبر على آراء جمهور المتلقين وبصفة خاصة في حالة تعداد الأدلة أو الحجج وتباين أوزانها وكذلك في حالة تباين الآراء والحجج المؤيدة لها ، فبالنسبة لترتيب الأدلة حسب أوزانها هناك اتجاهان : الأول وهو ترتيب الذروة أي التدرج من الأضعف الى الأقوى الى أن تصبح أقوى الحجج وأهمها في النهاية ، والثاني : هو الترتيب النازل الذي يبدأ بالأقوى ثم يتدرج الى الأضعف في النهاية ، على الرغم من أن الدراسات رأّت أن كلاً من الاتجاهين له تأثيره إلا أن مبادئ نظريات التعلم تشير إلى أن تقديم الجوانب أو الحجج الأكثر قوة في البداية سوف تساعد على إثارة اهتمام المتلقي بالموضوع وخصوصاً إذا لم يكن المتلقي لديه اهتمام بالموضوع بدايةً أما إذا كان المتلقي لديه اهتمام بالموضوع فإن التقديم القوي سوف يفقده حاجته إلى المتابعة والاستمرار ، ومن جانب آخر فإن تقديم الحجج المؤيدة في البداية سوف يكون تدعيماً لاهتمام المتلقي بالرسالة بينما تقديم الجانب المعارض في البداية سوف يجعل المتلقي يتجنب الانتباه الى الرسالة وربما لا يتعرض الى الجوانب المؤيدة في البداية عندما تأتي بعد ذلك .

٦. لغة الرسالة وأسلوبها :- هناك توصيات عديدة بضرورة اختيار الرموز اللغوية الواضحة والمفهومة والمألوفة والبعد عن الألفاظ أو الرموز المهجورة مع مراعاة خصائص الجمهور فيما يتعلق باستخدام قواعد النحو والصرف والأساليب البلاغية وهذا كله يؤثر بالتالي في مستوى يسر القراءة (Readability) وسهولة التعرض الى وسائل الإعلام ، وهناك من يشير الى ضرورة تكرار عرض الرسالة لأن هذا التكرار يؤثر على إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة وتوصياتها حيث يعتقد عدد كبير من خبراء الاتصال أن تكرار العرض الذي يستخدم عادة في الحملات الإعلامية من العوامل المساعدة على الإقناع ولكن اتجاهاً آخر يرى أن تكرار العرض ربما يبعث الملل في نفس الجمهور من موضوع الرسالة الإعلامية ولذلك يحث أن يواكب التكرار نوع

من التنوع في تقديم أشكال متعددة للرسالة مما سيدفع على تقليل الملل ومن جانب آخر سيساعد التكرار على التذكير المستمر بأهداف الرسالة الإعلامية .

عاشراً . مهارات الاتصال الجماهيري :-

يقصد بها مهارات الكتابة والتحدث من جانب ومهارات القراءة والاستماع من جانب آخر ونعني بها قدرة الكاتب أو المتحدث بوصفه المرسل أو المصدر على اختيار الرموز اللغوية وغير اللغوية التي تعبر عن المعاني التي يستهدفها في المقال أو الحديث وكذلك قدرة المتلقي أو المستقبل على القراءة أو الاستماع أي قدرته على تحويل الرموز التي يتلقاها الى معان يفهمها ويدركها وهذه العملية يطلق عليها مهارات الترميز (Coding) وهي بالنسبة للمرسل أو المصدر مهارته في اختيار الرموز التي تعبر عن المعاني المستهدفة اي وضع الفكر في رموز اتصالية (Encoding) وبالنسبة للمتلقي مهارته في تفسير الرموز التي يستقبلها وتحويلها الى معان (Decoding) ، وفي الحالتين فإن مهارات الترميز ترتبط أساساً بالتحديد الدقيق للأهداف والنوايا الخاصة بالمصدر من الموقف الاتصالي والتي على أساسها يختار الفكر والمعاني التي تحقق هذه الأهداف والنوايا ومن جانب يجب أن تتوافر لكل منها مهارة التفكير واتخاذ القرار فيما يتعلق بالموقف الاتصالي وهذا يتأثر بالدرجة الأولى بالمقدرة اللغوية لكل منهما ، والتعبير عنها من خلال المسميات اللغوية ثم القدرة على التعبير عن الفكر من خلال بناء التركيبات اللغوية التي تقوم على صف الوحدات اللغوية بجوار بعضها لتعبر عن الفكرة أو تعطي دلالة للأشياء أو الأفكار التي نراها أو نعبر عنها .

أحد عشر . تكنولوجيا النظم الرقمية في الاتصال الجماهيري :-

١. تكنولوجيا النظم التقليدية والرقمية :- اعتمدت وسائل الاتصال لسنوات طويلة قبل ظهور الاتصال الرقمي على ما يسمى بالنظام التناظري (Analog) أو البث الارضي لإيصال الصورة والصوت للجماهير والمبدأ الذي يقوم عليه هذا النظام من خلال تحويل الاشارات والرموز الى اشارات كهربائية تناظر الاشارات والرموز الأصلية في شكل مستمر لكنها لا تحمل وصفاً دقيقاً للإشارات الأصلية يمكن تخزينها واستعادتها من خلال الخصائص والصفات لكنها تتحول الى اشارات كهربائية تتعرض خلال البث والارسال عبر المسافات الى الضوضاء الذي يقوى كلما بعدت مسافة الارسال وهو ما حاولت النظم التناظرية القضاء عليه من خلال الموجات القصيرة (Micro Waves) فضلاً عن اعتماد محطات التقوية للبث من

مسافة الى أخرى لضمان وصوله الى أبعد نقطة أو مدينة أو قرية ، واقرب مثال على ذلك كانت هناك في العراق عدة محطات للتقوية منذ عقود السبعينيات من القرن الماضي منها (محطة الدجيل) الواقعة بمحافظة صلاح الدين الى الشمال من بغداد توقفت عن العمل بعد ظهور الاتصال الرقمي الجديد ، لذلك كان الاتجاه الى الاتصال في النظام الرقمي (Digital) أو ما يسمى (النظام الثنائي) الذي يقوم على مبدأ تجريد الإشارات الى رموز رقمية منفصلة تعبر عنها الومضة الكهربائية المنفصلة التي تكون في حالة عمل فيرمز لها بالرقم (1) (واحد) أو لا عمل ويرمز لها بالرقم (0) (صفر) وهذا النظام الثنائي (Binary) الذي يعبر فيه عن كل رمز بالرمز 1 أو 0 يمثل وحدة واحدة يطلق عليها Bit يتكون من كل ثمانية منها بايت bite تكون مقياساً لعدد الوحدات التي يتم ترميزها ومعالجتها وتخزينها أو إرسالها ، وحيث أن هذه الرموز يتم التعبير عنها بواسطة الوحدات المنفصلة Digits في شكل نبضات فإنه يمكن عزلها عن الضوضاء التي تكون قد حملت بها أثناء فترة الإرسال ولأن أجهزة الإرسال والاستقبال (كومبيوتر) تم تصميمها بالنظام الرقمي أيضاً فلا تتعامل إلا مع هذه النبضات وبذلك تتجنب الضوضاء والتشويش وتصل الى مستويات عالية من الدقة في البث والإرسال . وبذلك ساعدت التكنولوجيا الرقمية الى أن يتم بناء الرسالة الاتصالية وتوصيلها في إطار نسق واحد من الرموز الرقمية لا يجعلنا نحتاج الى تعدد الادوات أو الاجهزة الخاصة ذات المواصفات أو الخصائص المتباينة وساعد ذلك أيضاً على زيادة سرعة عمليات المعالجة مهما كان حجمها أو تعددها وبالتالي سرعة الاتصال وتوصيل المعلومات أو تخزينها .

٢. تكنولوجيا التصغير وضغط البيانات عبر الاتصال الرقمي :- ما ساعد عند ظهور التكنولوجيا الرقمية على تحقيق السبق مع الوسائل الأخرى لمعالجة المعلومات وتخزينها ، إذ ان التصغير أصبح هو السمة المميزة لأجهزة وحدات المعالجة والتخزين (Hardware) بالإضافة الى البرامج (Software) بأنواعها ووظائفها المختلفة وبالتالي لم يعد هناك مجال للمقارنة بين سعة شريط الفيديو أو الشريط السمعي وبين سعة أقراص الليزر أو الأقراص المدمجة (CD) التي أصبحت تتسع لما يزيد عن عشرة آلاف صفحة في القرص الواحد تقريباً والتطوير المستمر في هذا المجال نتيجة الاهتمام بعملية التصغير وزيادة السعة في المعلومات بأنواعها المختلفة (محرك البحث كوجل Google) يضم أكثر من ٢ مليار صفحة مفهرسة على شبكة الانترنت ، ولذلك فإن التكنولوجيا الرقمية أصبحت تساعد على استخدام ضغط البيانات لتقليل السعات الكبيرة للملفات دون أن يؤثر الضغط على معالم

الصورة وحركتها أو الصوت ومستوياته وذلك من خلال برامج معينة لضغط الرموز الرقمية وتقليل المساحات الي تتسع لها .

أثنا عشر. وظائف الاتصال الرقمي :-

١. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال .

٢. في إطار الوظيفة السابقة تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية والدعوة الى الديمقراطية وغيرها .

٣. يطلع المتلقي يومياً على كماً هائلاً من الوقائع والأحداث التي تحدث في بلاده دون أن يدري عنها شيئاً بالداخل حيث لم تصبح الحقائق ملكاً خاصاً للسلطة أو لوسائل الإعلام المحلية والوطنية وحتى العالمية منها رغم وجود تحديات ربما تتعلق بالمصادقية في هذه المواقع المنتشرة على شبكة الانترنت .

٤. إذا كانت سهولة الاتصال وفورية الإعلام تحسب لهذه المواقع في تقديم الوظيفة الإخبارية فإنها تعطيها أيضاً القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين .

٥. تتصدر وسائل الاتصال الرقمي كافة الوسائل الأخرى في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق .

٦. تعتمد مواقع الانترنت في تمويلها على الاعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات التي تعرض على هذه المواقع وبالتالي أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبير لدى المعلنين وخاصة في المواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها .

٧. يسهم الاتصال الرقمي في تحقيق وظيفة التسلية والترفيه للمستخدمين في ظل انتشار برامج المسابقات والالعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات ومستويات عمرية مختلفة .

ثلاثة عشر. خصائص الاتصال الرقمي :-

١. التفاعلية (Interactivity) :- هذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي بينما كان الاتصال الجماهيري يفتردها تماماً وتعني التفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل الى المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية ، وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار ويكون لكل طرف فيها القدرة والحريّة في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها .

٢. التنوع (Variety) :- مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها بالإضافة الى ارتفاع القدرة على الانتاج والتخزين والاتاحة للمحتوى الاتصالي ، ادى ذلك الى التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقى اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال (المقصود بالتنوع بقدرة المتلقي باستخدام أجهزة مختلفة متنوعة مثل الحاسب الشخصي والجهاز النقال أو (الموبايل) أو الأيباد ، أما فيما يتعلق بالتنوع الاخر هو في المحتوى الذي وفر للمتلقى القدرة على متابعة نشرات إخبارية ومواقع الكترونية وتطبيقات مختلفة لم تتوفر في وسائل الاتصال الاخرى) .

٣. التكامل (Integration) :- تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقى الخيارات المتعددة في اطار متكامل فالفرد يمكنه أثناء تعرضه لمواد إعلامية يمكن أن يختار من بينها ما يراه مطلوباً للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على الأقراص المدمجة (CD) أو إعادة إرسالها الى آخرين بالبريد الالكتروني ، وذلك لان النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة .

٤. الفردية (Individuality) :- يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه عندما توفر برامج المتعددة وبروتوكولاته قدراً كبيراً من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال وهو ما يعطي من شأن الفردية ويرفع قيمتها ، حيث يتم التمييز بداية بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف عملية الاتصال والتميز بالتالي في الكسب الفعلي لأطراف عملية الاتصال في أي من مستوياتها ،

بالإضافة الى ذلك فإن نظم الاتصال الرقمية وبرامجها تؤكد بداية من خلال التصميم على سرية الاتصال وخصوصيته ، وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها والاستفادة منها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات .

٥. تجاوز الحدود الثقافية (Globalisation):- يطلق على الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) أنها شبكة الشبكات تلتقي فيها مئات الالاف من الشبكات الدولية والاقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الان بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها ومعها ينزايد عدد مستخدمي الانترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة نتيجة توفير إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها ، مما أدى بالتالي الى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الاطراف أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية والصحف الالكترونية على الشبكة العالمية التي اصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة .

٦. تجاوز وحدة المكان والزمان (Transcend the unity of space and time):-

كما هو معروف ان الاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة هو اتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان وزمان واحد ويتوفر مع ذلك عنصر المرونة والتفاعلية حيث توفر أجهزة الترميز والشبكات الاتصال عن بعد بل أن تطور الاجهزة الرقمية الى أجهزة محمولة سهلة النقل والحمل من مكان الى آخر مثل الحواسيب والهواتف المحمولة وغيرها وفرت أمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات أو الزمان بين اطراف عملية الاتصال مادامت هذه الاجهزة سهلة النقل والحمل والحركة من مكان لآخر ويتوفر لها إمكانيات الاتصال بالشبكات الرقمية التي تربط بينها في الاتصال .

٧. الاستغراق في عملية الاتصال :- من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي

انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها وكذلك تطور برامج وتطبيقات المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسوب والاجهزة المحمولة وبرامجها على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي ، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على

طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية ولذلك فإن فترة استخدام الحاسوب والأجهزة المحمولة وبرامجها تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة والمشاهدة أو الاستماع خصوصاً بعد أن أصبحت الشبكة العالمية مصدراً مضافاً لعرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة .