

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

المقدمة :-

يعيش الإنسان في هذه الأيام عصر التطورات التكنولوجية الحديثة ففي كل يوم جديد أصبحنا نسمع عن اكتشاف وثورة جديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال التي أصبحت تمثل الأهمية الكبرى وعنواناً لتقدم الشعوب والمجتمعات ، ويعتبر الاتصال الرقمي الذي يتم عن طريق وسائل الاتصال من أهم الأشياء التي تحظى بالاهتمام الأكبر من قبل الجمهور وذلك لما يتميز به من خصائص عده تجعله من أهم وأفضل طرق الاتصال ، ومن المعروف أن تقنية الاتصال الرقمي تطورت كثيراً في الفترة الأخيرة فأصبح الاتصال ليس فقط عملية تحويل الصوت والصورة إلى إشارات من الموجات التي يجري بثها في الهواء ليلتقطها الهوائي في المنازل بل أصبح الاتصال الآن رقمياً حيث أصبح بإمكان الجمهور التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا الاتصال الرقمي ، والإذاعة الرقمية (راديو وتلفزيون) هي التي تعمل بتجهيزات مزودة بمنظومات رقمية متكاملة ، هذه المنظومات لها القدرة على تحسين الصوت والصورة وزيادة درجة نقائهما ووضوحهما كما تقدم خيارات عدة للمتلقين تمكنهم من التفاعل مع البرامج المقدمة بصورة كبيرة وممتعة .

ويمكن القول أن الاتصال الرقمي هو نتاج لعملية اندماج وتزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتقليدية مع تكنولوجيا الحاسوب وشبكات الإنترنت ، وتعددت أشكال هذا النوع من أنواع الاتصال فهناك من يسميه الإعلام الرقمي كالراديو الرقمي والتلفزيون الرقمي كما يطلق عليه أحياناً الاتصال التفاعلي وهو تلك البرامج التي يقدمها التلفزيون التفاعلي وتتيح للمشاهدين الاختيار من بين أنواع عدة من البرامج المقدمة ، كما يتيح هذا النوع من الاتصال أيضاً للمشاهدين المشاركة في عملية اختيار البرامج ووقت البث كما يوفر ما يعرف بـ **برجع الصدي** .

ومن المعروف أن هذا العصر افرز بيئة جديدة للعمل الإعلامي حيث مزجت هذه البيئة الجديدة بين تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا البرمجيات وتكنولوجيا الاتصالات ، وأصبح التوجه نحو البرامج التفاعلية التي تمتاز بقدر كبير من التوجه نحو الاتصال بدلاً من الإعلام أي أن مشاركة الجمهور في البرامج التي تقدم إليه أصبحت أكبر ، هذه التفاعلية هي التي تمثل الفارق الرئيسي والأساسي بين هذا النوع من الاتصال والاتصال التقليدي ، إن ترابط الحاسوب والتلفزيون والتلفون إلى جانب البث المباشر عن طريق الكابل خلق آليات تفاعلية مركزة على المعالجة ، ولأن الكمبيوتر رقمي فقد لزم تحويل كل ما يقدم إليه إلى أرقام ، وترتكز عملية الرقمنة على أساليب متنوعة من ترقيم أو تشفير حيث يعطى لكل حرف رمز رقمي ، وأسلوب التبسيط كتحويل الصور إلى نقاط متراسة ، وكذا الألوان وأسلوب التوصيف حيث يتم تمثيل الأصوات اللغوية بترددات معينة .

مشكلة البحث :-

يعتبر الاتصال الرقمي أحد أهم التقنيات التي تستخدمها وسائل الاتصال الجماهيرية لما يمتاز به من خصائص جعلت منه العنصر الأكثر انتشاراً في جميع أنحاء العالم ، وأصبح المتلقي في هذا العصر يميل إلى اختيار برامج محددة ومقصودة يطلبها بنفسه ويتفاعل معها أكثر من تلقي البرامج التي اعتاد عليها في السابق ، ومع التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الرقمي أصبح هناك ما يعرف بالصحافة الرقمية والراديو الرقمي والهاتف الرقمي وكذلك التلفزيون التفاعلي الرقمي الذي يقدم برامج محددة ومنتقاة من قبل المشاهد وفي الوقت الذي يريده ، كما أن المتلقي يمكنه من خلال التلفزيون التفاعلي تسجيل البرامج التي يريدها ومن ثم الاستماع إليها في وقت لاحق ، هذه التفاعلية التي اتاحها هذا النوع من تقنيات البث الرقمي وحولت الجمهور من متلقي سلبي يتابع المواد التي تعرض عليه إلى متلقي نشط وفعال يشارك في عملية الإنتاج .

ومن المعروف أن الاهتمام بهذا النوع من أنواع الاتصال وتفعيله يعتبر من الأشياء الأساسية في منظومة الاتصال ككل ولكن من الواضح أنه لا توجد خطط واستراتيجيات

واضحة لهذا الأمر على الرقم من قوة هذه الوسائل وتأثيرها الكبير على المتلقي ، وتتمحور مشكلة هذا البحث في السؤال الرئيسي التالي : ما هو تأثير استخدام الهاتف المحمول في تثقيف الجمهور ؟

أهمية البحث :-

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية الاتصال بشكل عام ومن أهمية الاتصال الرقمي التفاعلي بشكل خاص ، حيث أصبح العالم الآن يتجه نحو هذا النوع من أنواع الاتصال الذي يوفر للمتلقي الكثير من الخيارات غير محدودة ، ويتوقع أن يكون للاتصال الرقمي تأثيرات إعلامية ومجتمعية هائلة لا تقل عن تأثير الانترنت حالياً إن لم تتفوق عليه ، كما ستوفر هذه الدراسة معلومات عن الهاتف الرقمي وتطبيقاته واستخداماته وكيفية الاستفادة منه .

وتأتي أهمية هذا البحث من أهمية الموضوع الذي يتناوله حيث تجد البحوث والدراسات الإعلامية في مجال تقنيات وتكنولوجيا الاتصال الرقمي اهتماماً كبيراً من قبل الدارسين والمهتمين بهذا المجال .

أهداف البحث :-

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير تقنيات وتكنولوجيا الاتصال الرقمي على عملية تثقيف الجمهور وزيادة معارفه وتمثل أهداف هذا البحث في الآتي :-

- 1 - التعرف على ماهية الاتصال التفاعلي الرقمي .
- 2 - التعرف على تكنولوجيا الهاتف الرقمي المحمول .
- 3 - التعرف على نوعية الجمهور الذي يتأثر بوسائل الاتصال الرقمية وخصائص هذا الجمهور .
- 4 - الكشف عن مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تثقيف الجمهور وزيادة معرفه لديه .

- 5 - الكشف عن كيفية توظيف الهاتف المحمول في عملية تثقيف الجمهور .
- 6 - التعرف على مدى اهتمام الجمهور بتكنولوجيا الهاتف المحمول وطرق استخدامه في ترقية وتثقيف الجمهور .
- 7 - تملك الجمهور والمهتمين معلومات أكثر عن هذا النوع الجديد من أنواع الاتصال .
- 8 -الإلمام بتكنولوجيا الاتصال الرقمي الحديثة وإظهار محاسنها وعيوبها وكيفية التعامل معها .
- 9 - معرفة كيفية الاشتراك في الخدمات التي يوفرها الاتصال الرقمي التفاعلي .
- 10 - المساهمة في دراسة هذا النوع الجديد من أنواع الاتصال والتعرف عليه .
- 11 - الخروج بنتائج وتوصيات تسهم في معالجة السلبيات إن وجدت .

أسئلة البحث :-

- 1 - ما هو الاتصال الرقمي وما هي تقنياته ؟
- 2 - ما هي المضامين والبرامج التي يتيحها الاتصال الرقمي ؟
- 3 - ما هو واقع الاتصال الرقمي في السودان ومستقبله ؟
- 4 - ما هو حجم استخدام الجمهور لتقنية الهاتف المحمول ؟
- 5 - كيف تساهم تقنيات الهاتف المحمول في تثقيف الجمهور ؟
- 6 - ما هي الخصائص والتقنيات والإمكانيات التي توفرها تكنولوجيا الهاتف المحمول ؟
- 7 - ما هي الدوافع والأهداف من وراء استخدام الهاتف المحمول ؟
- 8 - ما هي التأثيرات الاجتماعية والنفسية والسلوكية للهاتف المحمول ؟

9 - هل تساهم تقنية الهاتف المحمول في رفع ثقافة الجمهور وترقية سلوكه ؟

10 - ما هي أهم استخدامات الهاتف الرقمي المحمول لدى الجمهور ؟

فرضيات البحث :-

1 - توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه .

2 - هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض .

3 - توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور .

4 - هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات المعرفية المكتسبة منه .

5 - هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام .

6 - توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه .

مجتمع البحث :-

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويشمل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ، يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخمته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه بجمع البيانات ، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث . (عبد الحميد 2000 : ص 13)

وسيقوم الباحث بإجراء البحث على الخبراء والمتخصصين في مجال الاتصال الرقمي وكذلك جمهور وسائل الإعلام الرقمية في ولاية الخرطوم ، وجاء اختيار الباحث لولاية الخرطوم لأن سكانها يمثلون كل السودان وكذلك لأن خدمات الاتصال الرقمي لا زالت في بدايتها في السودان ولا تغطي مساحه كبيرة ، أيضاً جاء اختيار الباحث لولاية الخرطوم لقدرته على الوصول للعينة المختارة للبحث .

عينة البحث :-

العينة هي حدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع . (عبد الحميد 2000 : ص 313)

العينة تساعد الباحث على اختيار مفردات ممثلة يستطيع أن يجمع منها البيانات التي تسمح له باشتقاق معلومات عن طبيعة المجتمع الأصل كله (دالين 1966 : ص 388) . إن استخدام أسلوب العينات يرفع مستوى العمل البحثي ويجعله أكثر دقةً ، لأن دراسة عدد قليل من المفردات أو الحالات تتيح للباحث فرصة جمع معلومات دقيقة وكثيرة عن كل مفردة أو حالة . (الجمال 1999 : ص 117)

وتوجد عدة عوامل تحدد حجم العينة منها : طبيعة المجتمع المدروس ، أسلوب الدراسة ، موضوع البحث ، مدى وفرة الوقت والمال والباحثين لإجراء الدراسة ، مدى الدقة المطلوبة في النتائج . (حجاب 2002 : ص 113) وسيقوم الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة من جمهور ولاية الخرطوم لتطبيق البحث عليها .

- حدود البحث :-

أ - الحدود الزمانية : العام 2015 - 2017 .

ب - الحدود المكانية : ولاية الخرطوم .

ج - الحدود البشرية : مستخدمي الهاتف المحمول في ولاية الخرطوم .

- منهج البحث :-

يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية ، والدراسات الوصفية تعنى بالتصور الدقيق للعلاقة المتبادلة بين المجتمعات والاتجاهات والميول والرغبات والتطور بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية. (محجوب 2001 : ص 263)

تستخدم الدراسات الوصفية تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد ، وعلى ذلك تقوم الدراسة الوصفية بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها ، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات . (اسماعيل 2011 : ص 96)

أيضاً سيستخدم الباحث منهج المسح الميداني ، لطبيعة الدراسة التي تتطلب جمع بيانات ومعلومات من الجمهور فإن الباحث سيستخدم منهج المسح الميداني ، والدراسات المسحية (Survey studies) هي جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة للتعرف عليها وتحديد وضعها ومعرفة جوانب الضعف والقوة فيها ، لمعرفة مدى الحاجة لإجراء تغييرات فيها ،

ويعتبر المسح أكثر طرق البحث التربوي والاجتماعي استخداماً ، ذلك لأننا بواسطته نجمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثه مخصصة ، أو جماعة من الجماعات ، أو ناحية من النواحي (صحية ، تربوية ، اجتماعية) ..الخ . (دويدري 2000 : ص 317)

أدوات البحث :-

الاستبانة : Questionnaire

الاستبانة أو الاستفتاء أو الاستقصاء كلها ترجمة للكلمة الإنجليزية Questionnaire ، ومهما يكن المسمى فالأداة هنا تقوم على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى مجموعة من الأفراد ، إما عن طريق البريد أو عن طريق المقابلة أو المواجهه أو عن طريق شبكة الإنترنت ، والفارق بين البريد والمواجهة والإنترنت يحتم على الباحث اختيار صياغة معينة لأسئلته وترتيب محدد لتلك الأسئلة . (اسماعيل 2011 : ص 193)

يعتبر الاستبيان أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ، ويقدم الاستبيان بشكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان . (عبيدات-عديس-عبد الحق 2002 : ص 145)

ويتكاثف استخدام استمارة الاستقصاء (الإستبانة) كأداة رئيسة في جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية ، التي تعنى برصد أنماط مشاهدة أو استماع أو قراءة فئات الجمهور المختلفة للبرامج والمضامين الإعلامية ، ورصد تفضيلاتهم لهذه المضامين ودوافع التعرض ، وأشكال توظيف ما يحصلون عليه من معلومات ومعارف في إدارة شئون حياتهم اليومية وغير ذلك من مجالات متعددة . (اللبان 2008 : ص 112)

ويأتي اختيار الباحث للاستبانة كأداة من أدوات هذا البحث الرئيسية لأنها تمكن من جمع لمعلومات على أوسع نطاق ممكن ، وتعطي المبحوثين الحرية الكاملة للإجابة على الأسئلة والتعبير عن آرائهم .

الملاحظة : Observation

هي تعبر عن رؤية الظاهرة المدروسة ومتابعة تغيراتها ، ويتجلى الغرض من استخدام هذه الوسيلة في تقصي بعض المؤشرات الأولية الخاصة بالدراسة والتي يصعب قياسها ، وذلك بما تولده من ثقة بين المجتمع والباحث ، ثم بما يتهيأ للباحث نفسه من فرصة لفهم بعض المواقف التي لا تجد فيها الوسائل الأخرى . (الوفائي 1979 : ص 144)

والملاحظة وسيلة لمعرفة الظواهر الاجتماعية المتعلقة بحياة الأفراد في تجمعاتهم المختلفة ، وما يجري بينهم فيها من معاملات اجتماعية ، في اطار نظم اجتماعية معينة تنظم علاقاتهم بعضهم ببعض ، فمعرفة الحقائق عن التجمعات والنظم والعلاقات الاجتماعية والأعراف والتقاليد الاجتماعية لا تنتيسر إلا بتوظيف الحواس في التقاط هذه الحقائق وجمعها وتركيز العقل في إدراكها وفهمها وتفسيرها في عملية منهجية ، وهي الملاحظة التي يستخدمها الباحث في العلوم الاجتماعية ، لتبيان جميع مظاهر الحياة بين البشر في شتى أشكال تجمعاتهم . (اسماعيل 2011 : ص 218)

مصطلحات البحث :-

الاتصال الرقمي : Digital Communication

الاتصال الرقمي هو التقارب بين الحواسيب ووسائل الاتصال نتيجة لتوجه أنظمة الاتصالات إلى أنظمة رقمية وذلك بفضل تطور الالكترونيات الرقمية ، وهذا يعني أن معدات معالجة البيانات ونقل البيانات تتحدث بنفس اللغة (لغة الترميز الثنائي) . (فورستر 2000 : ص 130)

تكنولوجيا الاتصال الرقمي هي أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل والتي أصبح بإمكان المتلقين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا الاتصال

الرقمي ، ويتميز النظام الرقمي بإمكانية تطابقه ودمجه مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الكمبيوتر .

دور : Role

كلمة دور تعني الوظيفة أو الاداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين (التعليم - الإرشاد - التوجيه .. الخ) (أحمد 2001 : ص 12)

الثقيف :- Cultured

هو اعتماد المرء على نفسه في اكتساب ثقافته خلاف لمن يتثقف على يد أساتذته أو في مدرسته . (عمر 2008 : ص 318)

هو مجموعة المعلومات والمهارات التي يكتسبها الفرد من خلال تفاعله مع وسائل الاتصال المختلفة بحيث تمكنه هذه المهارات من إختيار أهداف وتوجهات لحياته بصورة عامة ويمكن من توظيفها التوظيف الأمثل بحث تؤثر على اتجاهاته وسلوكه الشخصي والجمعي سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة .

التعريف الإجرائي :-

يقصد الباحث بالثقيف تلك المعرفة التي يتحصل عليها الجمهور من خلال وسائل الاتصال الرقمي وكذلك عملية تفاعله مع هذه الوسائل الرقمية الحديثة واستفادته منها .

الجمهور : Audience

الجمهور هو عبارة مجموعة من الناس ينتمون غالباً إلى وطن واحد ويتكلمون لغة واحدة ولهم نفس الحقوق ، ويقصد بكلمة جمهور في هذا البحث ذلك الشخص أو مجموع الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الاتصال الرقمية ويتفاعلون معها ويتأثرون بمضمونها.

الهاتف المحمول : MOBILE

الهاتف المحمول أو النقال أو الخليوي هو جهاز لاسلكي يعمل من خلال شبكة اتصالية موزعة على أبراج للبت ، وترتبط هذه الشبكات عبر خطوط بث بالأقمار الصناعية .

ويقصد الباحث بالهاتف الرقمي المحمول ذلك الجهاز الذي يستخدم كأداة اتصالية للتفاعل والتقارب والتواصل بين الأفراد والمؤسسات ، وهو الهاتف الذي يستخدم ما يعرف بالشبكات الرقمية .

الدراسات السابقة :-

لم يجد الباحث دراسات سابقة قريبة من مجال البحث (الاتصال الرقمي) ، وكانت كل الدراسات تتحدث عن تكنولوجيا وتقنيات البث عموماً ، وأخذ منها الباحث الدراسات الآتية:-

الدراسة الأولى :-

الاندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي - دراسة حالة برامج اخبارية لقناتي
BBC ، France24 عربي بوكابو سيف الدين - حفار الساس سارة - مخافي نبيلة
رسالة تكميلية للماجستير جامعة 8 ماي 45 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام
والاتصال 2016 :-

هدفت الدراسة للآتي :-

- 1 - تعزيز وتعريف أكثر لمفهوم الاندماج الرقمي ومدى تأثيره في الحق الإعلامي .
- 2 - كما هدفت لتسليط الضوء على أهمية الاندماج واثيرها على عمل وسائل الإعلام الرقمية .

النتائج :-

- 1 - نتيجة لاندماج التكنولوجيا الرقمية لاحظنا تغيراً جزئياً في عملية توزيع المحتوى الإعلامي وكذا تحولاً جزئياً في أدوار الصحفيين والقراء .
- 2 - بفضل تطوير مختلف وسائل الاتصال وبظهور وسائل التواصل الاجتماعي وما صاحب ذلك تطور في بنية الهواتف الذكية نتج ما يعرف بصحافة المواطن .
- 3 - الاندماج بين مختلف الأنظمة وهذا ما تتميز به التكنولوجيا الرقمية ، حيث تتراوح عدة وظائف في آلة واحدة وتؤدي عدة خدمات في نفس الوقت .

الدراسة الثانية :-

التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول _ التقنية المضمون الجمهور - دراسة
مقارنة لطارق علي حمود - مجلة الباحث الإعلامي العدد 19- جامعة بغداد - كلية
الإعلام مارس 2013 .

اتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك لدراسة ظاهرة التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول وهدف البحث للآتي :-

1 - التعرف على التلفزيون التفاعلي الرقمي وأهم تقنياته والمضامين المعروضة على شاشته ونوعية الجمهور الذي يشاهد برامجه .

2 - الكشف عن ماهية التلفزيون المحمول وتحديد أهم تقنياته المستخدمة والمضامين المعروضة فيه .

3 - تحديد أهم أوجه الشبه والاختلاف بين التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور .

أهم نتائج الدراسة :-

1 - إن هذه التقنية الجديدة تمتاز بامتلاكها من قبل فئات محدده ومقتدرة مادياً لذلك فإن انتشارها بشكل جماهيري يتطلب وقتاً .

2 - إن مضامين هذه التقنية تخاطب رغبات وحاجات هذه الفئات والنخب المقتدرة مادياً .

3 - إن استخدام هذه التقنية يتطلب مهارات من قبل المستخدمين للحصول علي ماريد غيرون مشاهدته .

4 - إن الحصول على البث الخاص بهذه التقنية يتطلب من شركات الاتصال في كل بلد التشبيك والربط مع شركات الاتصال العالمية التي توفر هذه التقنية .

5 - إن الحصول على خدمة هذه التقنية تتطلب توفر أجهزة التلفزيون وهاتف محمول ذات تقنية محددة فضلاً عن ضرورة توفر شركات وطنية تقوم بإتاحة متطلبات هذه الخدمة.

أهم توصيات الدراسة :-

1 - أن تسارع شركات الاتصال المحلية إلى اتخاذ الإجراءات اللازمة لتوفير هذه الخدمة قبل دخول شركات عالمية تنافسها في الاستحواذ على أسواقها .

2 - يجب أن يعمل خبراء الإعلام الإلكتروني على تهيئة المضامين الخاصة بجمهور بلدهم وفقاً لاستطلاعات مسبقة تحدد رغبات جمهورهم وحاجاتهم .

3 - تهيئة الجمهور للتفاعل مع هذه الخدمة التقنية الجديدة بمختلف الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية وإقامة ندوات ومؤتمرات لتوضيح مزايا هذه الخدمة الجديدة .

- الدراسة الثالثة :-

استخدامات الجمهور المصري للتليفون المحمول وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي -

رسالة ماجستير لماريان مراد أنيس - جامعة القاهرة - كلية الإعلام 2013

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير استخدام الجمهور للهاتف المحمول وعلاقة ذلك بعملية التفاعل الاجتماعي ، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، خرجت الدراسة بعدة نتائج منها : أن بعض الجمهور يستخدم كاميرا الهاتف للقيام بأعمال غير شرعية ، أيضاً من نتائج البحث أن الأشخاص يشعرون بسعادة كبيرة عند تبادل الرسائل النصية القصيرة عبر الهاتف ، اتضح من خلال الدراسة أن الرسائل النصية تكون مفيدة جداً خاصة في المناطق المزدحمة ، تبين أيضاً وجود علاقة بين متغير السن وتصفح البريد عبر المحمول ، وخرجت الدراسة بعدة توصيات منها : ضرورة تضمين الهاتف المحمول ضمن المقررات الدراسية ، ضرورة إنشاء قسم علمي خاص بالإعلام الجديد بجامعة القاهرة ، ضرورة تدريس الطلاب في مرحلة المراهقة كيفية التعامل مع الهاتف المحمول .

- الدراسة الرابعة :-

تقانة الاتصال والقيم الثقافية للمجتمع - دراسة تطبيقية لتأثير قنوات البث المباشر على مجتمع جزيرة توتي بالسودان 2007-2011 ، رسالة دكتوراة لسارة حسن الفضل جامعة الخرطوم - كلية الآداب - قسم الإعلام 2012 .

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لمعرفة أثر قنوات البث الفضائي المباشر على قيم الثقافة لأفراد المجتمع ، واحتوت الدراسة على العديد من الاهداف منها الآتي :-

1 - الكشف عن تأثيرات تقانة الاتصال على القيم الثقافية للمجتمع .

2 - معالجة قضايا انتشار البث الفضائي المباشر من خلال تقييم التجارب الثقافية ومؤثراتها على المجتمعات خاصة المحلية .

3 - الاسهام في دراسة المآلات الإستراتيجية المستقبلية لتأثير انتشار تقنيات الاتصال على الثقافات المحلية .

أهم نتائج الدراسة :-

1 - تؤثر تقانة الاتصال على المجتمع من خلال عدة عوامل :-

أ - عوامل مرتبطة بالفرد وتخضع لجملة من المتغيرات الديموغرافية والنوعية والعمرية والتعليمية .

ب - عوامل مرتبطة بالمجتمع وتشمل الثقافة السائدة في المجتمع وسماتها وعناصرها وخصائصها ولا تتفصل هذه العوامل عن مجموع المتغيرات التاريخية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتي تشكل في مجملها ما يعرف ببيئة الاتصال .

ج - عوامل متصلة بالوسيلة الاتصالية وتتضمن السمات التنظيمية للوسيلة وخصائص ومضمون ونوع التقانة المستخدمة فيها .

2 - إن تأثير مضمون تقانات الاتصال الحديثة على مضمون وسائل الاتصال المحلية يرتبط بتغذية هذه التقانات للوسائل المحلية والعكس .

3 - تؤثر تقانات الاتصال على القيم الثقافية للمجتمعات المحلية .

4 - تؤثر تقانات الاتصال على التوازن الاجتماعي وتسهم في عمليات التغيير الاجتماعي .

5 - يؤثر الوسطاء الاجتماعيون في توجيه استخدامات تقانات الاتصال بما يحول دون الاستهلاك الآلي لمضامين هذه التقانات .

6 -التعرض لمضمون القنوات الفضائية العالمية خصماً على القنوات الوطنية يعد مؤشراً لضعف كائن في القنوات الفضائية الوطنية .

أهم توصيات الدراسة :-

1 -إن تقانات الاتصال كثيراً ما تفصح أن العوامل الوسيطة تقل فعاليتها إلى حد كبير في هذا النمط من أنماط الاتصال الامر الذي يضاعف من احتمالات التأثير ، إذ أن ما يقلل من قوة العوامل الوسيطة يتمثل في تيسر التعرض لهذه التقانات وسهولة استخدامها وجاذبيتها في ظل انعدام البدائل وضآلة مجالات الترويج والنشاط الاجتماعي في أوقات الفراغ عليه كانت التوصية إنشاء مراكز للشباب وأندية رياضية وترفيهية لتقلل من تعرضهم لهذه التقانات .

2 - إن رسائل التأثير والإقناع يجب أن تأخذ في الحسبان العوامل المؤثرة على تفاعل الجمهور مع مضمون هذه الوسائل .

3 - الاستفادة من القنوات الفضائية الوطنية في مجال توجيه استخدامات تقانات الاتصال وذلك بتوفير قاعدة بيانات خاصة بالخدمة الارشادية والتوعوية .

الدراسة الخامسة :-

فعالية تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي في بناء الرسالة المسموعة والمرئية دراسة
تطبيقية على الإذاعة والتلفزيون في الفترة من 2005-2011 رسالة دكتوراة لمحمد
سليمان عبد الباقي - جامعة أمدرمان الإسلامية 2011.

هدفت هذه الدراسة لدراسة أداء المعدات التكنولوجية العاملة على الأنظمة التماثلية
والرقمية وأثر النظام الرقمي في تطوير الرسالة الإذاعية والتلفزيونية ، والإلمام بحاسنه
وكيفية استخدامه كما هدفت الدراسة أيضاً للآتي :

- 1 - الإلمام بتكنولوجيا الإشارات الرقمية وإظهار محاسنها وعيوبها وكيفية التعامل معها .
- 2 - التعرف على المعدات والأجهزة التي صنعت خصيصاً على هذا النظام ومميزاتها
وخصائصها .
- 3 - إظهار عيوب ومحاسن النظام التماثلي ، ونوع وخصائص المعدات والأجهزة التي
صنعت على هذا النظام للمقارنة بين النظامين .
- 4 - التعرف على المعدات والأجهزة التي تستخدمها الإذاعة بشقيها حالياً ، وإبراز العيوب
والمحاسن .
- 5 - التعرف على الأساليب التي استخدمت في إدخال بعض المعدات والأجهزة التي
صنعت على النظام الرقمي .
- 6 - تقف الدراسة على متطلبات النظام الرقمي وكيفية الإيفاء باحتياجاته ، وتنبيه
المختصين بالأضرار التي تحدث نتيجة عدم الأخذ بالأساليب العلمية ، وتوفير متطلبات
هذا النظام والأضرار الناجمة في حالة عدم وضع خطط واستراتيجيات التحول أو بفرضية
عدم التحول اصلاً ، أو في حالة الأخذ بالأساليب العشوائية بعيداً عن الدراسات العلمية .

أهم نتائج الدراسة :

1 - أدخلت الإذاعة السودانية خدمات المنظومات الرقمية باستجلاب معدات الإنتاج والتشغيل والمواد الإذاعية الأخرى .

2 - تتصف المنظومة التماثلية بخاصية التردد المستمر الذي لا ينقطع ، ونتيجة لاستخدام هذه المنظومة بصورة كبيرة أدى إلى اكتظاظها في الجو مما جعلها عرضة إلى عوامل الضعف والوهن و التداخل بين نظيراتها ، ولذا تتعرض الرسالة المحمولة إلى الضعف والضجيج والتداخل بين إشارات الرسائل الأخرى ، فتصبح غير نقية وجودتها رديئة .

3 - تتصف المنظومة الرقمية بخاصية التردد المنقطع Discrete الذي لا يستمر لفترات زمنية محددة ثم يواصل تردده على شكل نبضات متقطعة ، ولا تتعرض للاكتظاظ والوهن لأنها لا تسمح باختراق إشارات أخرى .

4 - المعدات التكنولوجية تساعد على سرعة إعداد الرسالة الإذاعية عن طريق جمع المعلومات والبيانات التي تخزن في الخلايا الإلكترونية واسترجاعها بقدرات فائقة ودقيقة .

5 - ستتوقف الخدمة على المنظومة التماثلية لعدم توفر قطع الغيار بسبب توقف المصانع المعنية عن تصنيع المعدات التماثلية .

6 - يهرب المستهدفون بالخدمة الإذاعية عن سماع أو مشاهدة الرسالة الإذاعية بسبب عدم جودتها وذلك في حالة المنظومة التماثلية .

أهم توصيات الدراسة :

- 1 - استخدام النظم المناسبة للحصول على إشارات رسالة نقية ذات جودة عالية .
- 2 - استخدام ترددات تستطيع مقاومة التداخل والضجيج ومساحة عرضها تكون كبيرة لتفادي الاكتظاظ الذي يحدثه التداخل .
- 3 - عدم التعويل على النظام التماثلي .

4 - استخدام النظام الرقمي في خدمات الإذاعة والتلفزيون .

5 - استمرار خدمات البث على مدار ساعات اليوم بدون انقطاع لجذب المستهدفين وبتغطية الأحداث العالمية .

6 - البدء الفوري في عمليات التحول من النظام التماثلي إلى الرقمي بالتدرج حتى إذا أتى عام 2020 (تاريخ التزام تنفيذ عمليات التحول بالبلاد) تكون عمليات التحول قد استوفت حقها وبطريقة متدرجة وسلسة .

الدراسة السادسة :-

دور تقنية المعلومات والاتصال في المجال الإعلامي السوداني دراسة حالة على التلفزيون السوداني ،رسالة دكتوراة لنزار يوسف عكاشة - جامعة أمدرمان الإسلامية . 2009 .

هدفت هذه الدراسة للآتي :

1 - دراسة دور تقنية المعلومات في المجال الإعلامي .

2 - دراسة وتحليل البيانات عن دور تقنية المعلومات في المجال الإعلامي واستخلاص النتائج التي تعين على إيجاد الحلول المناسبة .

3 - تقديم التوصيات المناسبة لتحسين فعالية دور تقنية المعلومات في المجال الإعلامي .

أهم نتائج الدراسة :

1 - تمت الاستفادة من قبل أجهزة الإعلام من الأقمار الصناعية في مجال الاخبار ففي التلفزيون القومي يوجد النقاط للأخبار وتحريرها عبر الإنترنت ووجود الإذاعة السودانية في القمر الصناعي نايلسات .

2 - الأجهزة الإعلامية ترتبط بشبكة المعلومات الدولية الإنترنت ففي التلفزيون القومي يقومون بتحرير أخبار المواقع الإخبارية مثل رويتر وترجمة الخبر ومطابقته مع الصورة ثم بثه من خلال نشرات الأخبار ، وفي الإذاعة يتم استلام بعض التقارير الإذاعية عبر الإنترنت وكذلك يتم تحرير الأخبار الدولية عن طريق الإنترنت ، في مجال الصحافة نجد الصحفي الشامل الذي يستخدم جميع الأجهزة الحديثة .

3 - تم الاستفادة من الأقمار الصناعية في مجال التقاط الأخبار من قبل جميع الأجهزة الإعلامية فضلا عن الاستفادة من الشبكة المعلوماتية .

4 - توجد بالأجهزة الإعلامية الأجهزة الحديثة مثل انتشار الحاسوب ومعداته من طابعات وماسحات ضوئية وخلافه .

5 - ضعف التمويل الموجه لاستيراد التقنيات الحديثة وهذا يمثل معضلة كبيرة .

أهم توصيات الدراسة :

1 - العمل على ترقية وتطوير مجال استخدام تقنيات الأقمار الصناعية وتوسيع الاشتراك في باقة الأقمار الأخرى لضمان الانتشار وتعلية الصوت الإعلامي .

2 - محاولة الاستفادة من التقنيات الحديثة لضمان مواكبة الركب العالمي إعلاميا .

3 - تحفيز الباعث الشخصي تجاه الوسائل التقنية الحديثة .

4 - التمويل الموجه لاستيراد الأجهزة التقنية الحديثة .

5 - العمل على الاستفادة من صناعة تقنية المعلومات في مجال الإعلام عموما .

أوجه التشابه بين هذه البحث والدراسات السابقة :-

تتشابه الدراسات السابقة مع البحث الذي يجريه الباحث في الآتي :-

1 - بحثت جميع هذه الدراسات تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وسائل الاتصال المختلفة .

2 - أيضا هناك تشابه في معرفة التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على وسائل الاتصال .

3 - تأثير استخدام التقنية الرقمية على جودة ومضمون وسائل الاتصال .

4 - اتفقت جميع هذه الدراسات على هدف تكوين مضامين جاذبه ومؤثرة باستخدام التكنولوجيا الرقمية لإيصالها للمتلقي والتأثير عليه .

أوجه الاختلاف بين هذا البحث والدراسات السابقة :-

تختلف الدراسات السابقة مع البحث الذي يجريه الباحث في تركيز كل الدراسات السابقة على الجوانب التقنية ومدى الاستفادة من النظام الرقمي في أجهزة ومعدات وسائل الاتصال ، بينما تركز هذه الدراسة على معرفة تأثير الاتصال الرقمي في عملية تنفيذ الجمهور ومدى استفادته وتفاعله مع وسائل الاتصال الرقمية الحديثة .

الاستفادة من الدراسات السابقة :-

بعد استعراض مجموعة من الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة بموضوع هذا البحث استفاد الباحث من الدراسات السابقة في الآتي :-

1 - ساعدت الدراسات السابقة الباحث في معرفة أفضل المناهج المستخدمة في هذا النوع من البحوث واختيار المنهج الملائم للبحث .

2 - غطت بعض الدراسات السابقة بعض الجوانب النظرية للبحث الحالي .

3 - استفاد الباحث من الجوانب التطبيقية لبعض الدراسات السابقة .

4 - أيضا ساعدت الدراسات السابقة الباحث في معرفة اوجه القصور والنقص في عمليات البحث الرقمي ، وسيقوم الباحث بتكملة هذا النقص من خلال هذا البحث .

المبحث الأول

مفهوم الاتصال وأنواعه ووظائفه

أدرك الناس أهمية الاتصال منذ فجر التاريخ ، ومع تتابع العصور زاد الإحساس بدوره البارز في استمرار حياتهم وتحقيق مصالحهم المختلفة ، وتوحيد جهودهم وترابط

مجموعاتهم وتنظيم أنشطتهم وتطور أنماط حياتهم فالإتصال بين أفراد المجتمع والمجموعات الاجتماعية المختلفة ضروري لتحقيق متطلبات المجتمع الإنساني ، وهو شرط من شروط بقاء الكائن البشري كما تقول المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم .

ونستطيع أن نعرف الإتصال بأنه (العملية التي تنتقل فيها الأفكار والآراء والمعلومات بين المخلوقات ، وفي مقدمة هذه المخلوقات الإنسان وتنتقل المعلومات عادة في نسق اجتماعي قد يكون محدوداً أو كبيراً ويحمل الإتصال عادة بمعنيته وبداخله أوجه لنشاطات وتعبيرات متنوعة تحمل معها أفكاراً واتجاهات لفظية أو بوسائل أخرى ، شخصية أو عامة غير شخصية ويكون الإتصال عادة بين شخصين أو أكثر أو جهتين) . (قنديلجي 2015 : ص 29)

هو عملية تبادل المعلومات والأفكار بين الأشخاص ، فإذا كان هناك شخص يعمل في مجال ما فإنه حتما يحدث اتصال بينه وبين شخص آخر على الأقل ونقول أنه تمت عملية الإتصال إذا وصلت الرسالة إلى المستقبل بطريقة أو بأخرى ، تجري عملية الإتصال عن طريق الإرسال والاستقبال لأن الشخص الذي يتحدث مع نفسه لا يحدث بذلك عملية اتصال ، إذا فالإتصال يتضمن مشاركة عدة أشخاص ولكي يكون الإتصال ناجحاً يجب أن تكون الرسالة المنقولة مفهومة المعاني وغير معقدة ، وإذا حدث خطأ في الرسالة المنقولة فإن الإتصال يتم بطريقة غير ناجحة وكذا غير فعالة نتيجة لأن المرسل قد تغلبت عليه الذاتية ولم يتم بعملية الإتصال بالصورة المثلى ومن عناصر الإتصال الأساسية : المرسل - الرسالة - المستقبل ، وتحدث عملية الاستجابة للرسالة المنقولة بشرط أن يعلم بها المستقبل كما لو كان هو المرسل وفي نفس الوقت المرسل الأصل هو المستقبل وبالتالي تتشكل لنا حلقة ولكي يتمكن المستقبل من الاستجابة المناسبة عليه أن يعتمد على حواسه بصفة كبيرة كي يصل إلى المعنى الحقيقي للرسالة .

وتعرف جيهان رشتي الإتصال بأنه : العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة - كائنات حيه أو بشر أو آلات - في مضامين اجتماعية معينة ، وفيها يتم نقل

أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين ، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء . (رشتي 1978 : ص 53)

وقال كارل هوفلاند أن الاتصال هو عبارة عن عملية يقوم بموجبها شخص (المرسل) بإرسال منبه (رسالة) بقصد تعديل أو تغيير سلوك شخص آخر في المستقبل . (Berlo : p 24 : 1960)

أما الدكتور فيصل أبو عيشه فيعرف الاتصال على أنه العملية الرئيسية التي تحمل بداخلها عمليات فرعية وأوجه نشاط متنوعة ، وهو تفاعل بالرموز اللفظية الشخصية وغير الشخصية بين طرفين أحدهما مرسل والثاني مستقبل ، ينشأ عنه تفاعل وردود فعل ايجابية كانت أم سلبية . (ابو عيشة 2010 : ص 18)

أصل كلمة اتصال :-

عند إخضاع أصل مفهوم الاتصال إلى التحليل بوصفه تعبيراً لغوياً ، نجده مشتقاً من الكلمة اللاتينية COMMUNIS التي تعني في اللغة الانجليزية COMMON أي مشترك أو اشتراك ، فحينما نحاول أن نتصل أو نتواصل فإننا نحاول أن نؤسس شراكة مع شخص أو مجموعة من الاشخاص اشتراكاً في المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات ، بينما نجد المعنى اللغوي للاتصال في العربية يشير إلى الإبلاغ أو الإخبار والربط وإقامة الصلة أو التتابع أو الاستمرار في التواصل وهذه المعاني اللغوية تحمل في طياتها المعاني الاصطلاحية للاتصال ، والاتصال كمفهوم حديث سبق أن استخدمه علماء الاجتماع الاوائل امثال (تشارلز كولي) و (جون ديوي) فوصف كولي الاتصال بأنه طريقةٌ وجد العلاقات الانسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز في المكان واستمرارها عبر الزمان ، وهي تضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة وخطوط البريد والبرق والتلفون وكل التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان . (الدليمي 2001 : ص 28-29)

هذا ويعتبر المدلول اللغوي قريب من المفهوم الاصطلاحي ، سواء في المعنى الكلاسيكي لكلمة اتصال هذا المعنى الذي يجعل المستقبل مجردا من الإرادة عند عملية التلقي ، أو من خلال التعاريف الحديثة التي تؤكد على التفاعل بين أطراف الاتصال أو تلح على عنصر الاختيار إذ أنها تعتبر الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تُشكّل في عقولهم صورا ذهنية عن العالم وهم يتبادلون هذه الصور الذهنية عن طريق الرموز ، ويعتبر هؤلاء الاتصال مشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف ، دون أن يعني ذلك الاتفاق في الفكرة أو الاتجاه أو الموقف . (دليو وآخرين 2003 : ص 9)

ولكن يبقى جوهر الاتصال هو العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات وغيرها بين من يقوم بإصدارها والتعبير عنها وبين من يتلقاها وما ينتج عن ذلك من تفاعل وتواصل وتغيرات تختلف باختلاف النسق الذي تتم فيه العملية ، وهذا ما أوضحه محمود عودة عند تعريفه للاتصال بقوله : مفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه ، بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل . (عوده 1971 : ص 5)

أيضاً يعرف الاتصال بأنه عملية نفسية اجتماعية ضرورية للإنسان ، ويدُعى الاتصال كعلم بدراسة تبادل المعاني بين الأفراد في المجتمع عبر نظام مشترك من الرموز . (Littlejohn 1978 : p 375)

وخلاصة للقول فإن التعاريف الحديثة تشير إلى ذلك النوع من الاتصال الذي يتم بين طرفين بشكل تفاعلي ، كما يحدث في أساليب التربية الحديثة أو داخل المؤسسات ذات التنظيم العالي والديمقراطي ، في حين أن التعاريف الكلاسيكية تؤكد على دور المرسل في توجيه المضامين نحو المستقبل بغرض تغيير مواقفه وسلوكه ، وهذا ما أفاضت في ذكره مدراس الإعلام الأمريكية التي شرحت خصائص وشروط هذا التأثير بل أنها توسعت في

الكشف عما تعتبره أسلوباً تضليلياً تقوم به وسائل الدعاية والإعلام الأمريكية على وجه الخصوص .

أهمية الاتصال :-

ويعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الانساني ، وتلعب أنواع الاتصال المختلفة دوراً كبيراً في حياة كل شخص مهما كانت الوظيفة التي يشغلها ، أو وقت الفراغ المتاح أمامه ، فالالاتصال يؤثر على كل فرد بشكل أو بآخر ، وإذا سألنا أي إنسان أن يصف لنا سيرة حياته اليومية فإن الاجابة المؤكدة تكون اما القيام بالاتصال Communicating أو تلقي الاتصال To being Communicated ، ويعد الاتصال من السمات الانسانية الأساسية سواء كان في شكل صور أو موسيقى وسواكإن اتصالاً فعلياً أم مستترا ، اعلامياً أم اقناعياً ، مخيفاً أم مسلياً ، واضحاً أم غامضاً ، مقصوداً أم عشوائياً ، داخلياً أم مع أشخاص آخرين ، فالالاتصال هو القناة التي تربطنا بالإنسانية ، وهو الذي يمهد لكل ما نقوم به من أفعال . (Bittner 1986 : p 5-8)

إن الاتصال مهارة انسانية متميزة قائمة على استعمال الرموز وتبادلها ، وعبر التاريخ سعى الانسان جاهداً لتطوير مهاراته في الاتصال وتطوير الوسائل المساعدة في ذلك ، بل إن التطور الانساني والحضاري بمجمله قد يعزى إلى عاملين رئيسيين هما : تطوير مهارات الاتصال ، وقدرة الانسان على التنظيم . (Macbride 1980 : p 3)

ويرى الباحث أن الإنسان أصبح في هذا العصر كائن اتصالي من الدرجة الأولى ، وتطورت وسائل الاتصال بشكل يجعل من التواصل أكثر سهولة ويسر هذا النمو الكاسح لوسائل الاتصال ومولدها من رحم بعضها بعضاً يشكل توجيه هذه الوسائل نحو هدف معين أمر بالغ الأهمية بالنسبة لأي دولة أو مؤسسة أو شركة أو فرد ومن هنا تكمن أهمية تحديد ماهية الاتصال وأهميته الكبيرة في حياة الانسان .

ويمثل الاتصال لب العلاقات الاجتماعية ، وبقدر نجاح الفرد في الاتصال مع الآخرين بقدر نجاحه في الحياة ، حيث ينعكس ذلك على صحته النفسية والاجتماعية .. وبقدر نجاح الأمم في تواصلها مع ماضيها بترائه وثقافته وفي الاتصال مع الأمم الأخرى بقدر نجاحها في البقاء والاستمرارية والتطور . (اسماعيل 2003 : ص 18)

ونستطيع أن نلمس أثر الاتصال في كل أنواع العلاقات البشرية والتجمعات الإنسانية ، إذ أن أهمية الاتصال لا تقتصر على الفرد في علاقته مع الأفراد الآخرين ، ولكنها تشمل أيضاً الجماعات في علاقاتها بالجماعات الأخرى داخل المجتمع ، بل وتشمل كذلك المجتمع كله في علاقته بالمجتمعات الأخرى ، فعن طريق الاتصال تتعارف هذه الأنماط من الجماعات وتتلاصق وتتشابك مصالحها وتتداخل ، وبالاتصال تستطيع هذه الجماعات أن تحافظ على وجودها ، وأن تحقق أهدافها ، بحيث يمكن القول أن الاتصال هو أساس الحضارة الإنسانية ، فلم تصل الحضارة البشرية إلى ما هي عليه الآن بغير الاتصال بين الناس ، إن الاتصال من أهم عناصر الحياة التي لا يمكن ان تقوم من بدونه ، والتي يقتضي استمرارها أن يكون الأفراد دائماً مشغولين في محاولة نقل أفكارهم إلى الآخرين ، أو يكونوا هدفاً يتلقى الاتصال من الآخرين ، وإلا ما قامت الحياة واستمرت . (حجاب 2010 : ص 30)

أنواع الاتصال :-

هناك عدة أنواع للاتصال تختلف حسب الغرض من الاتصال ، ويعتبر التعرف على أنواع الاتصال المختلفة من الأمور المهمة التي تساعدنا في فهم عملية الاتصال بشكل عام ويمكن تقسيم أنواع الاتصال حسب اللغة المستخدمة في الاتصال وطريقة الاستخدام وكذلك يمكن تقسيمه حسب عدد المشاركين في العملية الاتصالية .

أولاً : تقسيم الاتصال حسب اللغة :-

1 - الاتصال غير اللفظي :-

يعد الاتصال غير اللفظي أقدم أشكال الاتصال ، ورغم ذلك فإن الاهتمام به يعد حديثاً نسبياً نظراً لما تتسم به الأفعال غير اللفظية من طبيعة معقدة ، ويأخذ الاتصال غير اللفظي مظاهر متعددة كالإشارات والإيماءات ، والصياح غير اللغوي وتعبيرات الوجه وحركات الجسم وغيرها ، وقد يأخذ الاتصال غير اللفظي صوراً أكثر تعبيراً ودلالة من مجرد الإشارات والإيماءات مثل العروض العسكرية والتي تحمل وسائل إنذار للأعداء ، فاستعراض القوة العسكرية من خلال العروض العسكرية رسالة مطوية تنبئ عن القوة ، كما أن المقاطعة الاقتصادية والحصار الاقتصادي لدول معينة هو شكل من أشكال الاتصال غير اللفظي ، وكذلك أعمال الإرهاب ، والإضراب عن العمل ، والاعتصام وهي أفعال تتحدث عن نفسها بغير ألفاظ . (اسماعيل 2003 ، مرجع سابق : ص 67) ، ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية ، ويطلق عليه أحياناً اللغة الصامتة (Knaap 1972 : p 13) Silent Language

والاتصال الغير لفظي هو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان ، أو قد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه : لغة الصمت ، والتعبيرات الحسية والفسولوجية كاصفرار الوجه أو تصبب العرق ، والتعبيرات الحركية واللغة الرمزية ، كرواية النكات التي تعتبر كصمامات أمان لتفيس التوتر ، لغة المظهر العام ، اللمس والإشارات كإيماءات الرأي التي تعني في بعض الحضارات الموافقة وفي البعض الآخر الرفض . (العبد 2010 : ص 61-62)

ويقسم بعض العلماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات هي :-

1 - لغة الإشارة : Silent Language وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي

سيستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره .

2 - لغة الحركة أو الأفعال : Action Language وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى غيرها يريده من معانٍ أو مشاعر .

3 - لغة الأشياء : Object Language ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارات والأدوات والحركة ، للتعبير عن معانٍ أو أحاسيس يريد نقلها للمتلقي ، فالملابس والأدوات الفرعونية التي تستخدم على المسرح مثلاً يقصد من استعمالها نقل الإحساس بالجو والزمان الفرعوني إلى المشاهدين لكي يعيشوا فيها طوال عرض المسرحية ، وارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتدي ملابس سوداء . (جوهر 1980 : ص 17)

وللاتصال غير اللفظي مزايا عديدة أهمها :-

- إنه أكثر صدقاً ، وأعظم تأثيراً من الاتصال اللفظي .

- إنه تأييد ودعم للاتصال اللفظي خاصة المواجهي منه ، فهو يقدم تفسيراً للرسالة ويوضح ما يخفق النص اللغوي في إيضاحه .

- إنه الوسيلة الأولى التي يستخدمها الإنسان ، فالطفل لا يستطيع التعبير عن انفعالاته خلال السنتين الأوليتين من عمره عن طريق اللغة ، ولكنه يستخدم الإشارات وحركات الجسم وتعبيرات الوجه كوسيلة صادقة للتعبير عن انفعالاته وتحقيق احتياجاته .

- أنه يتخطى حاجز اللغة ، فلا يشترط أن تكون هناك لغة منطوقة مشتركة بين المرسل والمستقبل . (اسماعيل 2003 ، مرجع سابق : ص 68)

2 - الاتصال اللفظي :-

وهو يعتمد أساساً على الرموز اللغوية ، ويتطور الرموز اللغوية تطور ذلك النوع من الاتصال ، ولكل بيئة لغتها الخاصة ، والتي تتواصل عن طريقها ، ولا يستطيع أحد أن يفهم ثقافة وحضارة تلك البيئة ما لم يفهم حق الفهم وسيلتها اللغوية في التعبير ، وإتمام الاتصال

اللفظي لابد أن يكون لديك لغة تستطيع أن تعبر بها عن أفكارك ، ولابد أيضاً أن تكون قادراً على فهم لغة الآخرين ، والاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي ليسا منفصلين عن بعضهما ، فكثيراً ما تستخدم إشارات وحركات لتوضيح معنى يصعب فهمه بالاتصال اللفظي .(اسماعيل 2003 ، مرجع سابق : ص 72-73)

عند استخدام الاتصال اللفظي يجب على المرسل مراعاة أن تكون اللغة المستخدمة في الاتصال تتلاءم مع نوعية الجمهور ودرجة ثقافته ، حتى يتسنى له فهم المقصود من الرسالة ، كما يجب أن يتحكم المرسل في نبرة الصوت حتى تكون مناسبة لنوعية الرسالة .

وقد بدأ استخدام اللغة في التفاهم الانساني عندما تطورت المجتمعات وأصبحت قادرة على صياغة كلمات ترمز إلى معانٍ محددة يلتقي عنها أفراد المجتمع ، ويعتمدون على دلالتها في تنظيم علاقاتهم والتعبير عن مشاعرهم ، وقد عكف فريق من علماء اللغة على دراسة دلالات الالفاظ ، وأسفرت جهودهم عن علم المعنى العام General Semantics الذي يهدف إلى تخليص الفكر الإنساني من المغالطات اللغوية .(عجوة وآخرون 1989 : ص 33-34)

ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي ، ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدرکه المستقبل بحاسة السمع .(مكاوي 2012 : ص 26)

والاتصال اللفظي يجمع بين الالفاظ المنطوقة والرموز الصوتية ، فعبارة : أهلاً وسهلاً" يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت ، ولا يخفى علينا أن هذا النوع من الاتصال لا يمكن أن يتم بمعزل عن طرق الاداء الأخرى غير اللفظية مثل الحركة .(أبو اصبح 1995 : ص 42)

ثانياً : تقسيم الاتصال طبقاً لعدد المشاركين فيه :-

1 - الاتصال الذاتي : Intrapersonal Communication

وهو الاتصال الذي يحدث في ذات الإنسان وعقله وتعالج أبحاثه الكيفية التي يعالج بها الإنسان - من خلال الرموز - أفكاره ورؤيته للعالم والآخرين والأحداث داخل الذات وخارجها ، بعبارة أخرى يبحث الاتصال الذاتي في محاولة كيف يشعر الإنسان ويفكر ، وكيف يستقبل المعلومات والرموز عبر الحواس الخمس (قنوات الاتصال الإنساني) ، ويخزنها ويحللها ويفسرها ، وكيف يترجم الخبرات إلى معاني وكيف يستجيب لكل ذلك .(الموسى 2012 : ص 62)

إذن الاتصال الذاتي هو تلك الأفكار التي تجول في عقل الشخص وقلبه وضميره ، فمثلا عندما يكون الشخص جليسا في مقعد حالفه ما وينسى أن ينزل في محطته المعتادة يكون هذا نتاج للاتصال الذاتي في داخله ، فمحاورة النفس يمكن أن تجعل الإنسان ينسى كل الأشياء من حوله .

2 - الاتصال الشخصي : Interpersonal Communication

وهو الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي ، حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك ونتيجة للاتصال المواجهي تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد ، ويتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة ، ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية و اقناعاً .(أبو اصبح 1995 ، مرجع سابق : ص 14-15)

يتيح هذا النوع من أنواع الاتصال للقائم بالاتصال خيارات عديدة في عملية الاتصال ، فهو يسمح للمرسل بكل سهولة أن يعتذر عن مضمون رسالته للشخص المتلقي كما يمكنه تعديل الرسالة لتتماشى مع اتجاهات المتلقي ، وهو يعتبر من أكثر أنواع الاتصال فعالية وتأثير .

3 - الاتصال الجمعي : Group Communication

يحدث الاتصال الجمعي بين مجموعة من الأفراد مثل : أفراد الأسرة ، زملاء الدراسة أو العمل ، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحادث ، أو اتخاذ قرار أو حل مشكلة ، حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي . (مكاوي 2012 ، مرجع سابق : ص 31)

ميزة هذا النوع من أنواع الاتصال أنه يتيح للمرسل أن يوجه رسالته لمجموعة من الأفراد المعروفين سلفاً على المستوى الشخصي للمرسل ، مما يتيح فرصة جيدة للنقاش ومعرفة الآراء الأخرى .

4 - الاتصال العام : Public Communication

ويعني وجود الفرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد كما هو الحال في المحاضرات والندوات والأمسيات الثقافية وعروض المسرح ، ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه مرتفع ، كما يتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة ، ويضم أعضاء الجماعة تنظيم داخلي وإن كان غير رسمي ، وعادة ما يتم هذا النوع من الاتصال في أماكن التجمعات أو تلك التي تقام خصيصاً لهذه الأغراض . (عبد الحميد 1997 : ص 34)

وتكون الرسالة الموجهة من المرسل للمستقبل في هذا النوع من أنواع الاتصال أكثر تخصصية ، حيث يمكن أن تتخصص الرسالة في موضوع معين يكون محط اهتمام الجمهور ، ويقوم المرسل بإرسال المعلومات ويستقبلها الجمهور ثم يردون على المرسل ببعض الأسئلة وهكذا .

5 - الاتصال الواسطي : Medio Communication

وهو الذي يتم على استعمال آلة اتصالية ، ويقتصر على عدد محدود من الأشخاص ، فهو لذلك اتصال يحدث في ظروف خاصة ولا تعتبر رسالته عامة بالرغم من عدم تجانس جمهوره المتلقي ، ومن الأمثلة على وسائل الاتصال الواسطي : الهاتف ، والرادار ، والأقمار

الصناعية ، والتلفاز المغلق أي التلفاز الذي يقتصر بثه على منطقة محدودة جداً كالجامعة مثلاً ، والأفلام المنزلية وهو لهذا يعد وسطاً بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري (Schramm 1973 : p1-40).

ويمكن استخدام الهواتف الأرضية أو المحمولة في هذا النوع من أنواع الاتصال ، حيث يمكن للمرسل الاستفادة من هذه الوسائل لإيصال رسالته للمتلقي بالصورة المثلى .

والاتصال الوسطي اتصال المواجهة من حيث قلة عدد المشاركين في الاتصال وفي الغالب يكون المتلقي شخصاً واحداً " وكذلك يكونون معروفين للقائم بالاتصال ، وتكون الرسالة ذات طابع خاص ، فهي محظورة على التعميم ، والمشاركون فيه عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي وغالباً ما يكون الاتصال الشخصي غير محكم البناء Unstructured. (مكاوي 2009 : ص 23)

6 - الاتصال الجماهيري : Mass Communication

هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ، ويتميز الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات والمستويات ، ولأفراد غير معرفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة ، مع قدرة على خلق رأي عام وعلى تنمية اتجاهات وأنماط كم السلوك غير موجودة أصلاً ، والمقدرة على نقل الأفكار والمعارف والترفيه . (مكاوي والسيد 2012 : ص 23)

ويمكننا القول أن الاتصال الجماهيري هو اتصال منظم ومرتب ومدروس أي أنه اتصال تم اعداد رسالته وتجهيزها مسبقاً من أجل تحقيق أهداف محددة يسعى لها المرسل ، ويكون القائم بالاتصال في هذا النوع من أنواع الاتصال معروفاً للمتلقي ، ولا بد أن تكون الوسيلة التي ترسل من خلالها الرسالة واسعة الانتشار وتستطيع أن تصل إلى جماهير عريضة ومختلفة وغير متجانسة ، ومن عيوب الاصل الجماهيري غياب رجع الصدى فيه فهو

اتصال في اتجاه واحد من المرسل للمتلقي وتكمن صعوبة الرجوع في ضخامة الجمهور وتنوعه وتباين أفكاره .

خصائص الاتصال الجماهيري :-

تؤثر وسائل الاتصال الجماهيرية في الأفراد والمجتمعات ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، غير أن الاتصال الجماهيري يختلف عن أنواع الاتصال الأخرى من عدة نواحي هي :-

- يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائل النقل سواء ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما أو توليفه من كل ذلك ، بهدف نشر الرسائل على نطاق واسع ، وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرة ، ويغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال إلى حد ما .

- يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة إلى ملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض معرفة شخصية ، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفاً عن أنواع الاتصال الأخرى ، فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقة .

- تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات رسمية مثل الشبكات والسلاسل ، فالالاتصال الجماهيري عبارة إنتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف .

- تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة .

- يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابات الإعلامية ، ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال المواجهي ، إلا أنه

في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الاشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام .

- يكون رجع الصدى متأخراً في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى ، وسواء كان رجع الصدى ناقصاً أو بطيئاً فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها سواء بالنسبة للمرسل أو المستقبل .(مكاوي 2009 ، مرجع سابق : ص 25-26)

الاتصال التبادلي (التفاعلي) : Interactive Communication

هو نمط اتصالي جديد يتسع لكل انماط الاتصال يقوم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل لؤار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع حرية المتلقي في الاختيار ، وتطور الاتصال التفاعلي مع تطور وسائل الاتصال بحيث أصبح هذا النوع من أنواع الاتصال يرتبط بالأجهزة والآلات الحديثة والانترنت .

وهو من إفرازات تقنية الاتصال الحديثة وفيه يتواصل الانسان مع الحاسوب المربوط بقواعد البيانات ومراكزها عبر شبكة الانترنت ، ويسمح هذا النوع من الاتصال للإنسان أن يستخدم هذه البيانات ويتفاعل معها ، فهو يستطيع أن يحجز مقعداً في مسرح لمشاهدة عرض مسرحي ، كما يستطيع أن يلعب الشطرنج مع آخرين من دون أن يراهم في بلدان أخرى ، أو يشتري ويبيع بما يعرف بالتجارة الالكترونية ، ويستطيع الإنسان بواسطة الحاسوب أن يرتحل عبر طرق الإعلام السريعة لحصل على المعلومات من أركان المعمورة الأربعة ، والجدير بالملاحظة أن هناك الملايين من الحواسيب متصلة بشبكة الانترنت يستطيع الإنسان أن يتصل معها إذا ما استخدم البرامج المناسبة والأجهزة الحديثة .(الموسى 2012 ، مرجع سابق : ص 73)

ومن عيوب الاتصال التفاعلي أنه يساعد الأفراد على العزلة والذاتية في الحصول على المعلومات مما يجعل الفرد انطوئياً في بعض الأحيان ومنغلقاً على نفسه بشكل كبير .

وظائف الاتصال :-

تتبين من خلال مفاهيم الاتصال الجماهيري المتعددة أن هناك الكثير من الوظائف التي يقوم بها الاتصال في المجتمع وحدد كثير من العلماء وظائف الاتصال في الآتي :-

الإعلام :-

وتتضمن هذه الوظيفة عملية نقل الأخبار بصورة تساعد على السيطرة على البيئة ومراقبتها والإشراف عليها ، فالرسائل التي تنقلها وسيلة الاتصال تكون محملة بالمعلومات التي يهدف المرسل إلى توصيلها وإعلام المستقبل بها ، ووجود الانسان في بيئة ما يفرض عليه الإلمام بكثير من المعلومات حتى يمكنه التعامل مع هذه البيئة بما يحفظ له حياته .
(هيبة 2005 : ص 121)

التنشئة :-

هنا يلعب الاتصال دوراً محورياً في نقل التراث من جيل لآخر مما يحمي الأفراد من التأثيرات المدمرة التي قد تهدد هويتهم القومية والخصوصية التي تميز مجتمعهم ، والتي يمثلها هذا التراث ، والاتصال يستطيع أن يزود الأفراد بالثقافة الرفيعة ، وفي نشر الافكار العقلانية وإتاحة فرص التعليم لأعداد متزايدة ولارتفاع مستواه . (هيبة 2005 ، مرجع سابق : ص 121)

التنشئة الاجتماعية تعني توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكّن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه ودعم التآزر والوعي الاجتماعيين ، ومن المتعارف عليه أن المدرسة تتولى مهمة التوجيه ، بعد العائلة باعتبار أن الطالب يقضي قسماً مهماً من حياته فيها ، لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية ، والدينية والاقتصادية له دور كبير في المجال .(حجاب 2010 : ص 50)

التعليم :-

تعليم المهارات المطلوبة وتعليم الكبار القراءة وتعليم الأطفال وتعليم المزارعين وسائل الزراعة الحديثة ، وتدريب المهندسين والأطباء وتزويد العمال بالمهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 48)

الترفيه :-

وظيفة الترفيه تشارك الوظائف الأخرى في غاياتها ، فهي وظيفة إخبارية وتثقيفية وتعليمية وتنموية ولكن في قالب طريف مستتر وغير مباشر ، تستغل فيها ساعات الفراغ ، وليس القول بأن صناعة الترفيه لا تنطوي على أي قيمة اجتماعية ، ثقافية أو سياسية إلا مجرد خدعه وتضليل لتمير الرسالة .(دليو ، مرجع سابق : ص 76)

التكامل :-

الاتصال من شأنه أن يسهل عملية تداول وانتشار نفس الأفكار والقيم والمعايير عبر أقاليم وفئات وطوائف وطبقات المجتمع ، وعبر فئات العمر والمهن والدخول ، كما أن الاتصال هو أداة الربط بين جماعات المجتمع وبين المجتمعات المختلفة وما تمثله من ثقافات ومؤسسات .(هيبه 2005 ، مرجع سابق: ص 122)

التنمية :-

تتم هذه الوظيفة من خلال الاعلانات والبرامج الإرشادية والتوعوية وكذا الوظيفة التسويقية ، وعليه يجب على الدول المتخلفة اقتصادياً أن تلجأ إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال ووضع استراتيجيات محددة لها للتحكم في اقتصادها وتنميتها .(دليو ، مرجع سابق : ص 75-76)

المبحث الثاني

عناصر الاتصال

عندما ننظر للاتصال على أنه عملية مشاركة فهذا يعني أن هذه العملية لا تنتهي بوصول الرسالة إلى المتلقي وإنما كل العوامل الوسيطة التي ساعدت على وصول هذه الرسالة إلى هدفها ، فهناك القناة التي نقلت عن طريقها الرسالة وهذه القناة لديها خصائص وسياسات ومبادئ ، وكذلك هناك رجع الصدى من الرسالة المرسله وتأثير هذه الرسالة على المتلقي وهل حققت أهدافها .

ولكي نفهم مضمون ومحتوي الرسائل الإعلامية والعوامل التي تؤثر عليها لابد ان نعرف العناصر والمقومات الرئيسية لعملية الاتصال ، اصطلاح العملية في الاتصال يشير

إلى أن الاتصال ظاهرة تتغير بشكل مستمر ، وتتأثر بعوامل عديدة ، ويقوم على التفاعل بين عناصره المختلفة وأن تأثير وسائل الإعلام لا يتم بصورة مباشرة مثل الرصاصة التي تصيب الإنسان ، أو الحقنة التي تؤخذ تحت الجلد تحدث تأثيراً مباشراً ، والصحيح أن الاتصال بصفته عملية يشتمل على العديد من المتغيرات التي ينبغي أن يحسب حسابها ، مثل متطلبات الموقف الاتصالي ، واتجاهات المتلقي والظروف المحيطة به ، وطبيعة الرسالة الإعلامية . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 157)

ولنجاح الرسالة الإعلامية لابد من بنائها بالشكل والأسلوب الذي يجعلها قادرة على الوصول للجمهور بشكل سهل ومبسط ، لذا لابد لمعد الرسائل الإعلامية من التخطيط الجيد ومعرفة حاجات ودوافع واتجاهات الجمهور المستهدف وذلك للوصول للاستجابة المطلوبة .

ويبدأ التخطيط لبناء الرسالة الإعلامية وتنظيم محتواها ، باختيار المداخل الأساسية لإقناع المتلقي بالفكرة أو الاتجاه أو السلوك ، وهذه المداخل هي التي تؤثر على اختيار الرمز والمعنى في بناء الرسالة الإعلامية . (عبد الحميد 2010 : ص 395)

يتفق معظم الباحثين على أن العناصر الرئيسية لعملية الاتصال الجماهيري تتألف من مرسل ، رسالة ، وسيلة ، مستقبل ورجع صدى وتعرض لهذه العناصر بالتفصيل على النحو التالي :-

أولاً : القائم بالاتصال (المرسل) - Communicator

مفهوم القائم بالاتصال :-

ويقصد به منشئ الرسالة ، وقد يكون المصدر فرداً أو مجموعة من الأفراد وقد يكون مؤسسة أو شركة ، وكثيراً ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال ، غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال ، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث ، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره ، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور ، وهناك بعض دراسات الاتصال تذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال وإن اختلف الدور ، بينما يذهب نوع آخر من

الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط في حين يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى ، فإن البعض الآخر يضيّق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي .

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال ، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي ، فعرّف بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال ، فعرفته بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها ، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات و كفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها ، أو أن القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم الذين يؤدون دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسائل الإعلامية . (فوال 1992 : ص 5)

يعد المرسل العنصر الأول والأساسي في عملية الاتصال ، والحركة الأولى في دورتها ومسيرتها ، ويسمى المصدر أو مصدر المعلومات ، ويسمى أيضاً المتصل ، والمرسل هو منشئ الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة في توصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور . (آل مساعد والعقباري 2011 : ص 18)

المرسل هو الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده (هذه الرموز تكون الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلي جمهور معين) فإذا نجح المرسل في اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكره تعبيراً صحيحاً ودقيقاً وواضحاً ، يكون بذلك قد وضع قدمه على الطريق الصحيح ، أما إذا عجز هذا المرسل عن صياغة أفكاره في رموز واضحة تعبر عما يقصده انهارت عملية الاتصال في مراحلها الأولى وتحولت إلى عبث قد يسبب الضرر بدلاً من النفع . (مكاوي والسيد 2012 ، مرجع سابق ص 44)

والمصدر قد يكون متمثلاً في شخص يتحدث أو يكتب أو يرسم أو يومي ، أو مؤسسة اتصالية (صحيفة ، دار نشر ، محطة إذاعة أو تلفزيون) . (الطنوبي 2001 : ص 101)

يقول ولبور شرام إن المرسل لابد وأن يضع رسالته في شكل أو صيغه محددة من الرموز الاتصالية كالصحف والإذاعة والتلفزيون وغيرها لكي تنتشر بسرعة في أماكن بعيدة ، وبمجرد أن ترسل الرسالة تصبح طليقة وليس لصاحبها سلطان عليها وكثيراً ما نسأل أنفسنا بعد إرسال خطاب معين هل سيصل إلى المرسل إليه ، وإذا وصله هل سيفهمه بالطريقة التي نريدها ؟ ويتوقف نجاح الاتصال على مدى كفاءة العناصر المختلفة ، فإذا كان المرسل ضعيفاً في كتاباته أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه أثر ذلك على الاتصال وإذا كانت الرسالة غير مصوغة بالطريقة الفعالة فإنها تؤثر أيضاً على نجاح الاتصال ، كما أن الوسيلة ينبغي أن تكون من القوة والمرونة بحيث تصل الإشارة إلى المستقبل في الوقت المناسب والزمان المناسب مهما حدث من تداخل ، والمستقبل نفسه وقدرته على حل الرموز بالطريقة المطلوبة من أهم العناصر لإتمام الدورة الاتصالية . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 101-102)

ولابد للقائم بالاتصال في كل الأحوال معرفة كل الجوانب المؤثرة على الجمهور وذلك لمعرفة خصائص هذا الجمهور ومن ثم وضع الرسائل ذات المحتوى والشكل الذي يؤثر في الجمهور ويؤدي إلى تحقيق الأهداف العامة للقائم بالاتصال .

والقائم بالاتصال هو طرف من أطراف العملية الاتصالية ، وتكمن مهمة القائم بالاتصال في توصيل الرسالة الاتصالية إلى المستقبل وهناك مجموعة من العوامل تؤثر على فعالية ونجاح القائم بالاتصال في العملية الاتصالية .

ولا يقف الأمر عند حدود تأثيرات الأطر الدلالية للمتلقين التي ترتبط بالأنماط الاجتماعية والثقافية ، ولكن يصل إلى حدود العلاقة مع وسائل الإعلام نفسها والعوامل المؤثرة في الاستخدام والتعرض ، بظروفه المختلفة ، وذلك بجانب الدراسات الإحصائية

عن الحجم والعدد والتوزيع الجغرافي لتصنيف الفئات المختلفة لجمهور المتلقين . (عبد الحميد 2010 ، مرجع سابق : ص 183)

وهناك عدة متطلبات لا بد من القيام بها حتى يتم الاتصال بكفاءة عالية ويمكن استعراضها في الآتي :- (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 102)

- 1 - أن يكون المرسل متأكداً من كفاية معلوماته ووضوحها .
 - 2 - أن يكون ترميز الرسالة على درجة عالية من الدقة ، وأن تكون الإشارات قابلة للانتقال بسرعة وكفاية ودقة .
 - 3 - أن تفسر الرسالة تفسيراً يتفق مع ما كانت تقصده عملية الإعداد الرمزي وتعنيه .
 - 4 - أن يعالج الهدف أو الغاية التفسير الرمزي للرسالة بحيث تحدث الاستجابة المرغوبة .
- والقائم بالاتصال هو طرف من أطراف العملية الاتصالية ، وتكمن مهمة القائم بالاتصال في توصيل الرسالة الاتصالية إلى المستقبل وهناك مجموعة من العوامل تؤثر على فعالية ونجاح القائم بالاتصال في العملية الاتصالية وهي :- (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 170)

أ - المركز الاجتماعي للقائم بالاتصال : يميل الجمهور للاستماع إلى نصائح الشخص الذي يتمتع بمكانة اجتماعية عالية ، وأن يكون قادراً على التأثير في الجمهور ، ويرجع الأثر الذي يحدثه المركز الاجتماعي للقائم بالاتصال على الجمهور إلى : الميل إلى محاكاة الأشخاص ذوي المكانة العالية ويتقنون في قراراتهم .

ب - اتجاهات القائم بالاتصال : وتعني مدى استعداد القائم بالاتصال لعملية الاتصال ومدى قبوله ورفضه لموضوع الرسالة ، فكلما كانت اتجاهاته إيجابية حول نفسه والموضوع والمستقبل ساعده ذلك على القيام بعملية اتصال فاعلة .

ج - مستوى معرفة القائم بالاتصال : ويعني أن تتوفر لدى القائم بالاتصال كمية معقولة من المعلومات عن الموضوع الذي سينقله إلى الجمهور وكذلك عن الجمهور وخصائصه ، والتعرف على الظروف المحيطة بعملية الاتصال .

القائم بالاتصال وحارس البوابة :-

أشارت بعض الدراسات أن الرسالة الإعلامية تمر بالعديد من المراحل وهي في عملية الانتقال من المصدر إلى المتلقي ، وتم تشبيه هذه العملية أو المراحل بسلسلة مكونة من عدة حلقات ، وتكون هذه السلسلة معقدة لأن المعلومات تدخل إلى شبكة اتصال معقدة حيث تنظم هذه الشبكة المعلومات التي تمر خلالها حتى تصل إلى هدفها .

وأصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح ، كما أن كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ ، فعندما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو الإذاعة أو محطة التلفزيون ، نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها ، ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يومياً بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة ونظراً لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات والمراكز أو المناصب التي تنفذ فعلاً تلك القرارات ، وطبيعة القائم بالاتصال والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية ، والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 268)

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة :-

يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل رئيسية هي :- (مكاوي والسيد ، مرجع سابق 2012 : ص 178)

1 - قيم المجتمع وتقاليده :-

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام ، من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال ، فأى نظام اجتماعي ينطوي تحت قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ، ويعمل على تقبل المواطنين لها ، ويرتبط ذلك بوظيفة "التنشئة الاجتماعية" وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة ويرى "وارين بريد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله ، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير منه أو أنه نقطة سلبية ، ولكن يتغاضى القائم بالاتصال أحياناً عن تقديم بعض الأحداث إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية ، فقد تضحي وسائل

الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي ، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير ، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليدته ، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن ، النظام السياسي و الاقتصادي ، احترام رجال الدين والقضاة ، والمجتمعات المحلية ، وتوقير كبار السن والقادة ، والأمهات ، ورجال الجيش وغالبا ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار ، لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع .

2 - المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :-

تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال على عمله ، والمواد الإعلامية التي يقدمها ، وتتمثل هذه العوامل أساسا في "الجنس ، العمر ، الدخل ، الطبقة الاجتماعية ، التعليم الانتماءات العقائدية والفكرية والإحساس بالذات كما يعد الانتماء عنصرا محددًا من المحددات الشخصية المهمة ، لأنه يؤثر في طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالقائم بالاتصال كما أن القائم بالاتصال ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية والاجتماعية والسياسية ، والاقتصادية ، التي تعد بمثابة جماعات مرجعية ، يشارك القائم بالاتصال أعضاءها في الدوافع والميول والاتجاهات ، وتبرز قيمهم في اتخاذ قراراته ، وقيامه بسلوك معين وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته . (مكاوي والسيد ، مرجع سابق 2012 : ص 178)

3 - المعايير المهنية للقائم بالاتصال :-

يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها ، وتتضمن المعايير المهنية ما يلي :- (مكاوي والسيد ، مرجع سابق 2012 : ص 181)

سياسة المحطة الإعلامية :-

إن خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوط على القائم بالاتصال ، ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية ، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم ، ومدى ارتباط

المؤسسة بمصالح معينة أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية ، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج. وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم للجمهور ، وتنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء ، فهم لا يعبرون عن أفكارهم ، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه .

مصادر الخبر :-

أشارت اغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره ، لكن لا يمكنه الاستغناء عن مصادره ، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتواءه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار شاقة للغاية وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي :-

- 1 - تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة.
- 2 - تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم .
- 3 - تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة .
- 4 - تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.
- 5 - تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون .

علاقات العمل وضغوطه :-

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال ، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا ، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال ، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ،

ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة ، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي ، ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه ، ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها ، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية ، فكل صحفي يسعى دوما إلى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجماعة التي فيها .

4 - معايير الجمهور :-

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال عليه ، فالرسالة التي يقدمها تحددها إلى حد ما توقعاته من ردود فعل الجمهور ، وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال كما أكد "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه ، له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه ، فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها ، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية .

ثانياً : الرسالة :- Message

تتألف الرسالة من مجموعة رموز مفيدة ، تكون في الأغلب لغوية يتم اختيارها بصورة منظمة بقصد إيصال المعاني من المرسل إلى المتلقي وإذا كان الهدف هو إيجاد معان متماثلة عند المشاركين في الاتصال ، فإن ذلك التماثل لا يمكن أن يحدث بشكل كامل لأسباب لها علاقة باللغة ، وخاصة أن الخبرة الشخصية تضفي على المعاني خصوصية تختلف من شخص الى آخر ، إن المعني يأتي من خبرة الإنسان مع الرمز ، ومن تمثيل الرمز لشيء معين ، وأخيراً من استخدامه لتحقيق أغراض وأهداف معينة ، ويذهب عصام سليمان الموسى إلى أن الرسالة تتكون من ثلاثة عناصر رئيسة هي :-

1 - الرموز .

2 - المضمون - أي المعاني والأفكار للتعبير عن هدف .

3 - المعالجة أو الأسلوب وطريقة التقديم . (الموسى 2012 ، مرجع سابق : ص 89-90)

وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل ، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة ، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها ، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلاً تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه ، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك ، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل ، والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم ، من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد ، حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فإنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي ولا تحيطه علماً كافياً بموضوع الرسالة ، الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه ، أما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يستطيع جهازه الإدراكي على الربط بينها .

كما أن الرسالة يمكن أن تكون صورة أو كلمات مكتوبة على الورق أو موجات صوتية عبر الأثير أو إشارة يمكن تفسيرها وإعطائها معنى محدد . (الطنوبي 2001 ، مرجع سابق : ص 101)

والرسالة هي المعنى الذي كونه المرسل وهي تتكون في حد ذاتها من مجموعة من الكلمات والقواعد اللغوية والأفكار ، والشكل الظاهر للمتصل ، وحركات الجسم والصوت وجوانب الشخصية التي تظهر للطرف الآخر ، كما أنها تشمل الانطباع الذي يعطيه الإنسان عن نفسه (واثق ، خائف ، متردد .. الخ) بأسلوبه في التغيير . (الطنوبي 2001 ، مرجع سابق : ص 101)

ثالثاً : القناة أو الوسيلة : - Medium

وهي وسيلة الاتصال التي تنقل الرسالة وتوصلها من المرسل إلى المستقبل وفي الاتصال الجماهيري تتكون القناة من آلات وأجهزة فنية قادرة على صنع نسخ كثيرة من الرسالة التي صممها المرسل لتوزع على الجمهور المستقبل ، ومثال على ذلك فإن صوت المذيع يتسبب في اهتزاز أمواج الهواء وأمواج الهواء ترتطم بالميكروفون ، والميكروفون يحولها إلى نبضات كهربائية وتسري هذه النبضات عبر أجهزة الإرسال التي تحولها إلى موجات كهرومغناطيسية تنتشر في الأثير ، وهنا يأتي دور أجهزة الاستقبال " كالمذيع " لكي تستقبل تلك الموجات وتعيد تحويلها إلى تيار كهربائي ثم الي صوت يهز أمواج الهواء ويرتطم بالأذن التي تستقبله . (الطنوبي 2001 ، مرجع سابق : ص 67)

وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال ، فهي في الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون ، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون عبر الميكروفون لأنها تتيح فرص فهم الرسالة ، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون الأداة مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو ، أما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية) وإنما تكون طبيعية أي وجهها لوجه .

يمكن أن تصل الرسائل للمتلقين عبر قنوات متعددة ، فالرسائل الشخصية نستقبلها عن طريق الحواس مثل : السمع ، والنظر ، والشم ، واللمس ، والتذوق ، والرسائل العامة نتلقاها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات ورايو وتلفزيون وسينما ، وتتسم بعض الوسائل بكونها أكثر فعالية من وسائل أخرى ، وتتوثر طبيعة اختيار الوسيلة الموصلة في الرسائل المنقولة بحيث تزيد أو تقلل من فعاليتها ، وتشير التجارب إلى أن كل فرد لديه قنوات مفضلة في استقبال الرسائل عن القنوات الأخرى .(مكاوي 2009 ، مرجع سابق : ص 31)

وقد مرت كل وسيلة جماهيرية بأربع مراحل مؤثرة في حصولها على قبول الجماهير لها :- (الهاشمي 2004 : ص 54)

المرحلة الأولى : النظر إلى الوسيلة باعتبارها مثيرة للإعجاب ، وينطبق ذلك على بدايات الصور المتحركة وأثرها الساحر .

المرحلة الثانية : تقبل الجمهور للوسيلة وأثرها المتوقع .

المرحلة الثالثة : التقدم الفني للوسيلة واكتسابها للشرعية .

المرحلة الرابعة : تقبل الجمهور للوسيلة وانغماسها في ثقافة الأفراد وجزء من حياتهم اليومية .

إن الوسيلة التي نحصل أو نتبادل عن طريقها المعلومات قد تؤثر في تفكير الأفراد وسلوكهم أكثر من بعض محتويات الرسالة نفسها ، فالوسيلة ليست شيئاً محايداً أو سلبياً ، إنها تؤثر تأثيراً متفاوتاً لدى المعرّضين لها بل حتى لدى مستعملها . (دليو 2003 ، مرجع سابق : ص 60)

رابعاً : المستقبل :- Receiver

هو المتلقي الذي تصله رسالة المرسل فيعمل على فك رموزها وتحويلها إلى معني بقصد تفسيرها وفهمها ، فالمستقبل يحلل الرسالة ويفكك رموزها حتى يفهمها وفي حالة الاتصال الجماهيري فإن المتلقين للرسالة يبلغون أعداداً كبيرة ولذلك ندعوهم بالجمهور المستقبل Mass audience ويتصف هذا الجمهور عادة بضخامة الحجم والتفرق واللاتجانس واختلاف الاستعدادات والقدرات ، فيه الكبير والصغير ، وفيه الذكور والإناث على حد سواء ، وبما أن هذا الجمهور يكون منفصلاً عن المرسل الإعلامي ، فإن مخاطبته تستدعي بالتأكيد توافر مهارات مميزة في ذلك المرسل من أجل الوصول إلى هذا الجمهور وشد انتباهه له ولما قول ، وبطبيعة الحال فإن مهارات المرسل الإعلامي تظهر في الاستراتيجيات المدروسة التي يتبعها ويطبّقها لدى صياغة الأفكار وإرسالها . (الموسى 2012 ، مرجع سابق : ص 91)

المستقبل هو ذلك الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها ، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال ، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور ، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية ، فهو قد يرفضها أو يستجيب لها ، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته ، وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها .

والمتلقي لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة ، وإنما يقوم بعمليات تنقيح وتنقية حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته ، ففي خلال عملية انتقال الرسالة من المرسل إلى المتلقي ، قد تطرأ على الرسالة تحريفات في الصوت أو الكتابة ، وهذا ما أطلق عليه علماء الاتصال "التشويش" Noise عندما يحدث في عملية نقل الأفكار في رموز ، كما أطلقوا عليه تعبير عدم التيقن Entropy حينما يحدث أثناء تفسير هذه الرموز من خلال المتلقي ، ويمكن التغلب على التشويش وعد التيقن من خلال تكرار الرسالة Redundancy حتى يتفهم المتلقي ما يخفى عليه من جوانب الرسائل (مكاوي ، مرجع سابق : 2009 ص 19)

والهدف أو المستقبل أو الوجهة قد يتمثل في شخص ينصت أو يراقب أو يشاهد أو يقرأ وقد يكون عضواً في جماعة مناقشة أو جمهور كرة أو عضو في جمهور جمعي كقارئ الصحيفة ومستمع الراديو ومشاهد التلفزيون . (الطنوبي 2001 ، مرجع سابق : ص 101)

خامساً : التغذية العكسية أو رجوع الصدى - - Feed Back

وهو يعني رد الفعل الذي يبديه المتلقي استجابة لما يكون المرسل قد أرسله من معلومات ورسائل ، فالرجع إذن هو اتصال مرتد من المستقبل إلى المرسل ويتيح للمرسل المجال للحصول على معلومات عن مدى تفاعل المتلقي مع الرموز التي أرسلها في الأصل إلى المستقبل ، لذلك فإن رجوع الصدى يمثل مؤشراً في غاية الأهمية بالنسبة لدورة في العملية الاتصالية ، إذ أن المرسل يقدر على ضوء المعلومات الراجعة إليه من

المستقبل أن يقوم بضبط رسائله اللاحقة بصورة فعالة تتماشى والاستراتيجية الموضوعية .
(الحسن 1998 : ص 18)

وهي إعادة ارسال الرسالة من المستقبل إلى المرسل واستلامه لها وتأكده من أنه تم فهمها ، والمرسل في هذه الحالة يلاحظ الموافقة أو عدم الموافقة على مضمون الرسالة ، إلا أن سرعة حدوث التغذية العكسية تختلف باختلاف الموقف ، فمثلاً في المحادثة الشخصية يتم استنتاج ردود الفعل في نفس اللحظة بينما ردود الفعل لحمله إعلانية ربما لا تحدث إلا بعد فترة طويلة ، وعملية قياس ردود الفعل مهمة في عملية الاتصال حيث يتبين فيما إذا تمت عملية الاتصال بطريقة جيدة في جميع مراحلها أم لا ، كما أن ردود الفعل تبين التغيير بعملية الاتصال سواء على مستوى الفرد أو على مستوى المنشأة . (السكرانه 2015 : ص 26-27)

أما في حالة الاتصال الجماهيري فإن الرجوع أو رد الفعل يكون بطيئاً متأخراً بسبب انفصال المرسل عن المستقبل ، على عكس الاتصال المواجهي الذي يتم فيه الرجوع فوراً وسريعاً ، ولذلك لكي يتغلب الإعلاميون على هذه السلبية في الاتصال الجماهيري فإنهم يلجؤون إلى إتباع أساليب مختلفة تعوض عن نقص معرفتهم لرد فعل جمهورهم لرسائلهم الإعلامية ومن هذه الأساليب التعرف على خصائص الجمهور وصفاته عن طريق البحوث والدراسات الميدانية . (الحسن 1998 ، مرجع سابق: ص 19)

سادسا : التأثير :- Effective

الأثر هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء ، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية . (مكاوي والسيد ، مرجع سابق 2012 : ص 52)

الأثر هو نفسه الهدف بالنسبة للمرسل ، وقد يكون الهدف هنا التأثير على أفكار المتلقين أو مشاعرهم أو اتجاهاتهم أو آرائهم ، لتحقيق طلب أو تلقي معلومات ، وهو الذي يحدد مدى النجاح لعملية الاتصال . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 200)

وبصفة عامة تستعمل كلمة الأثر للإشارة إلى أي تغير في مستوى نشاط أي جزء من جهازنا العضلي أو الغدي ، ولكن الغالب هو استعمال المفهوم للإشارة إلى وحدة سلوكية أكبر واعقد من أن تقتصر على عضلة أو غدة بعينها ، وبهذا المعنى يقال استجابة لغوية واستجابة انفعالية .. الخ ، ومع التسليم بأن كل استجابة تصدر عنا لا بد أن تنطوي على عناصر عضلية أو غدية ، فإن هذا التغير في استخدام المفهوم مرتبط بالنمو الحديث في علم النفس ، واستكشاف علمائه للمفاهيم المناسبة لموضوعهم الحقيقي ألا وهو السلوك الصادر عن الكائن ككل في محاولته التوافق مع البيئة ، وعلى هذا فإن الاستجابة هي العملية اللاشعورية الحركية أو الذهنية التي يثيرها موقف ، وتكون الاستجابة إما لفظية أو انفعالية أو حركية . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 200)

والتأثير هو ذلك التغير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة لاستقباله معلومات جديدة أثرت على مخزونه المعرفي ودفعت به للقيام بفعل أو سلوك مغاير لما كان يقوم به في السابق ، وتدخل عدة عوامل مختلفة في عملية تغيير السلوك هذه مثل القيم والمعتقدات الاجتماعية والمعارف ، وكذلك البيئة الاجتماعية التي يعيش في الفرد .

اقترب ارتبط رصد تأثير وسائل الإعلام على الإنسان دائماً بدراسة الاتجاه Attitude وتغييره Attitude Change ومرد ذلك اقتناع الباحثين بأن الاتجاهات وما تمثلها من قيم ومعتقدات ومعارف تحدد سلوك الفرد الذي يعتنقها ، ويعرف الاتجاه بأنه نزعة الإنسان للاستجابة إلى حدث معين ، أو فكرة معينة ، بطريقة محددة سلفاً قد تكون ايجابية مؤيدة أو سلبية معارضة أو محايدة .(الموسى 2012 ، مرجع سابق: ص 154)

المبحث الثالث

نظريات الاتصال

مقدمة :-

تعتبر دراسة نظريات الاتصال المختلفة واحدة من الموضوعات المعقدة جداً في مجال دراسة علم الاتصال ، ذلك أن الهدف من دراسة هذه النظريات هو الوصول إلى فهم أفضل للعمليات الاجتماعية والنفسية وعمليات التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع ، كما أن الهدف من دراستها أيضاً هو محاولة فهم الظواهر الاتصالية على مختلف أنواعها وتفسيرها التفسير الصحيح للوصول لأفضل الطرق المناسبة لزيادة فعالية عملية الاتصال بالجماهير .

و لا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها ، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين ، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره ، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة ، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور ، أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية بل تتجاوز ذلك أحيانا إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلا ، كما تقدم النظرية تصورا عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها .

هناك العديد من النظريات التي تترجم عملية الاتصال المعقدة ، والتي يأتي تعقيدها بسبب التفصيل المتنوع بين خبراء الاتصال في تحديد العناصر فهناك الرسالة ، والمستقبل ، والوسيلة ، والتشويش ، والسياق ، ورجع الصدى ، والخبرة المشتركة وغيرها من العناصر التي اختار منها كل خبير توليفه تناسب نظريته ليحدد أنها هي العناصر الأساسية لنظريته ، ولذلك تعددت نظريات الاتصال وجاءت كل منها لترجم الاتصال ، وتحلله وتعرفه وتتناول دوره في المجتمع ، ودوره في التأثير على الأشخاص ، ولكن تبقى كل تلك النظريات تحت الدراسة والمراقبة ، فكلما اقتربت من نظرية وظننت أنها الأقرب ، وجدت أن هناك أبعادا غير مقنعة ، وهكذا تجد انقلبا شاسعا ، ولكن في كل جزئية من تلك النظريات قد تجد نظرية أقرب من الأخرى في توضيح معنى الاتصال وكيفيته . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 7)

مفهوم النظرية :-

تنطوي النظرية على مجموعة دعاوى وبديهيات أساسية، إذا كان هيكلها مكونا من قضايا مترابطة منطقيا وقابلة للتحقيق الإمبريقي ، وعلى الرغم من الاختلافات التي العديدة التي تظهر عند استخدام النظرية ، إلا أنه يمكن النظر إلى القضايا التي تكون أي نظرية على أنها قوانين علمية ، إذا كانت خضعت لتحقيق علمي دقيق يمكن بعده تأييدها أو

تأكيداً أو يمكن النظر إليها كفروض إذا لم توضع موضع التحقيق والاختبار الكافي ، ومع ذلك سواء تأيدت القضايا أو عوملت كفروض فإن النظرية عموماً عرضه للاختبار الإمبريقي المتكرر وللمراجعة المستمرة ، ويمكن للنظرية فضلاً عن ذلك أن توفر فروضاً للبحث من خلال عملية القياس ، كما أنها من خلال عملية الاستقراء تستطيع أن توجه مادة البحث إلى تعليمات تضيف إلى النظرية . (حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 253)

مفهوم النظرية لغوياً :-

لغوياً مفهوم النظرية يتمثل في الدلالة الشائعة ولفظ نظرية مشتق من النظر يحمل دلالة معنى التأمل العقلي ، وفي الفرنسية تعني النظرية (بناء أو نسق) متدرج من الأفكار ويتم الانتقال فيه من المقدمات إلى النتائج . (المزاهرة 2012 : ص 162)

إن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي ، وركزت بعض النظريات على التأثيرات قصيرة الأمد بينما ركزت نظريات أخرى على التأثير طويل الأمد ، كذلك ركزت بعض النظريات على تأثير وسائل الإعلام على تغيير الآراء بينما ركزت بعضها على جوانب أخرى .

المفهوم الاصطلاحي :-

النظرية هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه اطاراً نظرياً وعملياً لما تحول تفسيره ، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية . (المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 162)

ويعتبر اصطلاح نظرية من المصطلحات الغامضة التي لا يستطيع العالم الاجتماعي استعماله بسهولة استعمالاً صحيحاً في كتاباته وبحوثه ، فقد يشير الاصطلاح إلى النظام التجريدي الذي يجمع بين الأفكار ويوحد بينها ويضعها في قالب يعكس معنى المفاهيم التي يطرحها العالم في سياق أبحاثه الاكاديمية ، وفي حالة القدرة على اشتقاق القوانين التي تتسم

بالتنبؤ من هذا النظام التجريدي ، فإن النظرية تتحول إلى نظام نظري يستطيع بناء النظرية أو القانون ، وقد يعني الاصطلاح ذلك الجزء من الدراسة الذي لا يتعلق بالفعاليات أو النشاطات العلمية ، فمثلاً في حالة تدريب علماء الاجتماع على اختصاصهم فإننا يجب أن نميز بين النظرية والتطبيق ، والمقصود بالنظرية هنا الدراسة الأكاديمية التي يقضيها الطالب للحصول على المعلومات التي ضمن اختصاصه .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 254)

كما عرفت النظرية بأنها مجموعة من البنى المترابطة والمفاهيم والتعريفات المقترحة التي تقدم وجهة نظر منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح والتنبؤ . (Kerlinger 1964 : p 11)

والنظرية أيضاً جملة من التصورات مؤلفة تأليفاً عقلياً تهدف إلى ربط النتائج بالمقدمات ، وهي فرض علمي يمثل الحالة الراهنة للعلم ويشير إلى النتيجة التي تنتهي عندها جهود العلماء أجمعين في حقبة معينة من الزمان .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 253)

نظريات التأثير القوي لوسائل الاتصال :-

نظرية مارشال ماكلوهان :-

تعتبر نظرية مارشال ماكلوهان هي النظرية الرئيسة في هذا البحث ، ويرجع ذلك لكونها ربطت بين الرسائل الاتصالية والوسائل التي تنقل بها هذه الرسائل وطبيعتها التقنية والتكنولوجية حيث اعتبر ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة ، وناقش هذا البحث أثر الاتصال الرقمي ووسائله على عملية تثقيف المواطن ، ولأن التثقيف يشمل المعرفة المكتسبة من وسائل الاتصال وكذلك التفاعل مع هذه الوسائل يتحتم على المتلقي أن يكون ملماً بطريقة التعامل مع هذه الوسائل حتى يتمكن من الاستفادة منها .

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات ، ومبتكر هذه النظرية (مارشال

ماكلوهان) كان يعمل استاذاً للغة الانجليزية بجامعة تورنتو بكندا ، وكان من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين ، وتعد هذه النظرية من أشهر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية ، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره ، حيث يرى ماكلوهان (أن الوسيلة هي الرسالة) ويوضح أن مفهوم وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تقنيات الوسائل الإعلامية ، فالموضوعات والجمهور الذي توجه له مضمونها يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 262)

تعتمد نظرية مارشال ماكلوهان على ثلاثة افتراضات أساسية حسب رؤية مبتكر النظرية وتتمثل هذه الافتراضات في الآتي :-

أولاً : إن وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان :

Mass Communication is Extension of Human Senses:

يبين ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله ، ويرى أن الوسيلة الاتصالية المستخدمة تؤثر على أفكار الناس وتعاطيهم مع القضايا المختلفة التي تهمهم ، أي أن هذه الوسائل ما هي الا امتداد لحواس الإنسان الأخرى ، ولكن خطورة هذه الوسائل تتمثل في أنها أيضاً تستغل الإنسان كما يستغلها هوأي أنها تؤثر عليه بصورة كبيرة وتجعله مستسلماً لها ولكل ما تقدمه من ايجابيات وسلبيات ، ولهذا السبب يرى ماكلوهان أنه يجب إحاطة الناس بأكبر قدر من المعلومات عن وسائل الإعلام لأنه حين يتمكن الناس من معرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بهم يستطيعون التغلب على خطورتها واستغلالها لمصلحتهم .

ويرى ماكلوهان أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة ، فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه تؤثران على مضمون تلك الوسائل

، فطبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر ، مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية ، ويعتقد ماكلوهان فيما يسميه "الحتمية التكنولوجية" Technological Determinism أي أن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات ، ويرى ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ بالشعوب ليس فقط في التنظيم الاجتماعي وإنما في الحواس الإنسانية ، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لن نستطيع فهم التغييرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات ، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان ، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه ، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكرفون يمد أسمعنا ، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي . (McLuhan 1965 : p)

(26-40)

وفي هذا الجانب وبدلاً من الحديث عن الحتمية التكنولوجية Technological Determinism قد يكون من الأدق أن نقول إن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم ، وأنه لا يجب اعتبار التغيير التكنولوجي حتمياً أو لا مفر منه ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغيير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلاً من الوقوف في وجهه ، كما يدعى ماكلوهان أن التغيير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل كان من الاتصال الشفهي إلى الاتصال السطري ثم إلى الاتصال الشفهي مرة أخرى ، بينما استغرق التغيير من الشفهي إلى السطري قرناً ثم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد . (المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 362)

ثانياً : إن الوسيلة هي الرسالة : Medium is the Message

بمعنى أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات ، ويرى ماكلوهان أن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه ، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع فالمضمون غير مهم ، وأن المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى ،

ويشير ماكلوهان إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها ، بمعنى آخر .. التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير ، فكما يحب الناس القراءة للاستمتاع بتجربة المطبوع ، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان . (مكاوي ، السيد 2012، مرجع سابق : ص 276)

ومما يؤكد صحة ما ذهب إليه ماكلوهان عن أهمية الوسيلة هو عندما ننظر للرسالة من حيث درجة وصولها للجمهور وتأثيرها عليه ، فهناك رسائل يكون تأثيرها كبير على المتلقي وذلك بسبب الوسيلة التي استخدمت في نقلها ، مع مراعاة خصائص كل جمهور وثقافته ودرجة تعليمه فكل هذه الأشياء تؤثر على تقبل الجمهور للرسالة .

ويقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول من نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها في توصيل المضمون ، فهناك مثلاً وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة ، فمثلاً مشاهدة مباراة في كرة القدم أفضل في التلفزيون عنها في الراديو أو الجريدة ، ومباراة كرة القدم الرديئة على الشاشة أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو ، وعلى خلاف ذلك فإن مطالعة أخبار الجرائم في الصحف أكثر إثارة عنها في التلفزيون ، ويبدو أن لكل وسيلة خصائص خاصة بها تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة .(رشتي 1978 : ص 384-389)

ثالثاً : قسم وسائل الاتصال إلى ساخنة وباردة : **Hot and Cool Media**

من أهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال أنه يقسم هذه الوسائل إلى وسائل باردة ووسائل ساخنة ، ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً ايجابياً في المشاركة والمعاشية والاندماج فيها ، أما الوسائل الساخنة فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً فهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معاشية ، فالكتابة والتلفون والتلفزيون ووسائل باردة ، أما الطباعة والإذاعة فهي وسائل ساخنة .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 263)

ويرى ماكلوهان أن الوسائل المطبوعة والراديو وسائل ساخنة لأن كل منها تعتمد على حاسة واحدة فقط ولا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال ، في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج إلى ممارسة جهد كبير في التخيل من جانب المشاهدين ، بهذا المعنى يمكن القول أن الآلية الذاتية Automation باردة ، في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة ، والشخص التقليدي ساخن ، في حين أن الشخص المتطور بارد ، والوسيلة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة وعلى درجة عالية من الفردية وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة ، أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة وتنقل معلومات قليلة وتحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة ، فالمطبوع وسيلة ساخنة لأنه يفرض نمطه على الصفحة ويتكرر لا نهاية له وهو يقوم على التجريد ويحمل الإنسان بعيداً عن العلاقات التقليدية الوثيقة إلى أسلوب الحياة الحديثة ، من القبلية إلى الأممية ، ومن الحرف التقليدية إلى الإنتاج على نطاق واسع ، ويعتمد المطبوع على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي تقريباً ، والحديث على العكس من ذلك وسيلة باردة لأنه يطور تبادل الرسائل ، مثيرات واستجابات ورجع صدى ، وأنماط معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية ومجتمعات ترتكز على العائلة أو القبيلة ، أما الراديو فوسيلة ساخنة لأن درجة مساهمة الجمهور فيه قليلة وهو على درجة عالية من الوضوح ، بمعنى أنه يوفر المعلومات بشكل عام وبدون مساهمة كبيرة من الجمهور ، والتلفزيون وسيلة باردة لأنه يحتاج إلى قدر كبير من المساهمة من جانب الجمهور ولأنه يرفض الشخصيات والموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة ، فلو كان التلفزيون موجوداً على نطاق واسع خلال حكم هتلر وموسوليني لساعد ذلك على اختفائهما بسرعة .(مكاوي ، السيد 2012 ، مرجع سابق : ص 277-

(278)

ويهتم ماكلوهان بالقدرة على التخيل الذي يعتبر محور فكرته عن الساخن والبارد ، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام التوازن في الحواس ، أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصطنعاً وجاهزاً Prefabricated مما يقلل احتياج الفرد للخيال ، أما

الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن وتثير خيال الفرد باستمرار . (Schramm : p127 : 1973)

نظرية دوامة الصمت :-

تعود هذه النظرية إلى الباحثة الإعلامية الألمانية نويمان نويلي Neumann Noelle التي تعتبر من المراجع الفكرية الأساسية في علم الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام وقد وضعت هذه النظرية في السبعينات من القرن الماضي والتي عرفت باسم دوامة الصمت أو لولب الصمت والتي قدمتها في كتاب أصدرته عام 1980 بعنوان (دوامة الصمت .. الرأي العام باعتباره جلدنا الاجتماعي) ، وكانت الباحثة عام 1974 قد نادت بالعودة إلى الرأي الذي يتحدث عن قوة وسائل الإعلام ، حيث رأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام لكن تم التقليل من شأنها بسبب القيود المنهجية في الدراسات الإعلامية ، والفكرة العامة لهذه النظرية هي أن الفرد يعيش في مجتمع ويتفاعل مع بيئة الرأي العام فيه ، مقوماته وعوامل تشكيله ، لذلك يميل الفرد إلى تشكيل رأيه طبقاً للرأي العام السائد في المجتمع الذي يعيش فيه . (Neumann 1984 : p676)

لقد بدأت نويلي بتشكيل نظريتها في السبعينات من القرن العشرين حيث اعتبرت التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في تأثيره على الجمهور المستقبل ، وبالتالي في تشكيل الرأي العام ، وقد اقترحت نويل مجموعة مناهج في البحث تجمع بين المقاييس الميدانية والمسحية للجمهور وللقائمين بالاتصال من أجل معرفة قوة وتأثير وسائل الإعلام ، فضلاً عن استخدام منهج تحليل المضمون ، وتؤكد بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام تتحاز أحياناً إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام وذلك بحثاً عن التوافق الاجتماعي ، أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فإنهم يتخذون موقف (الصمت) ، تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة أو خوفاً من العزلة الاجتماعية ، وبالتالي فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام فإنهم يحجبون آرائهم الشخصية

ويكونون أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين ، أما الذين لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يكونون أكثر نشاطاً وجرأة في الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي ، ونظراً لأن قسماً كبيراً من الجمهور يعتقد أن الجانب الذي تؤيده وسائل الإعلام يعبر عن الاتجاه السائد في المجتمع ، فإن الرأي الذي تتبناه هذه الوسائل يظل يقوى وربما يسبب ذلك ضغطاً على المخالفين للرأي الذي تتبناه فيلجأون إلى الصمت ، فإننا نحصل على (لوبي) يزداد ميلاً تجاه الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور .(المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 384)

ترى نويمان أن عملية تشكيل الرأي العام هي عملية دينامية تتدخل في عوامل أخرى اجتماعية وثقافية وحتى السياسية ، وتتكامل كل هذه العوامل مع الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال لتكوين اتجاه سائد يتبناه المجتمع ، وهذا الأمر تشترك به نظرية دوامة الصمت مع نظرية الرصاصة السحرية ، حيث يشتركان في النظر لوسائل الإعلام على أنها وسائل ذات تأثير مباشر على الاتجاهات والأفكار والآراء ومن ثم السلوكيات التي تمثل هذه الاتجاهات والآراء .

واعتمدت صاحبة النظرية على البحوث التجريبية في تطوير نظريتها ورصدت ثلاثة متغيرات أساسية تساهم وتزيد من قوة وتأثير وسائل الاتصال وهي :-

1 - التأثير الكمي من خلال التكرار :-

حيث تميل وسائل الإعلام إلى تقديم رسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا ، ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد .(مكاوي ، السيد 2012 ، مرجع سابق : ص 276)

2 - التسيير اللاإرادي للمتلقي والتأثير الشامل عليه :-

ومعناه أن وسائل الإعلام تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان ، في الشارع ، مكان العمل ، والبيت وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له وعلى مصادر المعلومات مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد ويصعب عليه الخلاص منها بحيث تشكل دون إرادة منه (المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 384)

3 - التجانس والهيمنة الإعلامية :-

وهذا يعني بأن القائمين على الاتصال والعاملين في الوسط الإعلامي يقدمون رسائلهم الإعلامية انسجاماً مع موقف أصحاب المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها ، والتي بدورها تقوم انسجاماً واتفاقاً مع أصحاب المصالح الكبرى في توجيه الرأي العام للجمهور ، بحيث يؤدي ذلك إلى تشابه توجهاتهم وتشابه المنطق الأخلاقي للعمل الإعلامي الذي يقومون به ، ويؤدي ذلك إلى تشابه الرسائل الإعلامية التي تتناقلها وسائل الإعلام المختلفة مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقي .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 333)

نظريات المعرفة من وسائل الاتصال :-

ظهرت النظريات المتعلقة بالحصول على المعرفة من وسائل الإعلام في نهاية الخمسينيات من القرن الماضي، نظراً لتطور المجتمعات وتطور وسائل الإعلام التي أصبح لها تأثير على سلوك واتجاهات الأفراد ، إضافة إلى ظهور أنماط ثقافية خاصة بكل مجتمع من المجتمعات ، حيث أصبح دور هذه الوسائل إمداد الأفراد بالمعلومات والمعرفة ونقل الخبرات الخارجية لهذه المجتمعات من أجل زيادة معرفتهم بهذه المعلومات وتبادلها مع العالم الخارجي ، ونظراً لأهمية الإعلام في هذه المجال فقد ظهرت نظريات تعنى بدراسة دور وسائل الإعلام في عملية التعليم ، وعلاقة التعليم بالتعرض لوسائل الاتصال نظراً لتطور هذه الوسائل عبر القرن الماضي خاصة في الدول الغربية التي ترتفع بها نسبة التعليم ،

والتي أدت بالكثير من الباحثين إلى دراسة ما تقوم به هذه الوسائل في التعليم خاصة وأنها تعتبر إحدى فرضيات بحوث تأثيرات وسائل الإعلام طويلة الأمد ، فقد ظهرت أفكار تتادي بوجود عدم التوازن في المعرفة المكتسبة بين الأفراد من طبقات مختلفة حول بعض المعلومات والأفكار ، وأن تدفق المعلومات لا يتم بشكل متساوٍ بين الأفراد ومختلف جماعات المجتمع ، وازدادت معرفة بعض الجماعات بموضوع معين مقارنة بجماعات أخرى ، وكذلك دراسة سلوك الأفراد في بحثهم عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة ، والتعرف على العوامل تؤثر في هذا السلوك وكذلك العوامل التي يمكنها التأثير في اختيار الرسالة (المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 393).

نظرية فجوة المعرفة : Knowledge Gap

لقد ساد الاتجاه لفترات طويلة حول قدرات وسائل الإعلام في التأثير القوي على الأفراد ، وظهرت نظريات كالرصاصة السحرية لتؤكد ذلك إلا أن هذا الاتجاه خف تدريجياً وظهر اتجاه آخر يرى أن لوسائل الإعلام تأثيراً معتدلاً مستدلين على ذلك بعدم وجود توازن في المعرفة المكتسبة بين مختلف شرائح الجمهور أفراداً وجماعات ، وهناك أشكال تؤثر وسائل الإعلام عن طريقها في إيجاد هذه الفجوة والإبقاء عليها ومنها شكل الرسالة الإعلامية ، ومستواها اللغوي ، وتوقيت إذاعتها أو مكان نشرها .

ظهرت فجوة المعرفة في ظل التفاوت الطبقي الذي اتضح بوضوح في العقدين الماضيين نتيجة النمو السريع للانقسامات الاجتماعية ، والتي نبعت بين من يملك ومن لا يملك ، وتعد دراسة هيمن شيتسلي من أولى الدراسات التي تعرضت لدراسة العوامل التي تجعل الحملات الإعلامية تفشل في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور رغم كثافة التغطية الإعلامية. (Hyman , Sheatsley 1947 p214-223).

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري في زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين ، وقد بدأ تعريف الفجوة المعرفية من خلال الفرض الذي وضعه تيتشنور وزملاؤه ويرون فيه أنه مع

تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال تحدث الفجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى والتي تميل إلى اكتساب معلومات أكثر ، وبين الفئات ذات المستوى الأقل ، وهكذا تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات اجتماعية اقتصادية بناءً على مستوى الفرد ، ويعتبر المستوى الاجتماعي الاقتصادي متغير أساسي في النظرية .(حجاب 2010 ، مرجع سابق : ص 333)

ويرى تيتشنور وزملائه أن مجال ظهور الفجوات المعرفية هو الاهتمامات العامة مثل الشؤون العامة والأخبار العلمية ، بينما تظهر هذه الفجوة بشكل أقل في مجالات محدودة ذات العلاقة بالاهتمامات الخاصة مثل ممارسة الهوايات كالرياضة ، حيث يختلف الناس في مستوى الاهتمامات وينعكس ذلك على التعرض للمعلومات ، أما الفئة التي تجتمع في اهتمام خاص فانه سيكون لديهم نفس درجة اكتساب المعلومات الخاصة بهذا الاهتمام بغض النظر عن الفوارق الاقتصادية أو التعليمية .

وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة ، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة ، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها ، واستخدام الخبرات والمعارف المخزنة بالذاكرة ، في حين ركزت بحوث المستوى المجتمعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي ، وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع .(مكاوي ، السيد 2012 ، مرجع سابق : ص 340)

وتعتمد بحوث فجوة المعرفة على قياس مجموعة من المتغيرات من أهمها ما أكدت

مكاوي والسيد في الآتي :-

1 - المستوى الاجتماعي الاقتصادي .

2 - المستوى التعليمي .

3 - درجة الاهتمام بالموضوع أو القضية المثارة .

4 - حجم التعرض لوسائل الاتصال .

5 - مدى الاستغراق في التعرض .

6 - درجة الدافعية .

7 - رصد الخبرة الشخصية .

8 - طبيعة الموضوع أو القضية .

9 كثافة التغطية الإعلامية .

10 - المتغيرات الديموغرافية . :- (مكاوي ، السيد 2012 ، مرجع سابق : ص 341)

نظرية التماس المعلومات : Information Seeking

ظهرت هذه النظرية نتيجة للاهتمام بعدة دراسات في هذا المجال كدراسات ديفيد بيرلو ، ودراسات وسلي وباورا وركزت على الجوانب الانتقائية عند التعرض لوسائل الاتصال .

وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية "أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة" ، وقد تم إجراء عدة دراسات أخرى عن النظرية حتى توصل كل من لويس دونهو وتبتون إلى وجود عوامل أخرى يمكنها التأثير في اختيار الرسالة ، ذلك أنه ربما تظهر معايير أكثر أهمية من وجود رغبة المتلقي في تحصيل معلومات تديمية مساندة لاتجاهه كتوظيف المعلومات لإشباع مصلحة حقيقية أو فائدتها في موضوع ما ، والتماسها للترفيه والحاجة للتنوع أو حتى لأسباب تتعلق بخصائص شخصية .(المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 408)

تركزت هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة ، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك ، وبالتالي فإن هذه النظرية

تستهدف متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية .(مكاوي ، السيد 2012 ، مرجع سابق : ص 397)

وقد أجريت دراسات أخرى حول هذه النظرية اتي نظرت إليها من حيث الانتشار والاختيار على المستوى الجمعي خلافاً لما اقترحه دونهيو وزملائه من أن طلب المعلومات على مستوى الأفراد ، فقد توصل أولين (Olien) وزملائه إلى أن بنية المجتمع تميل إلى تحديد استعمالات المواطنين للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة ، وأن نوع هذه الوسيلة التي تغطي مجتمع ما لها صلة بتفضيلات هذا المجتمع لوسيلة دون أخرى كمصادر للأخبار ، ذلك أن بنية المجتمع تشكل طريقة استخدام الناس لمختلف وسائل الإعلام والاتصال من حيث تفضيلهم النسبي لها كمصدر للأخبار ، كما تعد عنصراً رئيساً في السيطرة على المعلومات بما يختلف معه بحدّة نمط وترتيب المعلومات بالنسبة للفرد المتوسط من مجتمع لآخر .(العبد الله 2006 : ص 77)

وتؤثر بنية المجتمع بشكل واضح على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات ، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومات ، ولاحظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصراً رئيساً في السيطرة على المعلومات ، فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها ، وبالتالي يكون نمط المعلومات المستخدمة والمتوفرة للأفراد في مجتمع ما يختلف بشدة من مجتمع لآخر .(Olien , Donhue 1978 p 55)

كما يتبين أن المستوى المجتمعي لجمع المعلومات الذي جاء به أولين لطلب المعلومات يزيد حجم الاحتمالات المحفزة لتعرض الأفراد لوسائل الإعلام ، لأن وجود هذه الوسائل يتعلق ببنية المجتمع التي من شأنها التأثير على تفضيلات الأفراد واستخداماتهم لهذه الوسائل ، أي أن تغطية وسيلة إعلامية معينة لمجتمع ما وتقديمها لمضامين بعينها يكون متوافقاً وما يفضله أو يحتاجه الجمهور في هذا المجتمع ، ذلك أن أولين يفترض أن وسائل الإعلام

تجري مسبقاً دراسات الجمهور بغرض تطويع محتوياتها لما يتماشى نسبياً والجوانب الاصطفائية للجمهور المستهدف حتى تسترعي انتباهه وتحظى باهتمامه ، وعليه تصبح وسائل الإعلام أحد المصادر المهمة والأرجح الأهم لالتماس المعلومات بالنسبة لأفراد في مجتمع معين ، ذلك أنها تتطوي غالباً أو أكثر من غيرها من المصادر وفق النظرية على اتجاهات تدعم تلك الخاصة بالأفراد . (المزاهرة 2012 ، مرجع سابق : ص 412)

المبحث الأول

مفهوم ومزايا وخصائص الاتصال الرقمي

كلمة اتصال تعني توصيل وتزويد الناس بالمعلومات المختلفة عن طريق قنوات وأساليب اتصالية قد تكون وسائل اعلامية أو وسائل تقنية ، وقد يكون الاتصال فردي أو جماعي ، خاصاً أو عاماً ، أما الاتصال الرقمي فهو نوع من أنواع الاتصال الذي يتم فيه استخدام الآلات الرقمية مثل الحواسيب المرتبطة بشبكة الانترنت أو الأقمار الصناعية الرقمية وغيرها من التكنولوجيا الحديثة .

وقبل أن نعرّف الاتصال الرقمي لابد أن نفهم الفرق بين الإشارات التماثلية والإشارات الرقمية ، فالإشارة التماثلية هي التي تتخذ شكل موجه ذات عدد غير محدد من القيم خلال مدى محدد من الزمن ، ومن الأمثلة على الإشارات القياسية شكل الموجه الصوتية للإنسان Human Speech Waveform ، أما الإشارة الرقمية فهي إشارة لها هيئة الإشارة المنفصلة Discrete Signal ولكنها ذات عدد محدد من القيم الممكنة ، حيث لا نغير في هذه الحالة الأرقام العشرية أهميتها إنما فقط أقرب رقم صحيح لها وبالتالي نحصل على عدد محدد من القيم للإشارة . (الدبس 2010 : ص 13-14)

اعتمدت عملية نقل الصوت إلى مسافات بعيدة منذ أكثر من قرن من الزمان على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية منازرة لشدة الصوت Analog Voltage Varying ، فكلما ارتفع الصوت أو انخفض اتسعت الإشارة الكهربائية أو انكمشت لكي تماثل الصوت الأصلي ، ومن عيوب استخدام الإشارات الكهربائية المتماثلة Electrical Signal Analog عند عرض المعلومات التشويش الذي يحدث في كل نظم الإرسال يحدث بعض

التداخل أثناء استلام الإشارة وبالتالي تصبح المعلومات المنقولة غير تامة أو غير كاملة ،
ويلاحظ ذلك بوضوح في حالة استقبال إشارات الراديو والتلفزيون النقيدية ، وأيضاً إذا تمت
تقوية الإشارة الكهربائية من خلال استخدام محطات التقوية Relay Stations في نظم
الاتصال ذات المسافات الطويلة ، فالتشويش الذي يحدث في كل محطة تقوية على طول
مسافة الاتصال يزيد من سوء حالة الإشارة كلما زادت المسافة ، وفي بعض الحالات فإن
الإشارة الواصلة عبر هذا الطريق لا يتم إدراكها بشكل مماثل للإشارة الأصلية . (مكاوي
وعلم الدين 2010 : 157)

وفي نظام الاتصال الرقمي في المقابل ليس هناك علاقة مباشرة بين حجم الإشارات
الإلكترونية والكمية المادية التي تنتجها ، والإشارة الرقمية الإلكترونية لا يمكن إلا أن تكون
في واحدة من حالتين : قيمة عالية أو منخفضة ، وعادة ما توصف بواحد أو صفر ، وبشكل
عملي في الأجهزة الإلكترونية قد تشير القيمتان إلى المستوى الفولتي Voltage Levels ،
ولذلك فإن حالة الإشارة الكهربائية في تغير مستمر كما في النظام التماثلي ولكن في هذه
الحالة فقط بيت هاتين الرقمين .

ففي حين أن الإشارة الإلكترونية لنظام الأناالوج يمكنها استخدام أي قيمة (في حدود
تشغيل المعدات) التي تمثل الطبيعة المتغيرة باستمرار الصوت والضوء ، على النظام الرقمي
أن يقدم الظواهر المادية المتغيرة بشكل مختلف باستخدام نظام تشفير يعرف بنبض قانون
التحوير Pulse code modulation (PCM) ، والذي تم تطويره بشكل نظري في
الثلاثينات ، وفي تقنية ال PCM تستخدم سلسلة من الإشارات الرقمية في تركيبة لتقديم
مستويات من الصوت أو الضوء ، وسلسلة الإشارات الرقمية على الرغم من أن كل إشارة
فيها بمفردها لا يمكن إلا أن تكون 1 أو 0 ، ويمكنها جمع عدد من قيم مختلفة في تركيبة
، وفي بعض الأحيان تكون مجموعة القيم محدودة للغاية على سبيل المثال : إذا كان هناك
اثتان فقط من الإشارات الرقمية في تركيبة فهناك أربعة فقط من الطرق المختلفة التي يمكن
أن تجمع بينهما (00 ، 01 ، 10 ، 11) وهذه الإشارات الرقمية الفردية يشار إليها بالبت

Bits ، مكونة من أرقام ثنائية والمثال هنا للنظام الرقمي مكون من "اثنين بت" ، والذي لا يمكن إلا أن يمثل أربعة مستويات مختلفة من الضوء أو الصوت ، أي أنه على الأرجح لن يكون ذا فائدة عملية كبيرة نظراً للاختلافات القريبة في هاتين الكلمتين اللتين تتعرض لهما الحواس الإنسانية ، ولكن كلما زاد عدد البت في التركيبة يزيد ذلك أضعافاً مضاعفة عن عدد من القيم التي يمكن تقديمها . (لاكس 2012 : ص 135)

مزايا الإشارة الرقمية :-

الحالة الرقمية للإشارة هي حالة وهمية تظهر خلالها الإشارة على غير حقيقتها كي يستفاد من المميزات الرقمية في عمليات مثل التسجيل ، النسخ ، النقل ، المونتاج ، المكساج ، المؤثرات .. الخ ، وواضح أن التعامل مع الإشارات الرقمية سيشوبه قدر لا بأس به من التعقيد وخصوصاً أن الإشارة المنقولة ليست هي الإشارة الصوتية أو المرئية ولكنها متخفية ومكوده بشكل رقمي مما يستدعي أجهزة خاصة للتحويل من الحالة Analog إلى الحالة Digital عند الإرسال والعكس عند الاستقبال، ولكن ما نراه نحن تعقيداً هو في الواقع سر الميزات الآتية للإشارة الرقمية :- (الفن الإذاعي 2005 : ص 106-107)

1 / عدم القابلية للتشوه :-

لا تتشوه معاني الإشارات الرقمية عند إجراء عملية الإرسال وكذلك الاستقبال ، إلا أن التشوه الحاصل يمكن أن يكون في شكل الإشارة وليس في معناها .

2 / الاستفادة من الحاسبات الآلية :-

لأن الإشارة أصبحت رقمية فإن كل العمليات المراد تنفيذها على الصوت لن تكون أكثر من عمليات حسابية تتم على الأرقام التي تعبر عنها الإشارة وبالتالي يفتح الباب أمام الحاسب الآلي كلاعب أساسي في هذا المجال .

3 / المونتاج اللاخطي :-

إن ظهور الحاسبات الآلية في مجال معالجة الفيديو الرقمية يعني استبدال شرائط التقليدية بالأسطوانات (Disks) سواء أكانت أسطوانات صلبة (Hard Disks) أو أسطوانات مدمجة (Compact Disks) أو الأسطوانات الحديثة (DVD) معنى هذا إنه لا شرائط ولا بكرات ، لا نحتاج إلى وقت لتدوير البكرتين للوصول إلى الجزء المختفي ، وكل المادة المسجلة مكشوفة ومتاحة للقراءة في أي وقت أي أن زمن الوصول إلى أي جزء من المادة المسجلة لا يتناسب مع مكان هذا الجزء على الأسطوانة وبالتالي يمكن الوصول إلى كل الأجزاء في نفس الوقت تقريباً ويسمى هذا المونتاج اللاخطي Non-Linear Editing

4 / قلة التأثير بالضوضاء :-

وهناك ميزة واضحة في الإشارات الرقمية وهي أنها لا تتأثر بالضوضاء والتداخل مثل إشارة الأنالوج ، والضجيج سمة دائمة من سمات أي نظام إلكتروني ، ففي نظام الأنالوج يتجلى الصوت غير المرغوب فيه في إشارة الضوضاء مثل الهمس أو الشوشرة في النظام الصوتي ، أو الغموض أو البقع على صورة التلفزيون ، وعادة ما يكون التداخل هو المشكلة أحياناً ، وربما سمعت على الراديو عند بث المحطات الأخرى زيادة في الحجم النسبي (مثل بث ال AM ليلاً) أو من مصادر خارجية كهربائية أثناء العواصف الرعدية ، والتشويش على صورة التلفزيون غالباً ما يكون سببه إشارات منعكسة ، وتظهر على شكل التظليل أو ظلال للصورة ، وفي أنظمة الأنالوج تلك تضاف الإشارة غير المرغوب فيها إلى الإشارة المطلوبة ، وينتج عن ذلك آثار مسموعة أو مرئية في أجهزة الاستقبال ، وذلك لأن أجهزة الأنالوج مصممة لقبول كل الإشارات الإلكترونية ، وبالتالي فإنه ليس من السهل على نظام الأنالوج الإلكتروني التمييز بين إشارة المعلومات الأصلية والضجيج .(لاكس 2012 : ص

(143

5 / اكتشاف الأخطاء وتصحيحها :-

لا يمكن ضمان نوعية الإشارة الرقمية ولكن قيمة الإشارة الرقمية تبقى مميزة في وجود كميات كبيرة جداً من الضجيج والتداخل ، ولكن بمجرد أن تصل إلى مستوى الضوضاء بحيث يمكن أن تفسد الإشارة يمكن على الفور أن تصبح البيانات الرقمية عديمة الفائدة ، وفي أي نظام ترميز فإن فساد قطعة واحدة من البيانات في تيار البتات يغير معناها تماماً ، مثلاً عينتان بترميز 11010 و 01010 فهذا يعني أشياء مختلفة تماماً حتى ولو تغير مجرد رقم واحد ، وبالتالي تغير البت الرقمي أيضاً ، في حين أن الإشارات الرقمية من الممكن أن ترفع الجودة في حالة سوء الاستقبال ، ويمكن أن تضع الإشارات بسهولة جداً عندما يكون الاستقبال هامشي حيث يعني فقدان كمية صغيرة نسبياً من البيانات صمت جهاز الاستقبال أو ظلام الشاشة ، وبالنظر إلى انتقال الإرسال الأرضي والفضائي إلى حد سواء يتأثر بالعوامل الجوية مثل درجة حرارة الهواء والرطوبة ، وفي ظروف معينة عندما يكون الاستقبال هامشياً فإن المتلقي يكون عرضة للتشويش وإن كان من نوع مختلف كجهاز الأنالوج .(لاكس 2012 : ص 14)

وإلى حد كبير تحسنت حساسية البيانات الرقمية للتشويش من خلال تطبيق تقنيات المعالجة بالكمبيوتر ، فأساليب تصحيح الخطأ متوفرة مما يتيح الفرصة لجهاز الاستقبال لفحص ما إذا كانت العينات الرقمية فاسدة أو سليمة ، ومثلما تم استخدام الإشارات الرقمية كأساس للكمبيوتر منذ الحرب العالمية الثانية عندما تم تحويل إشارات الاتصالات بما في ذلك الإذاعة والتلفزيون إلى شكل رقمي فكذلك يمكن معالجتها حسابياً باستخدام تقنيات الكمبيوتر .(لاكس 2012 : ص 146-147)

تعريف الاتصال الرقمي :-

يرتكز تعريف الاتصال الرقمي Digital Communication بالدرجة الأولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها ، وهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها ، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة .(عبد الحميد 2004: ص 104)

ويمكن تعريف الاتصال الرقمي بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الأفراد في إطار المفاهيم ، الإنتاج ، التوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية . (Andrew J.2008 :p 87)

التقنية الرقمية :-

هي التي تعنى بعالم الأرقام حيث تعمل على تحويل الصور الفوتوغرافية إلى الهيئة الرقمية تساعد الكمبيوتر في التعامل معها من خلال ما تمتاز به من الجودة العالية عن بعد وامكانية نسخ الصورة مرات عدة واعادة خلق الصورة الفوتوغرافية بحيث تكون مطابقة للأصل إذا لم يتم نسخها بشكل متكرر سواء كانت صورة عادية أو ملونة إضافة إلى إمكانية نقل السليبيات في الصورة الفلمية والصور الورقية المطبوعة . ولقد استقادت وسائل الإعلام الصحفية فوائد عديدة في هذا المجال إذ مكنت الصحفي والمصور والمراسل في نقل الصور والرسومات وصفحات النصوص الكاملة من موقع الحدث وذلك عن طريق أجهزة الهواتف المحمولة وتخزين مئات الصور والاختيار من بينها وإجراء التعديلات المطلوبة عليها قبل عملية الإرسال وذلك من خلال تمثيلها بإشارات وأرقام ثنائية مكونة من رقمين الصفر الذي يعبر عن إشارات ذات جهد منخفض ورقم الواحد الذي يعبر عن إشارات ذات جهد عال ومن ثم إرسالها للمؤسسات الصحفية والتي تقوم باختيار ما تريده من الصور والنصوص والرسوماتالخ وإجراء التحسينات اللازمة قبل القيام بعرضها النهائي ونشرها على شاشات الكمبيوتر .(خوجه ، بدون : ص 104)

مزايا الاتصال الرقمي :-

يتيح استخدام نظام الاتصال الرقمي Digital Communication العديد من المزايا عند مقارنته بنظام الاتصال التماثلي Analog Communication وتكمن هذه المزايا فيما يلي :-

أولا : في حالة الاتصال التماثلي يعمل نظام الإرسال بشكل مستقل عن نظام الاستقبال ، ويؤدي ذلك الى وجود قدر عال من التشويش Noise ، حيث تؤثر ظروف البيئة وأحوال الطقس على الإشارة التماثلية أثناء إرسالها . وعلى النقيض من ذلك يتخذ الاتصال الرقمي شكل " الشبكة الرقمية Digital Network " من بداية الإرسال الى منفذ الاستقبال ، وتكون مراحل الإرسال والقناة والاستقبال عملية واحدة متكاملة ، ويمكن التحكم في عناصر النظام والسيطرة عليها في دائرة رقمية موحدة ، ولا تسمح هذه الشبكة الرقمية بأي قدر من التشويش او التداخل في كل مرحلة من مراحلها ، فهي تجسد نظاما متكاملا من المعالجات يقوم بتوجيه المحتوى الأصلي ويتحكم في عملية الإرسال والقناة وفك كود الرسائل على مراحل مختلفة مما يحقق مزايا أكبر من الاتصال التماثلي ، ويحل مكانه تدريجيا .

ثانيا : يتسم نظام الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة Robust التي تجعل الاتصال مؤسسا ومصاننا كوحدة متكاملة عالية الجودة ، وخاصة في البيئات التي يكون فيها أسلوب الإشارات التماثلية مكلفا وغير فعال فكلما كانت وصلة الاتصال صعبة بسبب ظروف البيئة تفوق الاتصال الرقمي على الاتصال التماثلي كذلك يتفوق الاتصال الرقمي في نقل المعلومات الى مسافات بعيدة من خلال استخدام وصلات الألياف الضوئية Optical Fiber التي تحافظ على قوة الاتصال من البداية الى النهاية ، وذلك على عكس الاتصال التماثلي الذي يضعف كلما طالت المسافة التي يقطعها ، وتكمن قوة الاتصال الرقمي وفعاليتيه من خلال عدة أبعاد مثل مقاومة التشويش ، مقاومة التداخل في الحديث ، وتصحيح الأخطاء إلكترونيا ، والحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاتصال.(المنصور 2010 :

(www.adelamer.com

ثالثا : تتسم الشبكة الرقمية بقدر عال من الذكاء Intelligence حيث يمكن تصميم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القناة Channel بصفة مستمرة ويصحح مسارها ، بينما لا يمكن تحقيق ذلك في حالة استخدام الاتصال التماثلي ، ويتضح ذكاء الشبكة الرقمية من خلال عاملين :

(أ) تحقيق التوافق الصوتي أو التناغم بين الأصوات Equalization حيث تتجه قنوات الإرسال الأصلية سواء كانت سلكية أو لاسلكية إلى إحداث تحريف أو تشويه Distortions للإشارة الرقمية ، ويمكن أن يؤثر هذا التشويش في نظام التشكيل بالاتساع AM ، أو يؤدي إلى بعض التغيير في شكل الموجة المرسله ، وقد يؤدي ذلك إلى تداخل بين النبضات الرقمية Bit pulses ، علاوة على ذلك فإن خصائص القناة تتغير بمرور الوقت ، وخاصة في حالة استخدام قنوات الراديو المتحركة ، ويمكن الحل العام لهذه المشكلة في تحقيق " التناغم التوافقي Adaptive Equalization " وذلك من خلال قياس خصائص التشويش في القناة Channel بصفة مستمرة ، وكذلك قياس التشويش المتوقع في شكل الموجة المستقبلية ، وتكون عملية " التناغم " حساسة بحيث تسمح بتركيب الشبكة الرقمية على طبق ضخم Dish يتيح توفير قناة إرسال رقمية متماسكة من البداية إلى النهاية ، بدون حاجة إلى قياس حجم التشويش ومحاولة علاجه .

(ب) التحكم في الصدى Echo Control فالمشكلة الثانية التي يمكن أن تحدث أثناء عملية الاتصال هي ظاهرة الصدى ، ويمكن إدراك هذه الظاهرة باعتبارها انعكاسا لإرتداد الإشارة من جهاز الإرسال إلى نفس جهاز الإرسال ، ويحدث ذلك عند استخدام الاتصال التماثلي ، أما في حالة الاتصال الرقمي فيمكن استخدام أداة تشبه أداة Equalizer تقوم بتخزين اللغة المرسله إلى محطة الإرسال ، والوقت الذي تستغرقه الرحلة حتى يصل الاتصال إلى الطرف النهائي المستهدف ، وبالتالي يتم تقادي حدوث الصدى الذي يقع في حالة الاتصال التماثلي . (المنصور 2010 : www.adelamer.com)

رابعا : تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة Flexibility حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب برنامج Software بالحاسب الإلكتروني مما يسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام.

خامسا : يتسم الاتصال بالشمول Generic حيث يسمح النظام الرقمي بنقل البيانات في شكل نصوص وصوت وصورة ورسوم بقدر عال من الدقة ، وتتم كل أشكال الاتصال السابقة

عن طريق استخدام الإشارات الرقمية ، كما يمكن أن تنتقل الشبكة العديد من المحادثات أو الأصوات المركبة Multiplexed في وقت واحد .

سادسا : يتسم الاتصال الرقمي بتحقيق قدر عال من تأمين الاتصال Security حيث سبق استخدام نظم الاتصال الرقمي للأغراض العسكرية ، ونقل البيانات السرية للحكومات ، قبل أن يصبح هذا النوع من الاتصالات متاحاً على المستوى التجاري ، كذلك يستخدم الاتصال الرقمي في شبكات البنوك ، والنقل الإلكتروني للبيانات ، ونقل المعلومات الحساسة التي تتسم بدرجات عالية من السرية .

وهناك العديد من المميزات الأخرى المهمة للاتصال الرقمي والتي أثرت تأثيراً كبيراً في بناء مفهومه ووظائفه وعناصره ومن أهمها :-

1 - التفاعلية : Interactivity

وتعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي Liner Communication أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى 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 والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت و المكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها .

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية Interactive Communication وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية .(عبد الأمير 2014 : ص 255)

2 - التنوع : Diversity

ويشمل نوعين الأول تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة وهي الحاسب الشخصي P.C والثاني تنوع المحتوى بالمواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت ، سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته ، وهذا التنوع أدى إلى ظهور الوكالة الإعلامية الذكية Smart Media Agent ألوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناءً على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة سيتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه ، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة . (Zhao 2004 : p33)

3 - التكامل : Integration

وتمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكاله والوسائل الاتصالية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل ، حيث يوفر النظام الرقمي للفرد كافة أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض لشبكة الانترنت ومواقعها المختلفة .

4 - قابلية التحرك أو الحركية :

وتسمح هذه السمة ببث واستقبال المعلومات من أي مكان إلى آخر أثناء حركة منتج ومستقبل المعلومات وذلك باستخدام عدد من الأجهزة مثل التلفون النقال ، تلفون السيارة ، التلفزيون المدمج في ساعة اليد وجهاز الفاكس الذي يمكن استخدامه في السيارة وكذلك الحاسب الالكتروني النقال المزود بطابعة .(عبد الأمير 2014 : ص 63)

5 - الفردية : Individuality

تتيح النظم الرقمية مقومات تتيح التعامل الفردي مع هذه النظم وهي : (Hwang 2002
p29-42) :

أ - تأمين البيانات الشخصية .

ب - الخصوصية وسرية المعلومات .

ج - التحكم الذاتي للفرد عبر خيارات التخصيص .

د - مراعاة حقوق الملكية الفكرية .

وتعني هذه السمة أن المعلومات التي يتم تبادلها سوف تكون محددة الهدف أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي لمعلومات معينة دون غيرها وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيا الاتصالات والمتمثلة بأحد أنظمة البريد الإلكتروني ألا وهي الرزم البريدية الخادمة التي تتيح للمشارك بها مجالاً واسعاً للتحكم بكمية ونوعية المعلومات المرغوبة .
(قنديلجي 2015 : ص 62)

6 - التعددية الثقافية : Multiculturalism

يطلق على شبكة الانترنت أنها شبكة الشبكات حيث تتلقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطورها ، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالكونية والعالمية Globalization وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف العملية الاتصالية سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي أو الجماهيري أو الثقافي ، ويظهر هذا الاندماج الثقافي الرقمي من خلال الطرق السريعة للمعلومات Information Super Highway التي عبرت القارات ووطدت من تحقيق اتصال ثقافي دولي بين مختلف الثقافات .(عبد الحميد 2004: ص 30-38)

7 - الانغماس في العملية الاتصالية : Involvement

ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول Navigation بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية ، ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه والانترنت تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع ولذلك أضيفت إلى خاصية الفردية في التعامل مع الحواسيب خاصية الاستغراق أو الانغماس في الاستخدام التي تعني مواجهة التحديات لتنفيذ المهام التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال الاستخدام (Zhao 2004 : p34).

8 - قابلية التحويل :

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول ، تليفون السيارة ، التليفون المدمج في ساعة اليد ، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات ، وجهاز فيديو صغير ، وجهاز فاكسميل ، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

9 - قابلية التوصيل :

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية ، مثل : الحاسبات الالكترونية والطابعات وأجهزة الهاتف ، بمجموعة كبرى متنوعة من أجهزة أخرى ، بعض النظر عن البلد الذي تم فيه المصنع .

10 - الشبوع والانتشار :

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة للجمهور بكافة مستوياته الاستفادة من وسائل الاتصال التي انتشرت بصورة كبيرة بعد أن كانت هذه الوسائل ملكاً لبعض فئات المجتمع ، أصبحت الآن هذه التقنيات متوفرة للجميع ويمكنه استخدامها .

11 - التدويل أو الكونية :

وتعني إمكانية تبادل المعلومات بين المستخدمين على كافة المستويات الدولية والعالمية ، مما تُتاح درجة عالية من التواصل العلمي والمعلوماتي بين الأفراد وأضاف ميزات عديدة للتواصل .

خصائص الاتصال الرقمي الجديد :-

تحدث (أمين 2011 ، ص 8) عن خصائص الإعلام الرقمي الجديد بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية : المصدر - الرسالة - الوسيلة - المتلقي - الاستجابة ، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك :-

1- مركزية الإعداد (المصدر)

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى ، أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور .

إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة ، نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوبن" وهي ترى أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها ، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات ، وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً . (أمين 2009 : ص 8)

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية، هي : معايير المجتمع وقيمه وتقاليد ، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال ، والمعايير المهنية للقائم بالاتصال ، ومعايير الجمهور ، وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية ، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري .

2- المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد ، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية ، وبتكلفة منخفضة جداً وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي .

3- التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف ، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية ، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأنا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة ، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم. بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصاً كبيرة بهذا الصدد نظراً لمعدلات اختراقه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 184%، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الإنترنت عريضة النطاق.

4- التلقي

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد ، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله ، هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة

5- الاستجابة

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية ، وما بعد التفاعلية ، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى ، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح ذلك المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا ، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية . (أمين 2009 : ص 8)

المبحث الثاني

الاتصال الرقمي عبر شبكة الإنترنت

ماهية شبكة الإنترنت :-

تمثل شبكة الإنترنت أحد الخيارات التكنولوجية المعاصرة أمام الجماهير سواء أكانوا من الأكاديميين أو الصحفيين أو المستخدمين العاديين ، ولذلك زاد الاهتمام الرسمي والشعبي والمنظمي بها ، وباتت واحدة من الأدوات الأساسية في المؤسسات الصحفية والأكاديمية والاستثمارية والحكومية لتسيير عملها أو الاتصال بجمهورها أو عرض برامجها ومنتجاتها .(عبد الرحيم 2009 : ص 77)

وتعتبر شبكة الإنترنت شبكة عالمية تربط بين مختلف شبكات الكمبيوتر على المستوى المحلي والعالمي لجعلها منظومة متكاملة تساعد المستخدم على التنقل في شعاب هذه المنظومة العالمية المعقدة عبر خطوط الهاتف والأقمار الصناعية وأجهزة الحاسب الآلي ، وأبسط ما يمكن القول عنها أنها شبكة عالمية من الحاسبات الآلية المتصلة مع بعضها البعض حول العالم والمرتبطة بمجموعة من الشبكات المحلية مما يعطي المستخدم أو المستعمل إمكانية الاتصال أو الارتباط بالأجهزة الحاسوبية البعيدة عنه عبر الشبكات المحلية في الدول الأخرى . (Levine 2010 : p7-9)

ومن أهم تعريفات شبكة الإنترنت ما يلي :- (تريان 2008 : ص 27-28)

هي الشبكة التي تصل بين الآلاف من شبكات الكمبيوتر المنتشرة في جميع أنحاء العالم ، ولا تمتلك شبكة الإنترنت الأجهزة التي تتألف منها الشبكة ، ولكنها عبارة عن شبكة تتكون من أجهزة كمبيوتر يملكها أفراد ومؤسسات ومدارس ووكالات حكومية ومعاهد بحثية منتشرة في كافة أنحاء العالم وقد نشأت هذه الشبكة نتيجة للمشاركة في المعلومات التي تخزنها أجهزة الكمبيوتر .

ويعرفها ريتش البرنسون وآخرين بأنها شبكة شبكات الكمبيوتر ، وهي الشبكة العنكبوتية مترامية الأطراف والتي تقدم لمستخدميها قدراً هائلاً من المعلومات في كل أماكن العالم .

وتأتي أهمية شبكة الإنترنت من كونها أكثر الوسائل المستخدمة في هذا العصر الذي نعيش فيه ، حيث تقدم هذه الوسيلة العديد من الخدمات الاتصالية وخاصة في مجال

تطبيقات الاتصال الرقمي المختلفة وساعدت هذه التقنية الحديثة من جعل المجتمع العالمي شبه موحد وقريب من بعضه البعض ، وبفضل هذه التقنية الرائعة لا يوجد مكان لا يمكن الوصول إليه كما أصبح انتقال المعلومات بكافة أشكالها أكثر سهولة ويسر ، كما ساعدت شبكة الإنترنت في عملية التواصل بين المجتمعات عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت أهم مصادر الأخبار والمعلومات في العالم .

خدمات الاتصال الرقمية التي تقدمها شبكة الإنترنت :-

في بداية الأمر كانت شبكة الإنترنت ذات طابع بحثي ومحدود التداول ، ولهذا فإن الكثير من خدماتها كانت صعبة الاستخدام ، ومع مرور الأيام تطورت وظهرت فيها العديد من الاستخدامات لغرض تسهيل تبادل المعلومات بين المشتركين في المواقع المختلفة ، أما الآن وبعد أن فتحت الباب على مصراعيه للجهات الرسمية والتجارية الخاصة فقد تم تطوير خدمات جديدة سهلة الاستخدام .(الرحباني 2012 : ص 138)

ويمكن تلخيص الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت في الآتي :-

1 - البريد الإلكتروني : E-mail

تعد خدمة البريد الإلكتروني Electronic Mail من أكثر الخدمات شيوعاً وانتشاراً على الشبكة العنكبوتية ، كما تعد أهم أهداف مستخدمي شبكة الإنترنت لأنها تحل مكان العديد من أجهزة الاتصال الأخرى كالهاتف ، الفاكس ، التلكس ، وصندوق البريد العادي ، كما ساهمت خدمة البريد الإلكتروني في أن تغني المشتركين عن استخدام الحبر والورق حيث تقوم معظم المواقع بتقديم خدمة البريد الإلكتروني مجانية . (الرحباني 2012 : ص 144)

ويعتبر البريد الإلكتروني أحد وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد أو المنظمات مثل البريد العادي ولكن يتم التبادل والإرسال بسرعة وسهولة وكفاءة وفعالية وأقل ثمناً وموفر للمال والجهد ، كما يعتبر أداة اجتماعية للتقارب بين الناس ، بل يمكن الإرسال لعدد كبير من المشتركين في آن واحد .(تريان 2008 : ص 59-74)

ويمكن أن تتضمن هذه الخدمة النصوص ، والصور ، والفيديو ، والرسومات المتحركة والدرشة ، كما يمكن أن توفر هذه الخدمة المحادثات بالصوت والصورة شرط توفر الميكروفون والكاميرا لكلا الطرفين (مرسل ومستقبل) والتي من شأنها أن تدفع الأفراد للاستغناء عن الهاتف العادي أو الخليوي خلال الاتصالات الدولية مع الأفراد من مختلف أنحاء العالم لقلّة تكلفتها ، أما من الناحية الإعلامية فقد ساعدت خدمة البريد الإلكتروني الصحفيين والكتاب في الصحف على إرسال مقالاتهم وموضوعاتهم للمؤسسة التي يعملون بها ، وفي إجراء المقابلات والتحقيقات الصحافية على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي ، حيث توفر عليهم هذه الخدمة الوقت والجهد ، والجدير بالذكر أن الاتصال الهاتفي عبر الإنترنت يعتمد على تحويل الصوت إلى هيئة رقمية ، ومن ثم نقله بالوسائل الخاصة على شكل حزم بيانات ، ومن ثم تحويل هذه الشفرات مجدداً إلى صوت في الطرف الآخر .(الرحباني 2012 : ص 144-145)

ومن أهم سلبيات البريد الإلكتروني أنه قد يؤدي إلى نقل الفيروسات الضارة بين أجهزة الكمبيوتر المختلفة كما أنه لا يتسم بالسرية التامة حيث أنه من الممكن التجسس على رسائله ، وأيضاً يمكن من خلال البريد الإلكتروني نشر رسائل غير خفية وهدامة .

2 - خدمات تقديم الأخبار :

بعد ظهور شبكة الإنترنت أصبحت عملية تجميع الاخبار وصناعتها ونشرها تتم بشكل إلكتروني أسرع وأسهل من حيث الوقت والجهد وبطريقة أشمل ، حيث أصبحت عملية تحرير الأخبار تتم بشكل أكثر مرونة إذ يمكن للمحرر تعديل الخبر والتحكم في عملية التحرير من حيث إضافة كل ما هو جديد وعاجل من أخبار وتخزينها ومسحها واسترجاعها ، حيث يتم إرسال الأخبار والمعلومات إلى جميع أنحاء العالم ، من خلال وكالات الأنباء العالمية ،

ويمكن القول أن شبكة الإنترنت أصبحت أداة مساعدة للتغطية الإخبارية ومصدر هام من المصادر الأساسية خاصة للأحداث العاجلة ومصدر لاستكمال تفاصيل الأخبار وخلفيات الأحداث ، كما تقدم شبكة الإنترنت للصحافيين والمحريين خدمة البحث عن بعض المصطلحات والمفاهيم (اسم معين ، أو مدينة ما ، أو معنى كلمة) غير واضحة وتوضيحها للجمهور من خلال قراءة النص الإخباري ونشره عبر الوسائل التقليدية المختلفة .(الرحباني 2012 : ص 142)

وهناك ما يعرف بالمجموعات الإخبارية التي من خلالها يتم تبادل الرسائل الالكترونية والنقاشات عبر شبكة الإنترنت ، وهي واحدة من أشكال النقاش عبر شبكة الإنترنت حيث يجتمع مجموعة من الأشخاص تكون لديهم اهتمامات مشتركة للحديث عن مختلف الموضوعات الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية وغيرها ، ومن أشهر هذه المواقع موقع جوجل للمجموعات وكذلك موقعياهو .

وهي على خلاف رسائل البريد الإلكتروني التي تكون ظاهرة فقط للمرسل والمستلمين الذين تم تحديدهم حيث يمكن قراءة رسائل مجموعة الأخبار بواسطة أي شخص يقوم بعرض المجموعة التي يتم نشر هذه الرسائل فيها تمثل مجموعة الاخبار أو النقاش نوعاً من لوحات الإعلان الالكترونية E-Bulletin Boards ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب اهتماماته ، وتتيح هذه الخدمة للمشارك أن يراجع مجموعة النقاش من وقت لآخر لمعرفة الأخبار الجديدة التي أضيفت أو لإضافة خبر أو رد على أحد الأخبار المنشورة . (Correa 2009: p11-12)

3 - الاتصالات التفاعلية عبر شبكة الإنترنت :-

أ - مواقع الدردشة :

وتعتبر هذه المواقع بمثابة الوصل بين أكثر المشتركين على الشبكة حيث يمكن الالتقاء بين زائري الشبكة حول العالم والتحاور معهم وقد تغطي مثل هذه المحادثات معظم الموضوعات وقد تعنى بمجال محدد .

ب - عقد المؤتمرات الإلكترونية : E-conference

وهي الوصلة الإلكترونية لعقد المؤتمرات أو الحوارات التفاعلية باستخدام الكمبيوتر فقط دون شاشات العرض ويمكن أن يشترك فيها أكثر من طرف ، فتتقسم شاشة الكمبيوتر إلى أجزاء بعدد الاطراف المشاركة .

ج - نقل الصوت عبر الإنترنت : Live Voice

حيث يتمكن المستخدمون من إجراء مكالمات هاتفية مباشرة محلية ودولية عبر الإنترنت بكل سهولة بمجرد الاشتراك في مثل هذه البرامج التي توفر هذه الخدمة (Artemio 2007) . (p44-46) :

نوعية الصوت لا تزال في كثير من الأحيان غير جيدة ولا ترقى إلى مستوى الاتصال الهاتفي العادي ، ولكن مع التطور الهائل في هذا المجال ستدخل بلا شك تحسينات جديدة على هذه الخدمة التي أصبحت ذات شعبية كبيرة في العالم ، ومن أشهر الأنظمة شعبية في مجال المحادثات الصوتية برنامج سكايب ودخلت تطبيقات أخرى يمكن تحميلها على جهاز الكمبيوتر أو الهاتف المحمول وتعمل بكفاءة عالية جداً .

4 - خدمة التعليم عن بعد :-

تقدم الإنترنت خدمة التعليم التي استفادت منها المدارس والجامعات ومراكز البحوث العلمية والمكتبات العامة ودور النشر من خلال تبادل المعلومات وتناقلها ، حيث كان من الطبيعي أن تستجيب المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية لهذا التغيير الذي قفز من تغيير

خدمات تعليمية تقليدية إلى خدمات تعليمية إلكترونية جسدت تحولاً كبيراً في الفكر التعليمي وطرقه .

ونجد أن البرامج التعليمية أصبحت برامج تعليمية إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت ، إضافة إلى أن هناك خدمة التعلم عن بُعد Open University والتي ظهرت مؤخراً في الدول المتقدمة ويات استخدامها ممكناً ، لكن استخدامها لا زال نطاقه ضيقاً حيث أصبح هذا النوع من التعلم يُستخدم في المدارس والجامعات بين طلاب المدارس والمعلمين وبين طلاب الجامعات والأساتذة من دون أن يضطر الطالب لحضور المحاضرة ، إذ يمكن أن يتابعها في منزله ويسجل كامل المعلومات والملاحظات إذا توفرت له البيئة الإلكترونية الكاملة والتي تشمل الوسائط المتعددة (النص ، الصوت ، الصورة الثابتة والمتحركة ، والفيديو) وذلك بعد أن كانت هذه الخدمة (التعلم عن بُعد) مقتصرة في أمريكا وأوروبا على المراحل الابتدائية فقط . (الرحباني 1012 : 143)

5 - المنتديات :-

تختص المنتديات على الشبكة بالتعرض لمختلف الموضوعات كالفنون والسياحة والسياسة والبرامج والأخبار والتعليم والدين والثقافة .. ويستطيع المستخدم الإشتراك في المنتدى الذي يراه يتلاءم مع احتياجاته الشخصية ، وهي تتسم بقدر كبير من التفاعلية بين المستخدمين المشتركين في المنتدى .

6 - خدمة التجارة الإلكترونية والترويج والإعلان :-

بدأت التسويق والإعلان الإلكتروني في التزايد والتضخم عبر شبكة الإنترنت في تسعينات القرن العشرين ومع بداية نشاط الإنترنت في المجال التجاري وظهرت عدة مؤسسات وشركات متخصصة في مجال التسويق والإعلان التجاري وكذلك التجارة الإلكترونية .

إن الخدمات التجارية التي تقدمها شبكة الإنترنت توسعت لتشمل جميع المجالات حيث شملت بيع وشراء الأجهزة الطبية والمعدات المختلفة تجارة التجزئة كتجارة الكتب والمجلات حيث تتم عملية التسليم من خلال الناشر ، إضافة إلى خدمة الاستعلام عن الحاسب ومتابعة أسعار البورصات والأسهم التي تقدمها البنوك والتمويل ، وخدمة التصميمات الهندسية وخدمة توزيع المنتجات الإلكترونية كتوزيع الصور والأشرطة الموسيقية والأقراص المدمجة ، وأفلام الفيديو ، وبرامج وأجهزة الكمبيوتر ، إضافة لشراء وبيع الملابس والإكسسوارات والعطور وحتى السيارات وقطعها ، كما تعمل التجارة الإلكترونية على تسهيل عملية التبادل الإلكتروني للمستندات والمعلومات التجارية ، إضافة لتقديم الإعلانات التجارية ، وإمكانية التفاوض وإبرام الصفقات والعقود التجارية بين البائع والمشتري ، كما يمكن للبائع والمشتري سداد الالتزامات المالية ودعها إضافة لخدمة توزيع البضائع والسلع وتسليمها والإشراف والمتابعة على إجراءات سيرها عبر الإنترنت .(الرحباني 2012 : 146)

ويؤكد الرحباني أن التجارة الإلكترونية تمتاز بعدة ميزات يمكن جمعها على النحو

التالي :-

- تساعد على التفاعل الإلكتروني مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه .
- التفاعل بين فرد وفرد ، أو بين فرد ومجموعة ، أو بين مجموعة ومجموعة أخرى .
- وفرة الوقت والجهد .
- كفاءة عالية .
- سرعة كبيرة .

- خفض تكاليف البريد وعمليات الحاسب الآلي .
- التقليل من فترة بقاء السلع المخزونة .
- استفادة بعض المؤسسات المالية من تطوير استخدام الشيكات الورقية وتحويلها إلى شيكات إلكترونية عن طريق وسيط يقوم بإجراء عملية التخليص Clearing .
- امكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وكسب عملاء جدد .
- زيادة القدرة التنافسية للشركات التي تواجه شركات أخرى حديثة في مجال التجارة الإلكترونية .
- تقليل الأخطاء .
- السلامة العامة والأمان . : (الرحباني 2012 : 146-147)

7 - البحث عن المصادر :-

- إن شبكة الإنترنت أكثر من مجرد سلسلة من الصفحات المواقع الإلكترونية القائمة على الكلمات والنصوص ، حيث يمكن البحث في الإنترنت بواسطة محركات البحث وذلك في المواقع التي تحتوي على قوائم أو مصادر بحث مثل :-
- * البوابات Portals أو مراكز المواقع التي تقوم بتنظيم المعلومات والوصلات .
- * المواقع التي تلتزم بمواضيع محددة بما في ذلك النصوص ، الرسومات ، الأفلام وملفات الموسيقى .
- * قواعد البيانات مثل المجالات ، الصحف ، أو الوثائق المهنية الطابع .
- * الوثائق الحكومية ، البيانات ، القوانين ، السياسات ..إلخ .
- * الخدمات والمعلومات المقدمة من مواقع المنظمات غير الربحية ، ومن مواقع الأعمال التجارية الربحية .

* أدلة الأسماء والمعلومات الشخصية .

* الاتصال واستقاء المعلومات من خلال البريد الإلكتروني .

* مجموعات النقاش أو قوائم الخدمة الإلكترونية (List serves).

(www.studygs.net/arabic/research.htm)

ويتم هذا الأمر من خلال ما يسمى ببرتوكول نقل النصوص HTTP الذي من خلاله تتم عملية ظهور أدوات البحث والفهرسة التلقائية ، وهناك عدة محركات بحث توفر مثل هذه الخدمات مثل جوجل Google وياهو Yahoo ولايكوس Lycos .

8 - خدمة التواصل الاجتماعي :-

ظهرت خدمة التواصل الاجتماعي عبر موقع الفيس بوك Facebook في العام 2005 ، ففي بدايتها كانت تعتبر خدمة ترفيهية لكن أهدافها بدأت تتوسع ليتحول هذا الموقع من أهداف ترفيهية واجتماعية إلى أبعاد لها أهداف خطيرة ، حيث أصبح يلعب دوراً سياسياً خطيراً ومؤثراً خاصة ما شهدته بعض الدول العربية ، فقد كان لموقع الفيس بوك تأثيراً قوياً على تحرك الثورات والتظاهرات في تونس ومصر وغيرها من الدول العربية التي شهدت تحولات كبيرة وخطيرة .(الرحباني 2012 : ص 149)

ولقد أحدثت شبكة الإنترنت نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية ، حيث تعد دراسة شبكة الإنترنت وتأثيراتها الاجتماعية على مستوى الفرد والمجتمع مطلباً في ظل ما يموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة ، سواء من خلال مواقعها وأدواتها كالمواقع والخدمات الجماعية لهذه الشبكة أو من خلال ما ينشأ عليها يومياً من مجموعات وينتشر من معلومات تساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين والحصول على المعلومات وتكوين الصداقات والعلاقات... وما إلى ذلك بعيداً عن الاتصال المباشر بالعالم الخارجي .(أبو الهدي 2011 : ص 379)

وتطورت خمة التواصل الاجتماعي كثيراً عبر تطبيقات حديثة مثل الواتس اب
WhatsApp وتويتر Twitter وتيلي جرام Telegram وانستقرام Instagram وغيرها من
مواقع التواصل الاجتماعي التي غطت كل العالم ، واستفاد الكثير من الناس من هذه
التطبيقات في عملية التواصل فيما بينهم ، كما أنها وفرت لهم منابر للحوار وابداء الآراء
بكل سهولة وحرية .

9 - الحقيقة الافتراضية Virtual Relative :-

الحقيقة الافتراضية عبارة عن محاكاة للحقيقة والتركيز هنا يكون على الحقيقة الواقعية
وذلك عن طريق برامج مصممة بطريقة تسمح بإشراك حواس الإنسان فيما تعرض بالاعتماد
على أجهزة خاصة يتم توفيرها للمستخدم حتى يتصل بجهاز الحاسب ويدخل في أجواء
الحقيقة .

وهي طريقة لعرض المناظر المجرّبة المركّبة عبر الحاسب وبرمجيّاته والسماح لمستخدم
شبكة الإنترنت أن يشاهدها ويتفاعل معها حتى يشعر المستخدم بأنه داخل الحدث نفسه
ومثال على ذلك مواقع العوالم الافتراضية والتصوير المعماري ثلاثي الأبعاد الذي يسمح
للمستخدم بالتجول داخل المنزل وتجربة نظم الإضاءة وشكل الأثاث والديكورات. (Wendy
Http://www.Jiad.Org : 2003)

10 - الألعاب الإلكترونية :-

انتشرت الألعاب الإلكترونية في كثير من المجتمعات العربية والأجنبية إذ لا يكاد يخلو
منها بيت أو متجر ، تجذب الأطفال بالرسوم والألوان والخيال والمغامرة ، حيث انتشرت
انتشاراً واسعاً وكبيراً ونمت نمواً ملحوظاً وأغرقت الأسواق بأنواع مختلفة منها ودخلت إلى
معظم المنازل وأصبحت الشغل الشاغل لأطفال اليوم حيث أنها استحوذت على عقولهم
واهتماماتهم ، كما أن الألعاب الإلكترونية لم تعد حكراً على الصغار بل صارت هوس الكثير
من الشباب وتعدى ذلك للكبار.(أبو العينين 2010 : http://woman.islammmessage.com/)

تتوفر لمستخدمي شبكة الإنترنت العديد من مواقع التسلية والالعاب الإلكترونية ، حيث يمكن للمستخدم الاشتراك فيها والتفاعل معها ، وتتنوع هذه الألعاب وفقاً لميول المستخدم وهواياته ولكن هناك بعض الألعاب التي تمثل خطورة كبيرة علي مستخدميها خاصة إذا كانوا أطفالاً .

خصائص الاتصال الرقمي عبر الإنترنت :-

السرعة والفورية والآنية :

حيث يمكن للمستخدم أن يحصل على المعلومات المطلوبة بكل سهولة وبشكل آني وفوري ، حيث ترفع الإنترنت من قيمة الوقت نظراً لسرعة الحياة وقيمة الأحداث والأخبار بشكل مستمر وسريع . (الشهاوي 2015 : ص 100-105)

الاتصال المتبادل والتفاعلية :

يتسم الاتصال الرقمي بقدر كبير من التفاعلية بين المستخدم والمادة المقدمة له أو بين المستخدم وبين غيره من المستخدمين أو بين المستخدم وبين محرري المحتوى من خلال كافة السمات والأشكال التفاعلية كالتعليقات والنقد والتصويت وإشراك المستخدم في إنتاج المحتوى وتعني وجود اتصال ذي اتجاهين بين المرسل والمستقبل أي قدرة الوسيلة على نقل استجابات المتلقي إلى المرسل وكذلك سيطرة أو تحكم المتلقي في العملية الاتصالية عن طريق مجموعة من الآليات التي تحقق هذا التحكم . (صادق 2003 : ص 30)

كسر احتكار المعلومة :

حيث يعتبر كل مستخدم للإنترنت هو مالك لكل المعلومات التي يريدها حيث ساهم الإنترنت في جعل الموسوعات والبليوغرافيات والأنسكلوبيديات متنقلة من المستخدم إلى

الأخر وسهلت الإنترنت عمليات البحث العلمي وتحميل الكتب المختلفة مجاناً وإجراء الأبحاث المختلفة بكل سهولة ويسر . (Lingzi,Z 2009 : Pp25)

التشابك :

حيث يجمع النشر الإلكتروني بين مختلف الخصائص والفنون البصرية والإبداعية والنصية فهناك نص ورسوم وروابط تشعبية ووسائط متعددة كل ذلك يتشابك معاً داخل النشر الإلكتروني ليصبح أكثر فعالية من النشر الورقي التقليدي .(علم الدين 2008 : ص 47-50)

تحول نمط الاتصال :

تحول نمط الاتصال في وسائل الإعلام من نمط الدفع إلى نمط الجذب From Push Media To Pull Media حيث تعتمد وسائل الاتصال التقليدية على الاتصال احادي الاتجاه من الوسيلة إلى الجمهور دون توافر الشكل العكسي للاتصال مما يتنافى مع ثنائية الاتجاه الاتصالي أو التفاعلية ، أما وسائل الاتصال الحديثة ولا سيما الانترنت فقد وفرت بشكل ملحوظ عنصر الجذب الاتصالي حيث يتوافر نوعين من الاتصال اتصال رأسي صاعد وهابط في آن واحد بل يتعدى الاتصال ذلك النمطين ليصبح اتصال أفقي بين المستخدمين واتصال دائري بين الجميع دون تمييز وبنفس الفرص المتساوية في الاتصال .(Civitas 2009 : p30).

اللاجماهيرية Demassification :

ساهم الاتصال التفاعلي في ايجاد مفهوم اللاجماهيرية أو تفتيت وتجزئة الجمهور المستهدف بشكل دقيق ومحدد (شخصنة الاتصال Personalization) فعلى عكس وسائل الاتصال الجماهيرية التي توجه رسائلها إلى جمهور ضخم نجد أن شبكة الإنترنت تتميز بالفردية ، فيمكن أن توجه الرسالة عبر شبكة الإنترنت إلى فرد واحد أو مجموعة محددة ، حيث توجد درجة عالية من الدقة في شبكة الانترنت تتضمن وصول الرسالة من المصدر

إلى المستقبل المستهدف ، فشبكة الإنترنت وسيلة جماهيرية ولا جماهيرية في الوقت ذاته بسبب تنوع الأشكال والنماذج الاتصالية التي توفرها الإنترنت كوسيلة اتصال ، فتحول الاتصال من اتصال المرسل بالمجموعة المتلقية (الجمهور العام) إلى اتصال الفرد بالفرد (اتصال شخصي رقمي) أو اتصال الفرد بعدد محدود ومستهدف بوضوح من الأشخاص From one - to many - to one - to some and one to one وبالتالي تزداد مستويات التفاعلية بين القائم بالاتصال والتلقين . (Spiro 2002 : pp355-383)

الإنتقائية Selectivity :

اتاحت شبكة الإنترنت للجمهور خاصية التعرض الانتقائي المتعمد حيث يمكن للمتلقى أن يختار المواد التي يرغب في التعرض لها ، وهذا الأمر يؤدي إلى زيادة تأثير الجمهور بهذه المواد ، كما تسهل الإنترنت التمييز بين البدائل المختلفة وحرية التجول داخل المواقع المختلفة وزيادة تحكم المستخدم في البدائل المتاحة وفي خيارات العملية الاتصالية وتقنياتها .

الاعتماد على الوسائط المتعددة :

وهي الأدوات المستخدمة في تقنيات عرض الصوت والصورة والنص والأفلام والرسوم المتحركة ، فالإنترنت تسمح لجمهورها بالاستمتاع بالمضمون بالشكل الذي يرغبه فهي لا تقف عند حد النصوص فقط ، وتكون هذه النصوص تفاعلية عندما يعطى المستخدم التحكم والحرية في أسلوب العرض وانتقاء المعلومات التي يرغب فيها والخروج والانتقاء من البرنامج من أي نقطة أو في أي وقت شاء ، وتصبح هذه الوسائط فائقة عندما تزود داخل محتوى العرض بوصلات لربط العناصر خلالها بما يمكن المستخدم من الإبحار في العرض . (اللبان 2001 : ص 98)

الإنترنت وسيلة غير مكلفة :

مجانية الإنترنت هي من أهم الميزات التي تجعلها وسيلة مرغوبة لدى الكثيرين ، فهي تتيح العديد من البرامج والتطبيقات والخدمات المجانية لمستخدميها ، كما انه يمكن من خلالها توزيع ما يعرف بالوثائق الإلكترونية وبشكل رخيص .

حميمية الإنترنت The Intimate Internet

لقد أثبتت الدراسات التي أجريت على العلاقات الحميمة أو التي تتسم بالشخصية الشديدة أن الكشف عن الذات وكشف الشريك عن ذاته تزيد من المودة والصدقة الحميمة في التفاعلات ، ونجد أن سرية شبكة الانترنت وانعدام هوية الفرد تقلل من مخاطر هذا الإفصاح وخاصة في الامور الشخصية ، فالفرد يميل للكشف عن ذاته مع الغرباء لأن هذا الشخص الغريب لا يمكن الوصول إلى الدائرة الاجتماعية الخاصة به وانتهاك الحدود الخاصة به .

(Dunwoody 2001 : pp 111-134)

التعرف على أشخاص مماثلين لنا :

يمكن عن طريق شبكة الانترنت أن يلتقي الشخص مع أشخاص آخرين مشابهين له في الاهتمامات والأفكار والميول وحتى التخصص ، هذا الأمر يجعل التفاعل مع هؤلاء الأشخاص أكثر سهولة ويسر لأن الأفراد ينجذبون للآخرين المشابهين لهم في السمات الشخصية والأفكار والاتجاهات ، فكلما زادت درجة التشابه زاد الانسجام والتوافق مع الأشخاص الذين نتواصل معهم .

المثالية :

عندما يكون الاتصال افتراضياً على شبكة الإنترنت يعتقد أحد الأطراف المثالية في الطرف الآخر على عكس الاتصال الشخصي وذلك لافتقاد عنصر التواصل المباشر الذي

يشمل لغة الجسد وتعابيره فمن خلال الإنترنت يكون الاتصال لفظياً فقط عن طريق النصوص ، وهذا الأمر يجعل الأطراف المتفاعلة تفترض وتتخيل المثالية في بعضها البعض .

القدرة العالية على التخيل :

تعطي شبكة الإنترنت الفرد مساحة كبيرة جداً للتخيل فكل طرف يضع صورة تخيلية للآخر وذلك من خلال المعلومات التي حصل عليها من الطرف الآخر ، حيث يخلق الشخص لنفسه شخصيات خيالية افتراضية لم يقابلها في الواقع الحقيقي .

انفصال الفرد عن هويته :

عندما يتجول الأشخاص عبر شبكة الإنترنت لا يستطيع الآخرون الذين يقابلونهم تحديد هويتهم ، فأسماء المستخدمين وعناوين البريد الإلكتروني ربما تكون غير مرئية والمعلومات المتاحة بخصوص المشاركين تعد محدودة جداً ، وهذه المعلومات نفسها لا تكشف الكثير عن الشخص وخاصة إذا كان اسم المستخدم غير حقيقي ، فنحن نعرف فقط ما يقوله لنا الآخرون عن أنفسهم على شبكة الإنترنت فالشخص يخفي جزءاً من هويته أو يغيرها بشكل كامل ويستخدم لاسماً مستعار ، وتشير الدراسات إلى أن انعدام هوية الفرد عبر الإنترنت قد يؤدي إلى المبالغة وتقديم الذات بشكل غير حقيقي أو قد يقوم البعض بسلوكيات عدوانية عنيفة دون الخوف من عواقبها الاجتماعية .(رفعت 2013 : ص 110)

تطبيقات إعلامية مرتبطة بالاتصال الرقمي عبر شبكة الإنترنت :-

1 - أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني : E-Desktop Publishing

وهي نظم مبنية على استخدام الحاسب الإلكتروني تتفاعل وتتكامل مكوناتها لتحقيق الهدف العام المشترك وهو الإخراج الطباعي الأنيق المنظم الذي يتسم بجمال الصفحات

المطبوعة وتستمد هذه النظم مدخلاتها المتنوعة عن طريق برامج معدة لذلك تسمى برامج توضيب الصفحات (الإخراج الصحفي) وعند الانتهاء من تجهيز تلك المدخلات يتم الحصول على المخرجات في شكل يتفق تماماً مع ما تم إعداده في مرحلة التجهيز .
(علم الدين 2008 : ص 45-46)

2 - وكالات الأنباء عبر الويب :

لا تتخلف أي وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الإنترنت ، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والأسوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينخوا ويونائيتدبرس توفر أخباراً ومعلومات على مواقعها في شبكة الانترنت مصاحبة للتشرات الورقية التي تقدمها .

إيجابيات شبكة الإنترنت :-

للانترنت فوائد وإيجابيات عديدة تجعله وسيلة مهمة ومحبة لكثير من المستخدمين ويمكن أن نعرض إيجابيات الإنترنت كما وضحاها الرحباني في الآتي :-

- 1 - الاتصال والتواصل مع العالم .
- 2 - تبادل الآراء والمعلومات عبر المواقع الإلكترونية .
- 3 - توسيع مدارك المعرفة والثقافة .
- 4 - أصبحت أساساً لصناعة الإعلام والنشر ووسيلة رئيسة من وسائل الاتصال الجماهيري .
- 5 - نشر الوعي الفكري بين الناس خاصة فئة الشباب .
- 6 - إتاحة الفرصة للمحللين السياسيين والكتاب والأدباء في نشر موضوعاتهم ومقالاتهم وأعمالهم .

- 7 - منحت شبكة الإنترنت فرصة للتواصل والتغيير .
- 8 - وفرت شبكة الإنترنت صوتاً لمن لا صوت له ولا سيما المعارضة والاحزاب السياسية والكتاب غير الورقيين لعرض وتحليل ونشر موضوعاتهم وأفكارهم .
- 9 - الاستفادة من التدفق المعلوماتي .
- 11 - استفادة المستخدمين من الوسائط المتعددة .
- 12 - استفادة المسوقين في بيع الكتب والمجلات بطريقة إلكترونية عبر شبكة الإنترنت .
- 13 - امكانية التداول الحر للصور والفيديو والملفات ونقلها وتخزينها من الشبكة إلى الجهاز الكمبيوترية .
- 14 - الاستفادة من ارسال الصور والرسائل بسرعة فائقة وأنية ، عن طريق البريد الإلكتروني .
- 15 - وفرت شبكة الإنترنت مواقع للتسلية والترفيه وسد الفراغ .
- 16 - وفرت شبكة الإنترنت قراءة الكتب عبر الشبكة بطريقة إلكترونية من دون عناء وجهد .
- 17 - مكنت شبكة الإنترنت بعض وكالات الأنباء من إرسالها الإنترنت للمشاركين في خدماتها ومن هذه الوكالات (رويترز وسي ان ان) .
- 18 - مكنت الأفراد العاديين من تصوير أي مشهد أو أي حدث ونقله إلى جهاز الكمبيوتر وإرساله عبر مواقع الإنترنت كالبريد الإلكتروني او الصحف الإلكترونية غير الورقية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، سواء كان خُذ مصوراً أو فيديو أو صوراً ، أو حتى نقل النصوص ، في الوقت الذي لا تستطيع فيه الصحيفة التقليدية من نقلها لفرض الرقابة عليها .

19 - مكنت الأفراد العاديين من المشاركة في جمع الأخبار ونشرها ، حيث أصبح المواطن العادي هو أشبه بالإعلامي في نشر الاخبار .

20 - أصبحت الإنترنت تستخدم في المجالات التجارية (التجارة الإلكترونية) .

21 - التجول والسفر حول كافة أنحاء العالم عبر شبكة الإنترنت . (الرحباني 2012 : ص 201-203)

سلبيات شبكة الانترنت :-

على الرغم من أن شبكة الإنترنت تتمتع بفوائد وإيجابيات كثيرة وعديدة إلا أنها أيضاً لا تخلو من العيوب والسلبيات التي يمكن ذكرها في الآتي :-

1 - إن شبكة الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية عززت الفردية في التعامل والاستخدام وحتى التفاعلية حيث نجد أن التفاعلية في الإنترنت تكون بشكل فردي عكس الوسائل الأخرى التي تكون في معظمها التفاعلية والمشاركة جماعية .

2 - أصبحت الشركات العالمية تقوم بشراء شركات الإنترنت .

3 - أصبحت شبكة الإنترنت أداة من الأدوات التي تستخدمها الدول المركزية التي تتركز فيها الشركات العالمية العملاقة .

4 - قامت شبكة الإنترنت بتحديد سلوك المستهلك وفعلاً لت قوة شرائه .

5 - أدت لوجود فجوة ثقافية لدى الأجيال .

6 - أثرت شبكة الإنترنت على السلوكيات والممارسات .

7 - ساعدت على عدم الاستيعاب والتركيز للتدفق المعلوماتي الحر .

8 - الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت أدت لضياع أوقات ثمينة عند الأفراد ، ولا سيما طلاب المدارس والجامعات .

9 - عدم الرقابة والحرية المطلقة التي تتمتع بها معظم المواقع على شبكة الإنترنت أدت لتدهور الأخلاق والقضاء على القيم والمبادئ النبيلة ، ولا سيما عند الصغار .

10 - أدت لتساؤلات عديدة حول مستقبل دور النشر والمطابع العامة والمكتبات .

11 - السيطرة على المضمون من قبل وكالات الأنباء العالمية ، إضافة إلى السيطرة الإعلامية على القنوات والإنتاج والأدوات ووسائل النقل .

12 - صعوبة رقابة شبكة الإنترنت . (الرحباني 2012 : ص 204)

يقال أن التكنولوجيا ليست خيراً خالصاً ، كما أنها ليست شراً صرفاً ، وكل تكنولوجيا لها ضررها كما أن لها فائدها وأي تكنولوجيا لا تصلح في كل الظروف ولا في كل مجتمع ، والتكنولوجيا الجديدة في وسائل الاتصال قد تسد نقص التكنولوجيا القديمة ، ولكن لا يمكن أن تعوضها . (الدناني 2003 : ص 137)

المبحث الثالث

وسائل الاتصال الرقمية الجماهيرية

الإذاعة الرقمية :-

مرت الإذاعة الصوتية عبر تاريخها الطويل بالعديد من التطورات التكنولوجية حيث امتد هذا التطور من الإذاعة العادية التقليدية ثم الإذاعة الدولية مروراً بالإذاعة الفضائية ثم البث الإذاعي عبر السواتل ثم إلى إذاعة إلكترونية وصولاً إلى ما يسمى الآن بالإذاعة الرقمية

ظلت الأنظار كلها متجهه في السنوات الماضية إلى التطور التكنولوجي في أقمار الاتصالات وظهر أقمار البث المباشر من القمر إلى المشترك ثم التطور التكنولوجي الأخير الذي دفع بهذا الإنجاز العظيم إلى خطوات أوسع وأرحب وذلك باستخدام تكنولوجيا الأرقام أو التكنولوجيا الرقمية Digital Technology التي أتاحت مجالاً أوسع للاستفادة من هذه التقانة الحديثة في مجال أقمار الاتصال ، وأصبح قمر الاتصال المباشر واحداً من أهم ظواهر التطور في مجال الاتصال وخاصة عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالراديو والتلفزيون . (شمو 1995 : ص 187) وأصبحت أنظمة الإذاعة الصوتية الرقمية تمثل أهمية كبرى وعنواناً للتقدم والتطور التكنولوجي وظهرت الإذاعة الرقمية عبر الفضاء Digital Broadcasting Satellite والتي يشار إليها اختصاراً بـ(DBS) وانتشرت بسرعة كبيرة لمزاياها العديدة وجودة ووضوح عملية الإرسال والبث عبرها .

والإذاعة الرقمية هي الإذاعة التي تعمل بتجهيزات تقنية مزودة بمنظومات رقمية متكاملة ، هذه المنظومات لها القدرة على تحسين الصوت وزيادة درجة نقائه ووضوحه كما تقدم خيارات عديدة للمستمعين تمكنهم من التفاعل مع برامج الإذاعة ، ويتطلب الاستماع للراديو الرقمي الحصول على أجهزة التقاط بث رقمية تحقق للمستمع القدرة على الاستفادة من خدمات الراديو الرقمي والتفاعل معها .

تتجه الأنظمة الحديثة إلى تلبية الطلب المتزايد عالمياً على توفير بث إذاعي بجودة تضاهي جودة الأقراص الليزرية سواء كان المستقبل ثابتاً أو محمولاً أو مستقلاً ، وقد سمحت التطورات التقنية في ترميز المنبع والقناة ، وفي التعديل ، وفي معالجة الإشارة الرقمية ، بتحقيق أنظمة بث صوتية رقمية أرضية وفضائية ، ومن هذه الأنظمة نظام البث الصوتي

الرقمي المعياري (DBA) Digital Audio Broadcasting الذي يوفر بثاً رقمياً متعدد الخدمات عالي الجودة وهو مصمم للعمل في أي حزمة ترددية في مجال الترددات العالية جداً وفوق العالية ويقدم هذا النظام إضافة إلى البرامج الصوتية وإمكانية التشفير ، خدمات معلوماتية مرتبطة أو مستقلة .(مكاوي وعلم الدين 2010 : ص 166)

مبدأ البث الإذاعي الرقمي :-

يتألف نظام البث الإذاعي الرقمي من سلسلة تبدأ من محطة البث ، وتنتهي عند أجهزة الالتقاط تُضخَّم في هذا النظام الإشارات الصوتية في أشكالها الكهربائية الصادرة عن الميكروفونات أو آلات قراءة الأسطوانات أو الأقراص الليزرية داخل أستوديوهات البث والتسجيل المتميزة بصفاتها الرقمية المتكاملة ، وتُنقل الإشارات إلى جهاز الإرسال الرقمي بكامل تجهيزاته الذي يقوم بتعديل موجة إذاعية حاملة يشعها هوائي الإرسال، ثم تنتشر هذه الموجة الحاملة للمعلومات في الفضاء ويلتقط جهاز راديو رقمي مجهز بهوائي استقبال تلك الموجة ، ومن ثم يستخلص الإشارة المفيدة من الموجة الحاملة ويوصلها إلى مكبر الصوت (<http://digital-tunisia.blogspot.com/2011>).

وتختلف إشارة البث السمعي الرقمي عن إشارة كل من تضمين الاتساع وتضمين التردد ، ففي البث الإذاعي التقليدي أو القياسي تحمل كل خدمة إذاعية على الترددات الخاصة بها ، أما في البث السمعي الرقمي فتستخدم كتلة واحدة من الترددات تسمى المضاعف في حمل عدد الخدمات . (الشاري 2009 : ص 62-63)

ويعمل نظام البث السمعي الرقمي بالجمع بين تقنيتين :- (الشاري 2009 : ص 63)

الأولي : هي تسجيل الصوت رقمياً (أي في شكل سلسلة من الوحدات والأصفار) عوضاً عن الإشارة التقليدية ما يتيح استخراجاً دقيقاً للصوت من دون فقدان جودة النوعية .

الثانية : هي ضغط البيانات: وحتى وقت قريب كان ترقيم الصوت يتطلب نطاقاً واسعاً من الطيف الإذاعي ما جعل البث غير عملي ، ولكن التقدم التقني أدى إلى تطوير نظام يجد

فقط أجزاء الإشارة التي تعرضت للتغيير بعد إرسالها ، ما أتاح التخلص من المعلومات غير الضرورية والذي أدى بدوره إلى تقليل كمية المعلومات الرقمية المطلوبة للبت .

يوما ما تستطيع أن تستقبل مئات الإذاعات الصوتية وبنقاء تام للصوت ، وذلك بفضل تقنية الراديو الرقمي التي سوف تفتح بابا من الفرص التجارية في سوق أجهزة الراديو الرقمية ، سواء في السيارة أو أجهزة الراديو للمنزل أو المكتب ، وستأتي الجوالاات والكمبيوترات المحمولة مدعمة بالراديو الرقمي ، وبشكل محدد فإنه يتوجب عليك استبدال الراديو الذي لديك حاليا براديو رقمي لاستقبال إذاعتك المفضلة بالبت الرقمي الجديد ، ويعتبر الراديو الرقمي هو الجيل القادم للبت الإذاعي ، والذي يعني انتهاء حقبة زمنية شهدت بث موجات (AM) منذ عام 1920 م وبث موجات (FM) منذ عام 1940م ، إنها الثورة التي سوف تحول جودة إذاعات الموجات المتوسطة (AM) وكأنك تسمع موجات (FM) ، بل وسيحول موجات (FM) الحالية إلى نقاء وصفاء الأقراص المدمجة (CD) ، إضافة إلى نقاء الصوت المسموع فإنه يتيح زيادة عدد القنوات الإذاعية التي يمكن أن تبث بمعدل خمسة أضعاف بعد أقصى ، كما يمكن لهذه التقنية إمكانية إرسال الأحرف التي تظهر على شاشة الراديو الصغيرة ، حيث يمكن بث حالة الطقس أو إسم البرنامج الحالي ، أو يمكن لإدارة المرور أن ترسل رسائل نصية عن حالة الطرق والاختناقات التي فيها ، بقي القول أن البحث عن القنوات في الراديو الرقمي لن يكون برقم التردد بل باسم القناة مباشرة والذي يظهر على شاشة الراديو ، أما أجهزة الراديو التي تستقبل هذا البث والتي بدأ تصنيعها حاليا ، وخاصة في راديو موديلات السيارات الجديدة ، فسيتيح لك تسجيل أي برنامج والاستماع له لاحقا ، أو عندما تضطر لإيقاف الراديو لأي سبب ، فإنه لن يفوتك برنامجك المفضل ، بل سيبدأ الراديو باستكمال البرنامج من حيث وقفت أنت ، وهذا كله بفضل التحول الرقمي.)

(<http://www.technologya.ps>)

تصبح الإذاعة رقمية متى توفرت كل الشروط المطلوبة للجودة الصوتية العالية و النوعية الرقمية لجميع الإشارات الصوتية في جميع مراحل الإنتاج إلى البث ثم الالتقاط ،

ويمكن الاستفادة من الإذاعة الرقمية في إمكانية استخدام الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات وغيرها من برامج التفاعل المباشر ، وحتى تصبح الإذاعة رقمية يجب أن تمر بعدة مراحل مختلفة تتمثل في الآتي :-

1- مرحلة إنتاج الصوت : خلال هذه المرحلة تتم عملية معالجة الصوت فنيا من التضخيم إلى التصفية مرورا بالمونتاج و المزج وغيره وفي كامل مراحل هذه العمليات التي تتميز بنطاق ترددي منخفض بين 20 هرتز و 20 كيلو هرتز (BF) تكون الإشارة الصوتية دائما في شكل رقمي بصفة متواصلة .

2 - مرحلة البث و الإرسال : خلال هذه المرحلة تتم تهيئة الصوت لجعله يترافق مع إشارات مرتفعة الترددات التي تقوم بحمل الإشارات الصوتية إلى أبعد مدى باستعمال إحدى تقنيات أنظمة البث الرقمية السالفة الذكر .

3 - مرحلة التقاط الصوت : وهي المرحلة التي يصل فيها الصوت الإذاعي إلى جهاز الالتقاط الرقمي حيث يستفيد المتقبل من كل المعطيات التي يمكن التقاطها مع الإشارة الصوتية .

أنظمة البث الإذاعي الرقمية:- (<http://digital-tunisia.blogspot.com/2011>)

1 - نظام البث السمعي الرقمي : **(DAB) Digital Audio Broadcasting**

تتجه الأنظمة الحديثة نحو تلبية الطلب المتزايد عالمياً على توفير بث إذاعي بجودة تضاهي جودة الأقراص الليزرية سواء كان جهاز الالتقاطاتاً أو محمولاً أو متنقلاً ، وقد سمحت التطورات التقنية في الترميز ، وفي التعديل ، وفي معالجة الإشارة الرقمية ، بتحقيق أنظمة بث صوتية رقمية سواء كانت أرضية أو فضائية ومن هذه الأنظمة نظام البث السمعي الرقمي **(DAB) Digital Audio Broadcasting** الذي يوفر بثاً رقمياً متعدد الخدمات عالي الجودة، وهو مصمم للعمل في أي نطاق ترددي في مجال الترددات العالية جداً وفوق العالية ويقدم هذا النظام إضافة إلى البرامج الصوتية وإمكانية التشفير ، خدمات تفاعلية وتبادلية للمعطيات مرتبطة أو مستقلة .

وقد استخدمت على سبيل المثال ، شركة وورلد سبايس **World Space** هذا النظام لتوفير بث إذاعي رقمي فضائي بجودة عالية جداً عبر ثلاثة أقمار صناعية أحدها يغطي القارة

الإفريقية والدول العربية لكن هذا النظام سرعان ما تم تطويره واستبداله بأخر قابل للتكيف مع مواكبة متطلبات الجودة و الثمن .

وتكمن فائدة هذا النظام فضلا عن نوعية الصوت لنظام داب في عدة أشياء حسب وجهة

نظر الهاشمي في الآتي :-

أ - امكان امتلاك الإذاعة لمجال جغرافي لا محدود لموجه واحدة ، هذه السهولة مستحيلة في نظام أف ام (FM) ، أما عملياً فتتداخل أجهزة البث العاملة على موجه واحدة ويكون استقبال الإشارة منها عدة مرات بعضها صادر من جهاز البث الأقرب والبعض الآخر من مناطق مجاورة ، حيث لم يعد سائق السيارة مجبراً على البحث عن محطته كلما خرج من منطقة الموجه الإذاعية ، ولم يعد ينبغي لإذاعة وطنية أن تقدم مائة موجه مختلفة .

ب - إن الثقة بنظام داب تسمح من جهة باستعمال أجهزة بث تعمل بقوة أدنى بعشر مرات من قوة الأجهزة المستعملة لأجل إذاعة F.M ، ومن جهة ثانية بشغل أفضل للطيف وذلك بالحد من سعة الأشربة غير المستعملة الفاصلة بين محطتين متجاورتين ، كما يؤدي لانخفاض التشويش وتوسيع الرقعة الجغرافية للمحطات القائمة وإشياء محطات جديدة .

ج - بالإمكان استعمال جزء بسيط من القناة الرقمية لا لنقل الأصوات بل لنقل معطيات من طراز النص البعيد (Teletext) . (الهاشمي 2004 : ص 139-141)

2 - نظام البث الرقمي السمعي المعدل : (DAB+/DAB Surround) Digital Audio Broadcasting

يوفر هذا النظام المزيد من البرامج ذات جودة عالية لمستمعي الإذاعة و يضيف كفاءة عالية تخص نطاق الترددات الذي أصبح أوسع بالمقارنة مع نظام DAB العادي مرتين إلى ثلاث مرات .

3 - نظام البث الرقمي المتعدد الوسائط : (DMB) (Digital Multimedia Broadcasting)

(

هو النسخة المتطورة لنظام البث الصوتي الرقمي (DAB) وتم تطويره وإدراجه كنظام معترف به دولياً سنة 2005 ، و تبنته بعض الدول حيث يتميز زيادة على النوعية الرقمية للصوت الستيريو بإمكانية الاستفادة من المعطيات المتعددة الوسائط مثل الصور ، الفيديو وغيرها والتفاعل المباشر مع البرامج الإذاعية ، هذا النظام يعوض الألف م (FM) في البث التناظري .

4 - الإذاعة الرقمية العالمية (DRM) (Digital radio mondiale)

هو نظام يمكننا من بث إشارات رقمية على مجال الذبذبات المستعمل حالياً في ال AM وهي أقل من 30MHZ ، توجد بعض الأشياء الناقصة في هذا النظام التي تخص نطاق الترددات المحدود مما جعل أهل الاختصاص يجدون حلاً فورياً لتطويره و جعله مفيداً من الناحية العملية .

5 - نظام الإذاعة الرقمية العالمية المعدل (DRM+)

جاءت المصادقة على هذا النظام وتبنيه من طرف المعهد الأوروبي للمواصفات السلوكية واللاسلكية سنة 2009 ، وهو يعطي نطاق ترددات يصل إلى 174MHZ مع الاستفادة من معطيات متعددة للوسائط المصاحبة للمضمون الصوتي .

مميزات الراديو الرقمي :-

تعتبر الإذاعة الرقمية تقنية جديدة دخلت جهاز الراديو مؤخراً وتعني البث الرقمي Digital وهذه التقنيات الجديدة التي دخلت على جهاز الراديو طرأت عليها تحسينات لفوائد ويشير الرحباني إلى مميزات عدة منها :-

1 / التمكن من إرسال إشارات الأقمار الصناعية بكل سهولة ، عبر قيام الإذاعة بتحديد رقم معين ، وذلك نتيجة اعتمادها على تقنية البث الرقمي العالمي .

2 / أدت تقنية البث الرقمي الإذاعي الى إيصال كلمات الأثير بصورة نقية ومسموعة ، مما أدى لتحسين أداء الإرسال الإذاعي بجودة عالية وباقل تكلفة .

3 / إن التكنولوجيا الحديثة بواسطة الراديو الرقمي قد مكنت المستمعين خاصة الذين يعتمدون على سماع الموجات الصغيرة ، من اختيار اللغة التي يريدونها ضمن مجموعة من اللغات الحية ، التي تبث بها شبكات الإذاعة المسموعة .

4 / استطاعت تقنية البث الرقمي بواسطة الراديو الرقمي تغطية كافة انحاء العالم ، كما وستحقق فرصة ستستفيد منها الدول الفقيرة الأمية التي لا تقرأ ولا تكتب ، ما سيكون لهذه التقنية الأثر الإيجابي الكبير على هذه الدول .

5 / سيحقق البث الرقمي العالمي القدرة على استيعابالتردد لعدة برامج إذاعية ، مع تر اسل المعطيات في شكل نصوص وصور ثابتة بدلاً من التردد الذي كان يخصص لبرنامج إذاعي واحد .

6 / بمقدور التقنية الرقمية الإذاعية الجديدة تغطية عشرات القنوات الصوتية ذات الجودة العالية .

7 / استعادة سكان المناطق الريفية النائية من إمكانية إتاحة الإذاعات التعليمية الموجهة لهم . (الرحباني 2012 : ص 66)

إن الإذاعة عموماً والإذاعة الرقمية على وجه الخصوص تتميز بالعديد من الخواص التي لا تتوفر في الأجهزة التكنولوجية الحديثة الأخرى ، فلا يخفي علينا أن الكثير من الناس أصبحوا يستخدمون أجهزة الآي بود والام بي3 والام بي4 وغيرها من الأجهزة الأخرى ، هذه الأجهزة تمكن مستخدمها من تسجيل برامج الإذاعة والاستماع إليها لاحقاً ، ولكن ميزة الإذاعة هي أنها يمكن الاستماع إليها في كل الأمكنة وكل الأوقات داخل المنزل ، خارج المنزل ، في السيارة ، وفي أي مكان آخر ، هذه الميزة هي التي تجعل الإذاعة تمتاز بالحيوية والنشاط .

ويقول الخبراء أن أهمية الراديو الرقمي الموجه للمستمعين في السيارات ووسائل النقل الأخرى تأتي من أن الراديو في السيارة يعتبر له نفس وزن التلفزيون في المنزل ، وبالتالي

فإن وجود البث الفضائي في السيارة أصبح ضرورة لا بد منها في هذا العصر لأن الراديو التقليدي بمحطاته العادية FM و AM لم يعد يغطي طموحات المستمعين من البرامج المختلفة ، لكن الراديو الرقمي يحتوي على عدد أكبر من القنوات الإذاعية التي تعطي المستمعين خيارات عديدة ومختلفة .

إن الارتقاء إلى البث الرقمي يفسح المجال أمام الإذاعات لكي تبهر في الآفاق التفاعلية التي تتيحها التكنولوجيا الرقمية أمام الجمهور والذي يتحول بدوره إلى مشارك في عملية الإنتاج الإذاعي ، والتفاعلية بمعنى أن الإذاعة مفتوحة لأطول وقت للمستمع ، وهذا ما يسميه البعض إذاعة المستمعين المنشطين وهذا يعني أن أي مستمع يمكنه في وقت ما أن يصبح منشطاً ، فعندما سمح بحدث يمكنه الاتصال بإذاعته الرقمية ، وهناك المدير المسئول على الساحة ، إذا كان اعتبر أن الخبر هذا جيد وصحيح ، فسيوليه هو مهمة أن يكون مراسلاً للإذاعة ويتحدث عن المنطقة التي يعيش فيها وعن الشيء الذي يقع .(الشاري 2009 : ص 264-256)

وللراديو الرقمي مزايا وسلبيات أيضاً ، فمن سلبيات الراديو الرقمي أنه لكي يتسنى للشخص النقاط إشارته الرقمية عليه شراء راديو رقمي جديد ، وتفاوت أسعار الراديو الرقمي المخصص للسيارات والآخر الذي يمكن الاستماع له في المنزل ، ولكن الشيء المميز للراديو الرقمي هو أنه على خلاف الراديو الفضائي وراديو الإنترنت لا يتطلب رسوم اشتراك نظير التمتع بخدماته .

التلفزيون الرقمي :-

يعتبر التطور الكبير في مجال التكنولوجيا الحديثة التي تشمل عدة وسائل كالاتصالات والحاسوب والإذاعة المسموعة والمرئية ، يعتبر هذا التطور نتاج لصناعة واحدة مصدرها الرئيسي هو التطورات الرقمية الحديثة أو ما يسمى بالانفجار الرقمي ، وما يميز التلفزيون

الرقمي أو ما يسمى بتلفزيون بروتوكول الانترنت (IPTV) هو التفاعل بين المشاهد وبين القناة التلفزيونية بشكل مختلف كثيراً عن التلفزيون الحالي مما يضيف مشاهدة ممتعة وفلسفة جديدة للبث التلفزيوني .

إن التطورات التكنولوجية الحديثة التي طرأت على التلفزيون أدت إلى إدخال تحسينات جديدة عليه نتيجة الانقلابات التي شهدتها ، حيث تميز الانقلاب الأول : بنقل الصورة التقليدية المألوفة التي تفتقد إلى التحليل وعدم التمكن من تصحيح التشويش إلى صورة رقمية تميزت بنقل المشهد بالوصف والتدقيق والقدرة على التحليل وتصحيح التشويشات ، إضافة إلى إمكانية تخزين المشهد الصوري وتصغيره أيضاً ونقله عبر أي خط وبسرعة فائقة وبتكاليف منخفضة ، أما الانقلاب الثاني : الذي طرأ على التلفزيون فتمثل في نقاوة الصورة والطاقة الكبيرة للحمل وإرسال كميات هائلة من المعلومات تجاوز نقلها عبر السلك العادي ، حيث سمح هذا التجديد إلى نقل التلفزيون إلى تلفزيون حواري بحيث يعمل باتجاهين نتيجة للألياف الضوئية التي تلتقي مع وسائل الاتصال الأخرى ، أما الانقلاب الثالث : فقد ظهر في الأماكن التجارية والمحلات جهازان ، الأول جهاز كمبيوتر يعمل عمل التلفزيون ، وفي أماكن أخرى حصل العكس ، جهاز تلفزيون يعمل عمل جهاز الكمبيوتر ، حيث أضيف لهذين الجهازين وظيفة الفاكس ، والهاتف ، بالإضافة لإمكانية فتح الفيديو والسماح بتخزين المعلومات بأشكالها المختلفة ونشرها أو الاحتفاظ بها بواسطة جهاز واحد عن طريق إضافة آلة صغيرة لجهاز التلفزيون ليصبح قابلاً لقراءة ما يبث بالاعتماد على تركيب الأرقام "واحد وصفر" . (الرحباني 2012 : ص 76-77)

يقدم التلفزيون الرقمي صورة عالية الدقة والوضوح مع صوت يمتاز بدرجة عالية من النقاء تساعد المشاهد على التخيل وتعطيه ميزة البث البرامجي المتعدد الذي يسمح بالتجول في نفس القناة ، بالإضافة إلى سعة البث فالخصائص الرقمية تسمح بتخزين مواد برامجية مضافة أو مواد أخرى غير برامجية في الكمبيوتر الملحق إذا كان موجودا ، وساعد انتشار تطبيقات النظم الرقمية Digital System واستخدام شبكة الإنترنت في عملية الإنتاج

التلفزيوني من بداية الإعداد والعرض والتقديم وتعدد القنوات ، أدت كل هذه العوامل إلى تدعيم المشاركة في عملية المشاهدة وتجسيد الدور الاتصالي المتزامن من خلال تطوير نظم الاتصال التلفزيوني إلى اتجاهين بدلاً عن الاتجاه الواحد ما أضفى على التلفزيون سمة التفاعلية بجانب السمات والمزايا الأخرى التي يوفرها النظام الرقمي .

ويهدف التلفزيون الرقمي إلى الآتي :- (Putman, P.H (2004) The Basis of Digital Television., www.ausfomtom.com. 22/5/2005)

- 1 - تقديم صورة أفضل وجودة عالية للصوت باستخدام الإشارات الرقمية .
- 2 - تقديم خدمات جديدة مثل البث المتعدد Multicasting والتي تعني بث برامج فيديو متعددة في قناة واحدة .
- 3 - بث المعلومات Data casting مع إمكانية استقبالها مجاناً (قنوات المعلومات) في كل المجالات المحلية في المدى القومي مثل التلفزيون التناظري .

مزايا التلفزيون الرقمي :-

يرى الرحباني أن للتلفزيون الرقمي العديد من المزايا التي يمكن أن تحسن كثيراً من عمل هذا الجهاز ومنها :-

- 1 - استخدام أكثر فاعلية للحيز الترددي ، ونوعية أفضل للصوت والصورة .
- 2 - امكانيات أكثر اعتمادية للاستقبال الثابت والمحمول .
- 3 - ادخال الصوت الرقمي من نوعية هاي - فاي (Hi-Fi) الذي يعتبر تحسين فعلي آخر للتلفزيون الرقمي .
- 4 - تسمح الأنظمة الجديدة (Dc mac) باستقبال صوت رقمي من نوعية لايزر لجودة قصوى ، وايصال خروج صوت التلفزيون بقناة هاي - فاي .

5 - إن الأنظمة رفيعة المستوى استطاعت نقل تقنية رقمية شديدة الوضوح ، وفي آن واحد

6 - بإمكان المشاهد اختيار لغة البث التي يريد سماعها ، حيث يمكن للأخبار أن تنتقل بعدة لغات .

7 - بإمكان المشاهد استقبال قناتين معاً وبلغتين مختلفتين ، فعلى سبيل المثال يمكن للمشاهد أن يشاهد قناة رياضية بلغة ايطالية ، وأخرى بلغة عربية على الشاشة التلفزيونية نفسها ، أو معلومات عن حالة الطقس أو عناوين فرعية منقولة بعدة لغات معاً ، وهي مهمة للصحف .

8 - بإمكان التقنية التلفزيونية الحديثة أن تزود المشاهدين بالإحصائيات خلال الأحداث الرياضية ، وبرامج تحتوي معلومات على شكل إحصائيات وتحليلات يمكن عرضها للمشاهدين .

9 - تقدم التقنية الحديثة أيضاً خدمة تعليمية ومعلومات اقتصادية . (الرحباني 2012 : ص 77-78)

10 - كما يقدم التلفزيون الرقمي خدمة المشاهدة المدفوعة لبرنامج معين أو مباراة معينة التي تبث مباشرة بسعر رمزي ، فبدلاً من الاشتراك في باقة تلفزيونية لمدة سنة كاملة لمتابعة مباريات فريقك المفضل ، فله بدلاً من ذلك يمكنك دفع رسوم مشاهدة مباراة واحدة فقط . (<http://www.alriyadh.com/423767>)

من أنواع التفاعل في التلفزيون الرقمي خاصية التسوق عبر التلفزيون ، فربما تشاهد يوماً ما قناة (بنده) أو قناة (جيان) وستشاهد العديد من العروض والدعايات والتخفيضات ، بل ويمكنك التجول داخل السوق وبين ممراته عبر الشاشة ، وبحركات من الريموت كنترول يمكنك أن تشتري ما تشاء ، فلو دخلت قسم الألبان وبضغطة على صورة اللبن فإنك ستشاهد اللبن انتقل الى سلة التسوق ، وبعد أن تنتهي من التسوق تقوم بعملية الدفع إلكترونياً ، ليتم

توصيلها إليك في المنزل ، وقس على ذلك العديد من الخدمات والمحلات .
(<http://www.alriyadh.com/423767>)

لقد أحدثت التقنية الرقمية انقلاباً في عالم التلفزيون بدءاً من الشاشة ذات القياس المطول ، والصوت الرقمي والصورة رفيعة المستوى وغير ذلك من التحسينات فإدخال نظام (Digital) على البث التلفزيوني وفر نوعية أفضل ليس على الأنظمة التلفزيونية وإنما على المحتوى البرمجي بما توفره التقنية الرقمية . (الهاشمي 2004 : ص 205-206)

التلفزيون التفاعلي :-

يعبر التلفزيون التفاعلي جهازاً ذو إتجاهين من المرسل للمستقبل ومن المستقبل للمرسل وهو مجهز بلوحه رئيسية Keyboard وقدرات تخزينية جيدة ، وتتم عملية التفاعل بواسطة جهاز التحكم عن بعد ، ويمتاز التلفزيون التفاعلي بنظام الوسائط المتعددة Multimedia التي تشمل وظائف كثيرة كالكومبيوتر والهاتف والفاكس والفيديو ، حيث تقدم الملتيميديا خدمة تفاعلية من خلال ارتباط التلفزيون التفاعلي بالشبكات ذات النطاق العريض ومن هذه الخدمات: محتوى البرامج التلفزيونية ، وإمكانية التحكم بالمشهد بتكبيره وتصغيره واختيار مشاهد إضافية إضافة إلى إمكانية تغيير السيناريو المشاهد ، ويعمل هذا النظام أيضاً على إمكانية تخزين الفيديو من الأشرطة الدرامية والمنوعات والأحداث... الخ ، لذا أطلق عليه اسم "تلفزيون الغد" . (الرحباني 2012 : ص 82)

تقوم الفكرة الأساسية للتلفزيون التفاعلي بحسب الدكتور محمد عبد الحميد على قاعدتين أساسيتين :-

1 - توفر التفاعلية مع البرامج والقنوات التلفزيونية أثناء المشاهدة بحيث يتحول المشاهد إلى مشارك بصورة أو أخرى أثناء المشاهدة والتلقي وتنتهي تماماً فكرة المشاهد السلبي .

2 - إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة ، الذي كان يقيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد فقط وهو أن يشاهد ما يرغب مشاهدته في وقت العرض حسب خريطة

العرض وزمنه أو لا يشاهده ، خصوصاً إذا لم تتح له إمكانية التسجيل لإعادة المشاهدة في وقت لاحق . (عبد الحميد 2017 : ص 226)

وهاتان القاعدتان هما محور إهتمام الخبراء والفنيين في تعريف التلفزيون التفاعلي وتخطيط سياسات الإنتاج والعرض ، وتطوير أجهزة العرض وملحقاتها أو الاجهزة المدمجة لتوفير هاتين القاعدتين ، وترتكز عليها كل التعريفات الخاصة بالتلفزيون التفاعلي مهما تعددت ، وترى سهى معاد) أن هناك محاولات متعددة للتعريف عرضتها في ثلاثة اتجاهات للتعريف :- (. http://cms.mit.edu./mit/paper/maad.pdf. Maad 2004 3/5/2005

الأول : الذي يقوم على الخصائص التقنية للأجهزة Devices Description فهو تلفزيون يقوم على الإذاعة والاستقبال الرقمي وإمكانات التخزين والمعالجة الرقمية للبيانات .

والثاني : يقوم على وصف المعالم والخصائص Feature Description وأهمها أنه عبارة عن برامج فيديو مزودة ببعض صور التفاعلية وأدواتها ، وإمكانات استعادة البرامج وتخزينها ، بالإضافة إلى تقديم العديد من الخدمات غير المرتبطة ببرامج الفيديو وهذا ما يدعم أعمال المذيعين والمنتجين بواسطة اختلاف المنتج وإمكانية جذب قطاع عريض من المشاهدين ، ويهدف إلى دمج النمط التقليدي لمشاهدة التلفزيون مع التفاعلية المتاحة بواسطة الحاسب وشبكة الإنترنت .

والثالث : التعريف المفهومي Conceptual Model الذي يصف السلسلة المتصلة للإنتاج والتوصيل والإتاحة والتي تضم إنتاج المحتوى وترميزه ثم نقل وإذاعة المحتوى بعد ترميزه ثم التوصيل والترميز العكسي عند المشاهدة .

مما يتكون التلفزيون التفاعلي وكيف يعمل :-

وضع العلماء الكثير من الأسس التي يعمل عن طريقها التلفزيون التفاعلي ، تتكون هذه الأسس من نظام متكامل تتلاحم فيه تكنولوجيات الحاسوب والاتصالات مع المعلومات والإلكترونيات وشبكات الإنترنت ويتكون التلفزيون التفاعلي من الآتي :-

أولاً الجهاز الموجود بالمنزل : الذي يتكون من قسمين :-

الأول : قسم الحاسب وهو الذي يضم مكونات الحاسب الشخصي الداخلة في النظام وهو الجزء المسئول عن استقبال البث التلفزيوني والمعلومات والمحتوى القادم من محطة الإرسال في شكل رقمي ، ثم إعادة بث المعلومات من الجهاز إلى أي جهة أخرى خارج المنزل .
(الشمالية وآخرون 2015 : ص 156)

وهذا الجزء يسمى الصندوق الفوقي أو العلوي ويمكن أن يأتي منفصلاً عن جهاز التلفزيون ويتم توصيلها معاً عن طريق الكابلات أو يتم تثبيته داخلياً بجهاز التلفزيون أثناء التصنيع ويحتوي على ذاكرة وقرص صلب ليتمكن من تسجيل البرامج ، ويستقبل الصندوق الفوقي الإشارات الرقمية المشفرة أو غير المشفرة المضغوطة من مصادر البث (القمر الصناعي ، المحطات المحلية ، الكابلات) ثم يقوم الصندوق بفك الشفرة وفك الضغط ويقوم بتحويل الإشارات الرقمية الواردة إلى إشارات تماثلية وعرضها على شاشة الجهاز ، ويتضمن الصندوق الفوقي وحدة لتخزين المعلومات تتشابه مع وحدة التخزين الموجودة بالحاسبات عالية الكفاءة ، كما يوجد به نظام مع وحدات في الحاسب الآلي . (الشمالية وآخرون 2015 : ص 119-120)

الثاني : القسم التلفزيوني وهو يمثل لجزء التلفزيوني العادي حيث يضم مكثفات وسماعات وشاشة وغيرها ويمكنه تلقي الإرسال من الصندوق الفوقي المباشر حسب رغبة المشاهد ، وهو يعمل كشاشة للجزء الكمبيوتر من النظام حيث تعرض عليه واجهات البرامج والتطبيقات المحملة على الصندوق الفوقي ، وتعرض عليه واجهات المواقع والصفحات التي يدخل عليها المشاهد على شبكة الإنترنت وغيرها ، ويوجد مع الجهاز ريموت كنترول "جهاز التحكم عن بعد" وهو يشبه الريموت كنترول العادي مع شيء من التطوير في القدرات والوظائف ، فهو يتيح اختيار البرامج المطلوب مشاهدتها وذلك من خلال مجموعة من القوائم المنسدلة التي تظهر للمشاهد على الشاشة والتنقل بينها عبر استخدام الأسهم والضغط على زر (موافق) .
(الشمالية وآخرون 2015 : ص 120-121)

ثانياً : الجزء الموجود في محطة الإرسال :-

بناءً على تقنية التلفزيون التفاعلي تقوم محطة الإرسال بتطوير تقنياتها لكي تعمل مع هذه النوعية من التلفزيونات ويتطلب ذلك أن يكون بالمحطة قسم تلفزيون يعمل بنظام البث الرقمي للإرسال من استديوهات تبث رقمياً على الهواء أو من شرائط مسجلة ، كما تكون المحطة مجهزة بكاميرات وإضاءة وغيرها من مستلزمات البث التلفزيوني ، كما يوجد قسم معلوماتي بالمحطة يتعامل مع المحتوى الذي يتم من خلاله تقديم خدمات المعلومات المحققة للمشاهد ، ويضم قاعدة مخزن عليها البرامج والأغاني والأفلام والمعلومات التي يحتاج إليها المشاهد في صورة رقمية وحاسب خادم Server يعمل كنقطة وصل وربط بين قاعدة البيانات والمشاهدين في المنازل .(الشمالية وآخرون 2015 : ص 158)

كما يتطلب الأمر وجود شبكة معلومات قوية داخل محطة البث يتم من خلالها التنسيق بين ما يتم بثه بشكل تلفزيوني حي على هيئة صورة وصوت ، وما يتم استرجاعه من قاعدة البيانات على أي هيئة يطلبها المشاهد .(الشمالية وآخرون 2015 : ص 121)

يوضح الشمالية وآخرون أن من أهم الخدمات التي يقدمها التلفزيون التفاعلي الآتي

:-

- 1 - خدمة الفيديو تحت الطلب .
- 2 - خدمة التلفزيون التجاري .
- 3 - خدمة الإعلانات .
- 4 - خدمة دليل البرامج الإلكتروني .
- 5 - خدمة المباريات الرياضية وتعدد الكاميرات .
- 6 - خدمة ألعاب الكمبيوتر .
- 7 - خدمة دردشة على الهواء مباشرة . (الشمالية وآخرون 2015 : ص 122)

مزايا التلفزيون التفاعلي :-

هناك العديد من المزايا التي يتمتع بها التلفزيون التفاعلي جملها الدكتور محمد عبد

الحميد في الآتي :-

1 - نتيجة لاعتماد التلفزيون التفاعلي على النظم الرقمية في الإنتاج والبث والعرض ، فإنه يتميز بحدة الصورة والصوت والوضوح والنقاء بما ينقل المشاهد إلى الواقع .

2 - توفير البدائل من البرامج وأشكال العرض والتقديم المرتبطة بتعدد صور الإنتاج والتركيز على المفردات المختلفة التي تلبي حاجة المشاهد في الاختيار الحر بين هذه البدائل .

3 - توفير تحكم المتلقي Audience Control فيما يشاهده وفي الوقت المناسب دون ارتباط بتوقيت العرض .

4 - توفير مشاركة المشاهد Audience Partnership في الحوار والعرض والتقديم من خلال تفاعل المشاهد مع البرامج أو المذيعين ومقدمي البرامج وضيوفهم من خلال قنوات الرجوع أو المشاركة Back Channel .

5 - تلبية طلبات المشاهدين للبرامج أو المواد التلفزيونية أو الفيلمية في الوقت الذي يناشبه هؤلاء المشاهدين On Demand ، وذلك برصد هذه الطلبات أو الحاجات في قنوات الرجوع أو المسار العكسي Return Path .

6 - رصد خصائص المشاهدين أو المتلقين وحاجاتهم من خلال تسجيل السلوك الاتصالي والآراء والمداخلات وتحليلها ، وتقرير السياسات وخطط الإنتاج والعرض والتقديم بناءً على ذلك .

7 - يتسم الإنتاج والعرض والتقديم بالتفاعلية التي تحفز المشاهد على المشاركة في الأداء والعمليات والحوار والاختيار وصولاً إلى الاستجابة لأفكار والمثيرات فوراً وذلك كما في حالة الإعلان التفاعلي Interactive AD والعرض التفاعلي للسلع Interactive

Goodies في حالات التجارة الإلكترونية E. Commerce وكذلك الخدمات التفاعلية Interactive Service فمن خلال النقر أو التأشير على نقاط معينة يمكن اكتشاف المزيد من هذه المعروضات ثم النقر مرة أخرى بالاستجابة السلوكية أو القرار المناسب للشراء أو طلب الخدمة .

8 - توفير أدوات التفاعل للمشاهد أو المتلقي في صورة دائمة من خلال الاتصال بالشبكات ، أو في البرامج والمواد المذاعة مثل الرسائل القصيرة والبريد الإلكتروني والمحادثة .

9- توفير طرق تخزين المواد التتب يتم عرضها وإمكانية استعادة مشاهدتها سواءً في خوادم الإنتاج التلفزيوني أو الوحدات الملحقة مثل الصندوق الفوقي أو وحدات المعالجة المدمجة .

10 - وإذا كانت الخصائص السابقة تعكس الدور الأساسي لتطور المستحدثات الرقمية وتأثيراتها على الإنتاج والعرض والتقديم ، فإنه يجب أن نراعي أن قدر التفاعلية يمكن أن يرتبط أكثر بغير هذه التأثيرات ، فهي ترتبط أولاً بالدور الأساسي للتلفزيون في إنتاج المعاني وبناء لصور وتدعيم العلاقة مع المشاهدين من خلال الأبعاد الإنسانية للأعمال والبرامج التي يتم إنتاجها بالشكل الذي لا يغفل الوظائف الأساسية للتلفزيون التفاعلي باعتباره وسيلة من وسائل الاتصال - أكثر تحديثاً - لا يغفل البعد الإنساني والاجتماعي في عمليات الاتصال ونماذجها لحساب تحقيق التفاعل أو المشاركة ، لأن التفاعلية ليست هدفاً في حد ذاتها ولكنها أداة لتدعيم أهداف الاتصال ووظائفه من جانب وتلبية حاجات المتلقين والمتلقين بأبعادها الإنسانية والاجتماعية من جانب آخر . (عبد الحميد 2017 : ص 231-233)

وبصفه عامة فإن التفاعلية تعني سيطرة المشاهد على عملية المشاهدة تحكمه في اختياراته، ونقلت بذلك السيطرة من وسيلة الاتصال الجماهيري وخصوصاً مشاهدة التلفزيون العادي إلى المشاهد ، وهذا ما يفرض على التلفزيون التفاعلي أن يضع ذلك في اعتباره عند التخطيط والإنتاج والعرض والتقديم ، وهذه الخصائص والإمكانات لم يكن من الممكن توفيرها قبل الالتفات إلى إمكانات النظم الرقمية واستغلالها في عمليات الإنتاج ثم البث

والاستقبال والتخزين واستعادة المشاهدة ، مع توفير إمكانيات الرجوع والتفاعل في قنوات المسار العكسي أو قنوات الرجوع ، وذلك كله في إطار المفاهيم المؤسسية والتنظيمية لوجود التلفزيون ووظائفه في البناء الاتصالي داخل المجتمع ، وكذلك في البناء الاجتماعي الذي يلبي حاجات الفرد والمجتمع . (عبد الحميد 2017 : ص 233)

ومن المتوقع أن يحل التلفزيون التفاعلي "تلفزيون الغد" في كل منزل وستكون له آلاف المصادر من خلال مسلك واحد يربطه بالعالم أجمع بدلاً من التلفزيون التقليدي المعروف بالاتجاه الاحادي الممثل ببث واحد يستقبله آلاف المشاهدين حيث يعتبر التلفزيون التفاعلي فرصة ذهبية في انتاج البرامج التلفزيونية من قبل المحترفين باعتمادهم على الوسائط المتعددة التي يتميز بها .(الرحباني 2012 : ص 82)

المبحث الأول

الهاتف المحمول النشأة والتطور

أصبح الهاتف المحمول أداة ذات أهمية كبيرة عند الجميع وصار معظم الأفراد لا يستطيعون الاستغناء عنه إذ يحتل مكانة خاصة عندهم لأنه يمكنهم من عمل العديد من الأشياء من خلاله مثل الاتصال الصوتي والاستماع للأغاني والتسجيلات ومشاهدة التلفزيون والفيديوهات والاستماع للإذاعة والكتابة على المدونة والتصوير والدخول إلى الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي واكتُشفت من خلال الهاتف المحمول العديد من الجرائم التي حدثت في بلاد مختلفة ، فالهاتف المحمول من خلال الكاميرا الخاصة به وجهاز التسجيل والفيديو يمكن الأفراد من تسجيل وتصوير أي جريمة دون أن يشعر أحد ويقومون برفعها على مواقع التواصل الاجتماعي كاليوتيوب والفيس بوك وتويتر وغيرها من المواقع ، كما أن الهاتف المحمول أصبح أساسياً في حياة معظم الأفراد والمجتمعات وبمجرد نفاذ شحن الهاتف المحمول يصبح الأفراد قلقين ويشعرون بالخوف والقلق والحزن وعدم الأمان وعدم القدرة

على التواصل مع الآخرين وأنهم لو تعرضوا لأي مشكلة لن يستطيعوا أن يجدوا من يساعدهم بدون الهاتف المحمول ، كما أن الهاتف المحمول أصبح يعبر عن الحياة الشخصية لكل فرد من أفراد المجتمع فالكل أصبح يضع داخل هاتفه المحمول ما يريد من صور شخصية له ولأسرته وأصدقائه وفيديوهات ذات أهمية له ورسائل يحتفظ بها ، ومعظم المستخدمين يضعون كلمة سر على هواتفهم المحمولة لأنها تشعرهم بأنه شيء خاص بهم وليس من حق أي شخص أن يعرف ما بداخله إلا صاحب الهاتف نفسه فهو يعبر عن الشخص نفسه وللهااتف المحمول العديد من الاستخدامات التي تسهل من عملية التواصل بين الناس .

ويلعب الهاتف دوراً كبيراً في الحياة اليومية ، إذ يشكل قناة للممارسات الاجتماعية ، ويؤمن إمكانية الاطمئنان على أحوال الأصدقاء والأقارب مهما كانوا بعيدين كما يتيح إمكانية الحصول على المساعدة بسرعة في الحالات الطارئة ، ولا شك في أن استخدام الهاتف للشعور بالقرب من العائلة والأصدقاء وللإحساس بمتعة التحدث معهم وللاهتمام بالناس والاستمتاع بصحبتهم هو أحد مظاهر عملية تشكيل علاقات اجتماعية ثنائية ومتعددة من الأفراد المتفرقين ، مما ينتج عنه شعور الفرد بالارتباط مع شبكة الأصدقاء وأفراد العائلة والمشاركة في الحياة الاجتماعية .(قبلان 1998 : ص 81-84)

نشأة الهاتف المحمول :-

لقد أصبحت تكنولوجيا الاتصالات في السنوات الأخيرة بصفة عامة من أكثر الصناعات تطوراً في العالم وتطورت بصورة كبيرة من حيث الكم والكيف ، هذا الأمر أدى إلى بناء شبكات رقمية ، تكاملية ، ذكية وشخصية ، وعلى بناء شبكات اتصالات حديثة ذات أداء عالٍ وكفاءة لتوفير خدمات اجتماعية .(الزران 2007 : ص 137)

ويؤثر قطاع الاتصالات على قطاعات أخرى مثل الخدمات الصحية وخدمات التعليم والنقل وحتى الخدمات الصناعية ، هذا التأثير يأتي من أن الاتصالات توفر وسيطاً فعالاً يساهم في تحقيق أهداف هذه القطاعات ودعم أنشطتها المختلفة .

وقد تم استخدام الأقمار الصناعية بهدف زيادة الاتصالات الهاتفية ، حيث ظهرت أجهزة الهواتف الخلوية المحمولة التي توفر لحاملها الحركة والقدرة على الاتصال وذلك في منتصف الثمانينات من القرن الماضي (العشرين) حيث تعتبر هذه المرحلة هي البداية الحقيقية لانتشار الهاتف الخليوي في مختلف أنحاء العالم ولا سيما بريطانيا والدول الآسيوية خاصة اليابان ، لقد أدت المنافسة القوية على الساحة المحلية والعالمية إلى نمو وتوسع قطاع الهاتف الخليوي وإلى تدني في الأسعار مع تحسينات كبرى في نوعية الأداء فتحول الهاتف الخليوي من دوره الأساسي كخدمة باهظة الثمن يستفيد منها رجال الأعمال وحدهم إلى وسيلة اتصالية عادية متداولة كسائر الأجهزة الأخرى ، وقد عملت الاتصالات الخلوية عبر الأقمار الصناعية إلى تنوع الخدمات التي يقدمها القطاع الخليوي وزيادة عدد المشتركين في الهاتف الخليوي في العالم ، فقد أشارت إحصاءات الاتحاد الدولي للاتصالات أن الهاتف الخليوي يشغل حيزاً كبيراً ويشكل نسباً مئوية عالية في سوق الاتصالات بشكل عام ، وقد أصبحت كلمة الاتصال عبر شبكة الخليوي خلال ساعات محددة من النهار أقل تكلفة من الاتصال العادي .(الرحباني 2012 : 95-100)

وواكب التطور التكنولوجي ظهور شبكات التحويل التي يتحكم فيها الحاسب الآلي Computerized Switching Network والتي أتاحت فرصة لتنفيذ شبكات اتصال خطية عالمية باستخدام كبلات الاتصال أو الموجات المتناهية في القصر Microwave ووصلات الاتصال عبر الأقمار الصناعية وأصبح مستخدمو أجهزة الهاتف الذين يتجاوز عددهم 700 مليون مستخدم في العالم قادرين على الاتصال ببعضهم البعض بيسر وسهولة ووضوح باستخدام وحدات موائمة خاصة أطلق عليها اللفظ العلمي المودم Modem وهي وحدات تعمل على ربط الحاسب الآلي من خلال شبكة الاتصالات القائمة ، وأصبح من الممكن اتصال الحاسبات الآلية ببعضها البعض وتبادل المعلومات فيما بينها ما أدى إلى ظهور شبكة المعلومات العالمية ، كما يسر العديد من المهام منها حجز مقاعد الطائرات والفنادق في أي مكان في العالم ، وتطوير خدمة النظام المصرفي العالمي ، وخدمة البريد الإلكتروني .(أبو عيشة 2010 : ص 59-60)

التطور التقني للهاتف المحمول :-

تطورت صناعة الهواتف المحمولة بصورة كبيرة في الفترة الأخيرة ويرجع ذلك إلى انتشار التكنولوجيا الرقمية الحديثة ، هذا التطور صاحبه تغييرات كبيرة على مستوى الأفراد والمجتمعات حيث أصبحت الهواتف المحمولة تمكن الأفراد من تصفح الإنترنت واستقبال البريد الإلكتروني وممارسة الألعاب والتقاط الصور وإتاحة التسجيل الصوتي والفيديو .

وأصبح الهاتف المحمول أكثر من وسيلة اتصال أو امتداد للخطوط الأرضية وإنما أصبح وسيلة لوسائط إعلامية متعددة بشكل جيد ، فقد اتضح من بعض الدراسات أن مستخدمي الهاتف لا يريدونه فقط لإجراء الاتصالات وإنما أيضاً للاستفادة من المواد الإعلامية المتعددة الملحقة به . وقد ظهرت هذه الاستفادة بشكل واضح في العام 2006 بظهور الجيل الثالث من الهواتف المحمولة التي تعمل على نقل مواد مرئية بدرجة عالية من النقاء وبالتالي يمكن استخدامه يومياً ليسجل ويحرر ويدون الأحداث والقصص اليومية وأيضاً القدرة على استقبال البث التلفزيوني بالإضافة إلى أن الجيل الثالث سيمكن مستخدميهم من الاتصال بشكل أسرع مع شبكة الإنترنت والتي سهلت من إرسال وإجراء المعاملات البنكية والتسوق وخدمات تنزيل المواد السمعية والبصرية ، وأشار مستخدمو المحمول بشكل مكثف أن جمعاً كبيراً من المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت أصبحت شديدة الاهتمام بالهاتف المحمول وتبث إليه موادها على مدار الساعة على سبيل المثال مواقع شبكات التلفزيون العالمية (CNN - FOX - NEWS - ABC - BBC) وبالنسبة للدول العربية نلاحظ هذه الظاهرة ولكنها محدودة وليست منتشرة في كل الدول العربية ومن هذه الشبكات التلفزيونية (العربية - الجزيرة - أبوظبي - LBC) وغيرها من القنوات الأخرى المتخصصة في الدراما والترفيه .(عثمان 2009 : ص 6)

الأجيال التي مر بها الهاتف المحمول :-

شهدت تكنولوجيا الهاتف المحمول الكثير من التطورات ومرت بالعديد من الأجيال المختلفة ، وكل جيل جديد يأتي بمميزات تقنية لم تكن في الجيل الذي سبقه ويمكن تفصي الأجيال التي مر بها الهاتف المحمول إلى الآتي :-

الجيل الأول :-

يمثل الجيل الأول 1G أولى الأنظمة الخلوية التي تعتمد على الإشارة التماثلية كنوع من التطور لأنظمة الهاتف الراديو .(صادق 2008 : ص 290-291)

وكان الهاتف المحمول في هذه المرحلة كبير الحجم باهظ الثمن يدعم فقط المكالمات الصوتية ، ولم يكن التجوال الدولي متاحاً مع ضعف التغطية ورداءة الصوت ونتيجة لذلك لم ينتشر الجوال إلا بشكل محدود في مناطق معينة من العالم .(شفيق 2010 : ص 264-265)

الجيل الثاني :-

أما الجيل الثاني من شبكات الاتصال الخلوية 2G فهو أول الأنظمة الخلوية التي تعتمد على الإشارة الرقمية والتي أطلقت في بداية التسعينات .(صادق 2008 : ص 291)

وتحسنت في هذا الجيل التغطية وأصبح التجوال الدولي متاحاً ، وأصبحت الهواتف المحمولة أصغر حجماً وقلَّ سعراً كما اعتمد هذا الجيل على التراسل الرقمي Digital مما فتح الباب لتقديم المزيد من الخدمات مثل خدمة الرسائل القصيرة SMS والبريد الإلكتروني وتصفح الإنترنت وغيرها من الخدمات .(أنيس 2013 : ص 80)

وقد سمحت هذه التقنية بظهور أجهزة تلفون هواتف محمولة يمكن لها استقبال خدمات الإنترنت وبسرعات معقولة نسبياً وكذلك تبادل المعلومات الرقمية و إرسال واستقبال الصور والخدمات متعددة الوسائط Multimedia ، كذلك ظهر تأجهزة الخليوي المدمج معاً بالكاميرا

ذات الجودة المتوسطة وكل هذه المميزات تحتاج إلى استهلاك طاقة مما جعلها تستهلك بطارية جهاز الخليوي أسرع من أجهزة الجيل الأول .

الجيل الثالث :-

ظهر الجيل الثالث من الهواتف المحمولة في آخر سنة من القرن العشرين أي في العام 1999 وجاء هذا الجيل ومعه الكثير من التقنيات الجديدة التي استحدثت على الهواتف المحمولة ومن أهم هذه التقنيات التي ظهرت في هذا الجيل أنه أتاح التواصل بطرق متقدمة وبسرعات عالية لم تكن متوفرة في الأجيال السابقة على الإطلاق ، هذه التطورات التقنية جعلت من الهاتف المحمول وسيلة ذات فائدة كبيرة على المستخدمين وأصبح امتلاك الهاتف المحمول ضرورة قصوى في هذه المرحلة .

يحمل الجيل الثالث الكثير من خدمات الصوت والصورة والمكالمات المرئية بشرط موافقة الطرفين ، وكذلك الفيديو ونقل البيانات بسرعة فائقة ، وكذلك البث التلفزيوني على المحمول ومشاهدة القنوات الفضائية بكفاءة وجودة عالية ، وخدمات الوسائط المتعددة ، وكذلك تحميل ملفات الفيديو وتداولها في شكل رسائل ، بالإضافة إلى إمكانية ممارسة الألعاب التفاعلية ومشاهدة برامج التلفزيون والنقل المباشر لها ، كما تتيح للمستخدم مشاهدة الملفات متعددة الوسائط حسب الطلب وفي أي وقت .(أنيس 2013 : ص 80)

كما يتيح هذا الجيل الثالث خدمة التجارة عبر الهاتف المحمول M-Commerce وهي ممارسة عملية البيع والشراء عن طريق الإنترنت المتوافر في أجهزة المحمول . فضلاً عن إمكانية متابعة تطورات البورصة والأسواق المالية عبر جهازك المتحرك أينما وحيثما كان مستقبل الاتصال ، فضلاً عن إمكانية تصفح الإنترنت بسرعة تصل إلى ضعف ما يمكن لشبكات الإنترنت السريعة الحالية أن تقدمه بالإضافة إلى إمكانية مشاهدة صورة من يتم التحدث معه عبر الهاتف الخليوي قد أصبحت حقيقة واقعة مع هذا الجيل من الاجهزة والشبكات .(أنيس 2013 : ص 81)

ويمكننا القول أن الجيل الثالث للهاتف المحمول يتميز بجودة اتصال عالية لا تتوفر في الأجيال السابقة من شبكات الهاتف المحمول ، كما أنه يتميز بتوفير انترنت بصورة أفضل وأسهل للمستخدمين ، وللاستفادة من خدمات الجيل الثالث يجب الأخذ بعين الاعتبار توفر تلك الخدمات في الجهاز المحمول والشبكة العاملة أي أن تكون الشبكة تدعم خدمات الجيل الثالث وذلك للاستفادة من تلك الخدمات التي تكون عادة مقابل رسوم إضافية تدفع للشركة المزودة لخطك المحمول .

الجيل الرابع :-

يتميز هذا الجيل بالسرعة الفائقة في التعامل مع الإنترنت ، ويتميز بارتفاع مستويات الأمان في المعلومات المنقولة عبر شبكاته بفضل استخدام وسائل التشفير بالغة التعقيد .
(شفيق 2010: ص 267-268)

وسهلت تقنية شبكات الجيل الرابع LTE التي تسمح نقل البيانات من وإلى الهاتف والاتصال بالإنترنت بسرعات كبيرة جدا مقارنة بالسابق (10 أضعاف) ، الأمر الذي سيفتح المجال أمام المزيد من الخدمات والقدرات الإبداعية ، مثل مشاهدة عروض الفيديو والتلفزيون بشكل مباشر وبوضوح عالي من دون انقطاع وبأسعار منخفضة .

مع السرعة العالية في نقل البيانات فإن الشركات المشغلة لهذا الجيل تستطيع تقديم خدمات متقدمة إضافة لاستجابتها لخصائص الزمان والمكان والبيئة ، وبالتالي سوف تؤدي تلك الأمور إلى تخفيض كلفة الاتصالات والخدمات خصوصاً مع الزيادة المطردة في أعداد جمهور الهاتف المحمول ، وتستطيع تلك الشبكات التعامل مع تقنيات الكمبيوتر المتقدمة والمعقدة مثل تقنية المحاكاة الافتراضية Simulation ، تلك التقنية التي تستعمل في أشياء

متطورة تبدأ بالألعاب ولا تنتهي عند الأعمال الحربية وتدريباتها المعقدة ، فضلاً عن استخداماتها المتوسعة في قطاعات صناعية مختلفة سوف تتعامل تلك الشبكات مع واقع استخدام الأقمار الاصطناعية للأغراض التجارية على نطاق واسع وبالتكامل مع الشبكات الأرضية مما يتيح للتوسع في توفير الخدمات في الأماكن التي تغيب عنها وسائل الاتصالات التقليدية مثلًا الصحارى والغابات ، وقد تشمل تلك الخدمات البث المتلفز الرقمي والنظام الشامل لتحديد المواقع GPS ونظام جاليليو الأوروبي الذي ينافس جي بي اس ، والشبكات التفاعلية للتعليم وغيرها . (عبده : Islamonline.com)

يهدف 4G من شبكات الهاتف النقال إلى زيادة سرعة نقل البيانات بتكلفة أقل وهو يحتاج في ذلك إلى تكنولوجيا (Worldwide Interoperability For Microwave Access) WiMax (Microwave Access) ، اللاسلكية التي تسمح بتحويل البيانات بسرعة عالية باستخدام ترددات الراديو المحلية وهي تقوم على أساس بروتوكولات الإنترنت TCP/IP وتوفر معدل بيانات نظري يصل إلى 15 ميغابايت في الثانية خلال مسافة 5 كلم ، وتعتبر اليابان وكوريا الجنوبية رائدتان في مجال الاتصالات عالية السرعة حيث قدمت شركة SAMSUNG خدمات النقال ضمن شبكة ال4G وتمنح معدل بيانات يصل إلى 100 ميغابايت في الثانية . (ماضي 2013 : ص 97)

الجيل الخامس :-

على الرغم من أن هناك بعض الأماكن في العالم لم يصلها الجيل الثاني من الهاتف المحمول ، وأن هناك بعض الأماكن التي لا يوجد بها شبكات للهاتف المحمول إلا أن هناك دراسات الآن للجيل الخامس للهاتف المحمول 5G ، حيث يشهد العالم في هذه الأيام سباقاً متسارعاً نحو تطوير شبكات 5G ، الجيل الخامس من شبكات الاتصال الخلوي فائق السرعة ، والتي ستأتي خلفاً لشبكات الجيل الثالث 3G و الرابع 4G الحالية ، ويبدى العلماء هذه المرة حماساً منقطع النظير إذ يقولون إن شبكات الجيل الخامس ستأتي بصورة مختلفة كلياً ستغير من وجه العالم بأكمله .

من المعلوم أن حرف G يدل على Generation أو الجيل في هذا المصطلح حيث بدأ هذا الأمر بالجيل الأول 1G في بداية التسعينات من القرن الماضي ليتم توسيع ذلك عندما بدأت الشركات بالسماح للناس بإرسال رسائل نصية ما بين الهواتف النقالة عبر شبكات الجيل الثاني 2G ومن بعد ذلك تم الانتقال إلى شبكات الجيل الثالث 3G التي أعطت للناس القدرة على إجراء المكالمات الهاتفية، إرسال الرسائل، وتصفح الانترنت بسرعات عالية وصلت تقريباً إلى أكثر من 40 ميغابايت في الثانية لكن مع الجيل الرابع 4G تم تحسين أمور كثيرة خصوصاً على سرعة الاتصال التي أصبحت بأضعاف كثيرة قادرة على رفع وتحميل ملفات كبيرة بدون أية مشاكل ، بعدها أضافت الشركات تقنية LTE Long Term Evolution إلى شبكات الجيل الرابع والتي تتمتع بسرعات أعلى في الرفع والتحميل ومستقرة أكثر ليتم استخدام الجوانب الإيجابية فيها في شبكات الجيل الخامس 5G التي ستمتع بكل تأكيد بسرعات عالية جداً ، شبكات 5G ستمكن الناس من تحميل فيديو ثلاثي الأبعاد وكذلك فيديو بدقة عالية وستسمح لدخول مئات الأجهزة المتصلة مع بعضها البعض إلى شبكة الانترنت .(هاجر كنيغو (2016) <http://www.maydany.com/news/26071>

وسيكون الفرق كبيراً جداً بين الجيل الرابع والخامس من حيث سرعة البيانات المنقولة ، فإذا كانت سرعة الجيل الرابع تصل إلى 1 غيغابايت في الثانية فإن سرعة الجيل الخامس ستصل إلى 10 غيغابايت في الثانية ، أي أنها ستمكن المستخدم من تحميل فيلم بدقة عالية Full HD في ثوانٍ فقط ، كما سيتم التقليل من التأخير الزمني فيها إلى حد كبير هذا إلى جانب إعطاء هذه الإشارات الاستطاعة الكافية لتغذية آلاف الأجهزة الموجودة في منازلنا وكذلك مكاتب العمل .

الهاتف الرقمي المحمول :-

شهد الهاتف المحمول العديد من التطورات خلال مسيرته وأصبح أداة من أدوات الاتصال الفعال والتقارب والتواصل بين الأفراد العاديين فيما بينهم وأيضاً بين المؤسسات المختلفة بل وصل الأمر لأن يكون الهاتف المحمول أداة من أدوات التواصل بين الدول ، كما زادت

الحاجة إلى استخدامه وتعددت فوائده ، هذا الأمر جهل الشركات المصنعة له أن تدخل عليه عدة تحسينات من خلال استخدام الشبكات الرقمية التي أدت إلى ظهور الهاتف الرقمي .

الشبكة الرقمية للهاتف :-

لقد ظهر أول مصطلح للشبكة الرقمية للهاتف في نهاية السبعينات مثل التطور الطبيعي للشبكة الهاتفية التقليدية ، فالشبكة الرقمية هي مثل الشبكة الهاتفية فهي شبكة بدالة يرمز لها اختصاراً بال RNIS وهي متوفرة في كل مكان في فرنسا ، وكل مشترك بالهاتف يمكنه الاشتراك بالشبكة الرقمية وهي شبكة قليلة التكلفة لكنها أقوى وأكبر وبالطبع رقمية بكاملها ولا تكتفي بنقل الصوت فقط بل تنقل أيضاً المعطيات الإعلامية والصور حيث تستعملها العديد من المؤسسات الإعلامية لنقل السجلات الإعلامية وتبادل الصور والوثائق الإعلامية المتعددة .

ومع هذه الخاصية اتسعت الشبكة الرقمية لتشمل المشترك بالذات بما أن البدلات صارت رقمية فإن هذا التوسع لا يستلزم استثمارات ضخمة ، إذ يكتفي بالإضافة إلى محيط محطة الأجهزة المسماة CSN (المركز الفضائي الرقمي) التي توجه الاتصال بين البدالة والمشارك (الهاشمي 2004 : ص 263-264).

فوائد الشبكة الرقمية :-

1 - الشبكة الرقمية مجهزة بشاشات صغيرة ذات بلورات سائلة إذ يمكنك أن ترى عليها مثلاً رقم الشخص ولكن بشرط أن لا يكون هذا الشخص مسجلاً على لائحة حمراء تمنع الاتصال برقمه ، وهذه الوظيفة تحدد هوية الطالب ويمكنها أن تحظى باستعمالات شتى حيث يمكن لزبون ما أن يطلب شركة تأمين طالباً معلومات ، يقوم موظف الشركة بتحديد آلي لرقم الطالب ويشحن ملف الزبون في ميكرو العامل الذي يأخذ المحادثة ويحصل الزبون على كل ما يحتاج إليه من معلومات . (الهاشمي 2004 : ص 265-266)

2 - تمتاز بأنها رخيصة نسبياً حيث أن سعر الاتصال يعادل 1,6 من سعر الاتصال الهاتفي .

3 - خدمة التوصيل : تقدم الشبكة الرقمية خدمة التواصل من طرف إلى آخر من خلال مناسب أعلى بكثير من الشبكة الهاتفية التقليدية البدالة .

4 - تمكن جميع المشتركين من الاتصال ببعضهم على الصعيد الدولي حيث تتصل بأهم شركات البلدان المطورة منذ عام 1991 ؟

5 - تمتاز بعالميتها : حيث تستخدم الشبكة الرقمية وسيلة واحدة أي أن الخط واحد الاشتراك واحد ، ويمكن أن توصل للهاتف حواسيب صغيرة وهواتف مرئية وناسخات هاتفية وتلقي المعطيات والصور ، والبطاقات ، والرسائل ، والفاكسات ، والسجلات ...إلخ ، أما شبكة الخدمات الرقمية المدمجة ISDN فتوفر تكنولوجيا اتصال رقمية للجمهور العام بنوعية جيدة تعتمد على الإرسال بالخطوط السلكية بالإضافة لسرعة عالية تصل إلى أكثر من ميجابايت في الثانية الواحدة .(الرحباني 2012 : ص 99)

إيجابيات الهاتف المحمول :-

يمتاز الهاتف المحمول بالعديد من الخصائص والمميزات التي لا تتوفر في الهواتف

العادية ، ومن هذه الخصائص ما يلي :-

1 - يوفر تكلفة في الجهد والمال .

2 - تقصير المسافات وتوفير الوقت .

3 - إعطاء المواعيد والتذكير بها بواسطة المنبه ، وإمكانية إلغائها والاعتذار عنها .

4 - مكتباً متنقلاً يمكن استخدامه في أي مكان وفي أي زمان .

5 - خدمة اجتماعية : إن الهاتف النقال يعمل على التواصل بين الأفراد والجماعات من خلال التحدث معهم أينما كانوا في مختلف أنحاء العالم ، وإرسال الرسائل والصور خاصة في المناسبات والأعياد والأفراح ، حيث يشعر الشخص أنه قريباً من الآخرين ويمكنه الاطمئنان عليهم في أي وقت وفي أي مكان رغم المسافات الطويلة .

6 - خدمة التصوير وعرض الصور على جهاز الكمبيوتر والاحتفاظ بها .

7 - خدمة تخزين : يقوم الهاتف النقال بتخزين المعلومات المتعلقة بالشخص من رسائل وصور وأرقام ونصوص وفيديو ورسوم متحركة وجميع أنواع المعلومات ، حيث يعتبر بمثابة أرشيف إلكتروني ، ويستطيع الشخص استبدال الذاكرة Memory الموجودة داخل الهاتف بذاكره أوسع وأكبر لتخزين ما يريد على جهازه النقال .

8 - خدمة تحذيرية : إن الهاتف النقال يقدم خدمة تحذيرية من خلال تنبيه الآخرين عن حدوث شغب في مكان ما أو حريق أو إغلاق طرق ...إلخ ،

9 - تحقيق الأرباح : إن الشركات المنتجة قد حققت أرباحاً باهظة من خلال ترويج وبيع الهواتف النقالة ، كما أن المستوردين والبائعين والمبرمجين أيضاً قد استفادوا منه اقتصادياً من خلال الأرباح التي حققوها والعائدة عليهم وعلى مصالحهم .

10 - يقدم خدمة الحكومة الإلكترونية : حيث أن الهاتف النقال يقدم خدمة معرفة فواتير الكهرباء والماء ومخالفات المركبات وترخيص السيارات ، وقد أدخلت الحكومة الإلكترونية خدمة جديدة على الهاتف النقال وهي معرفة نتائج الثانوية العامة من خلال أرقام الهواتف النقالة للطلاب ، إذ يمكن للطلاب أن يتلقى نتيجته من خلال هاتفه النقال .

11 - مرونة الاستخدام والجودة خاصة في نقل الصور الصحفية .

12 - ملء الفراغ : إن الهاتف النقال أيضاً يقدم خدمة التسلية والترفيه في حالة الوحدة لملء وقت الفراغ للمستخدمين .

13 - يحقق خدمة إعلامية كبيرة تتمثل في :

- الهاتف المحمول يعمل على نقل الصور الصحافية لاسلكيا عبر الموجات الكهرومغناطيسية التي تسير في الغلاف الجوي ، إذ يمكن للصحافي نقل الصورة مباشرة من موقع الحدث .

- يوفر الهاتف المحمول الصورة المنقولة للطرف المستقبل .

- يمكن للصحافي والإعلامي تسجيل أصوات الأحداث أو الأشخاص من موقع الحدث .

- يمتاز بسهولة وبساطة وسرعة خاصة مع استخدام جهاز المودم لنقل الصورة الصحفية من موقع الأحداث إلى مقر الصحيفة مباشرة .

14 - التواصل على شكل group حيث يمكن للهاتف النقال أن يجمع بين شخصين أو أكثر في مكالمة واحدة على شكل group وبذلك يكون قد عمل حلقة نقاش وحوار بين الأشخاص في مكالمة واحدة ، واختصر الوقت والجهد .

15 - خدمة التسجيل : إن خدمة التسجيل الموجودة في الهاتف النقال تمكن بخاصة طلبة المدارس والجامعات من تسجيل المحاضرات خاصة إذا كانت بحاجة إلى إعادة شرحها أكثر من مرة . (الرحباني 2012 : ص 102-103)

سلبيات الهاتف المحمول :-

وكما أن للهاتف المحمول مزايا عديدة تجعله من أفضل وسائل الاتصال الحديثة استخداماً فإن له الكثير من العيوب والسلبيات نجملها في الآتي :-

1 - سرعة العطب .

2 - المبالغ العالية المترتبة على الفاتورة الشهرية .

3 - غلاء فاتورة التصليح .

4 - سوء الاستخدام الذي يتمثل في :

- يقوم البعض باستخدامه للمباهاة وسد الشعور بالنقص .

- يتيح الفرصة للمراهقين بتبادل الصور الجنسية والرسائل الفاضحة مما يسبب فهداً خُفياً

- يعمل على تشتت الأفكار خاصة لدى المراهقين ، وعدم التركيز في الواجبات المدرسية

- استخدامه كسلاح ضد بعض الشباب ، واستخدامه في تصوير الفتيات في الأماكن العامة
وبذلك يكون قد أدى إلى إلغاء الخصوصية لدى الأفراد .

- أيضاً يمكن للهاتف المحمول أن يستخدم كأداة تسجيل لأصوات الناس أشخاص ما ، مما
يؤدي إلى خلق مشاكل مع الآخرين خاصة إذا استخدم كمصيدة لهم .

5 - إضاعة الوقت : يمكن للهاتف المحمول أن يعمل على إضاعة الوقت الثمين لدى
الشخص من خلال استخدامه في إرسال الرسائل الترفيهية والتحدث في دون أي ضرورة .

6 - بحاجة إلى شحن : فإذا انتهى شحن الهاتف المحمول لا يمكننا الاتصال والتواصل .

7 - الحوادث الكثيرة والمتكررة نتيجة لاستخدام الهاتف المحمول أثناء قيادة السيارات .

8 - الإزعاج من الهاتف المحمول قد يسبب صوت رنينه إزعاجاً وإرباكاً خاصة في
محاضرات والمؤتمرات التي تحتاج إلى الهدوء والتركيز .

9 - التأثيرات الصحية على الإنسان : إن التعرض المستمر للإشعاعات الكهرومغناطيسية
الموجودة في الهاتف المحمول يمكنه أن يسبب العقم للنساء والرجال .

- استخدامه المفروض يسبب أمراضاً سرطانية في الدماغ ، حيث اثبتت دراسات عدة أن
استخدام سماعات الأذن لها تأثيرات سلبية على قلب الإنسان ودماغه .

- إن الإشعاعات الكهرومغناطيسية الصادرة عن الهاتف المحمول تصيب خلايا الجسم مما يؤدي إلى ضعف الخلايا والشعور بالأرق والخمول والتوترات العصبية . (الرحباني 2012 : ص 103-105)

مستقبل الهاتف الرقمي المحمول :-

سيتمتع مستخدمو الهاتف الرقمي المحمول في المستقبل بالعديد من المميزات التي تنبأ بها العلماء والتي ستجعل من هذه الوسيلة أكثر مشاركة وتفاعل في حياة الإنسان ومن هذه المميزات الآتي :-

1 - يحل محيطك :-

ستستطيع الهواتف المحمولة مستقبلاً من تحليل البيئة المحيطة بنا ، اليوم يمكن للهواتف أن تتصل عبر إشارات البلوتوث وبث الموسيقى إلى مسجل السيارة ، ولكن في الثلاثين سنة المقبلة سيكون هاتفك أكثر قدرة على الفهم الذاتي ، حيث أنك ما أن تصل إلى غرفة الفندق فسيقوم بالاتصال مع نظام التكييف والحرارة ويضبط درجتها بحسب تفضيلاتك الخاصة ، وسيكون بمقدورك الوصول لأي جهاز إلكتروني في المنزل بلمسة اصبع حتى مصرف المياه في الحمام لتعرف متى كانت آخر مرة تم تنظيفه وستعرف معلومات محدثة حول الاتصالات المتاحة ، و فواتير الفندق ، والأشخاص القريبين منك، وحتى الطقس لكن ليس بالطريقة المعروفة اليوم ، حيث أن تلك الوظائف لن تتاح عبر تطبيقات مستقلة ، إنما سيتمكن الهاتف من الاتصال مباشرة مع مزودي تلك البيانات .

2 - تسجيل المعلومات :-

إن أحد مشاكل الذاكرة البشرية هي أنها تميل للنسيان لكن هذه ليست مشكلة للهاتف المحمول ، في المستقبل لن تكون وظيفة الهواتف فقط تخزين البيانات والاحتفاظ بها

لاستدعائها عند الحاجة بل سيتحول الهاتف إلى مسجل رقمي للأحداث والأماكن والتجارب التي تمر بها ، حيث أنك عندما تدخل إلى قاعة مؤتمرات مثلاً فإن الحساسات في الجهاز ستتصل مباشرة مع هواتف الحضور مهما كانت أنواعها مختلفة وتسجل أسمائهم لديك بالإضافة إلى مسمياتهم الوظيفية وصفاتهم وحتى آخر الرحلات التي قاموا بها ومن أين جاء كل منهم ، وستتمكن من تسجيل الصوت والفيديو بالطبع لكن سيتم ذلك أوتوماتيكياً حيث يمكنك الوصول للكاميرات المتاحة بالقاعة وفي لحظات خاصة فقط أي ليس تسجيل كامل الجلسة إنما فقط ما يهمك منها ، وسيتمكن الذكاء الصناعي أن يعرف لوحده متى يبدأ التسجيل ومتى يتوقف بدون تدخل المستخدم .

3 - عرض البيانات الهامة :-

في الفترة الرقمية الحالية لا نملك الكثير من الخيارات حول طريقة عرض المعلومات مثلاً افتح على قناة إخبارية ما فإنك ستجد متحدثين مبرمجين تقريباً ، لكن الهواتف المحمولة المستقبلية ستكون قادرة على تعديل طريقة بث المعلومات بما يناسبك وهذا أكثر من مجرد التحرير حيث سيكون الهاتف بمثابة قناة رئيسية للوصول للمعلومات ، لكن هذه القناة ذكية بما يكفي لعزل الأخبار التي لا تهتمك والتركيز وإعطاء الأولوية للأخبار التي تهتمك ، وعندما تدخل لموقع صحيفة في المستقبل عبر هاتفك فإنه سيخصص المعلومات عند جلبها إليك ويعرض الأخبار التي تتعلق باهتماماتك .

4 - أداة لكسب المال :-

ستدفع في الهواتف المستقبلية لقاء عمليات البحث التي تجريها باستخدام الهاتف ، لنفرض أنك ذهبت لاجتماع وكنت قد أجريت بحثاً شاملاً و موسعاً باستخدام هاتفك ووصلت لنتائج قد يطلبها شركائك في الاجتماع فيمكن لهاتفك أن يعرض مشاركتهم هذه النتائج مقابل

أجور بسيطة وذلك توفيراً لوقتهم وجهدهم من البحث والذي قد لا يصلوا لنفس النتائج وستكون قادراً أيضاً على تقديم محتوى جيد وجديد تحت رخصة البث المصغر الخاصة بك، تقريباً ما يشبه البودكاست في الايتونز لكن بشكل محلي ولا سلكي ، وبما أن البيانات المالية للجميع ستكون مخزنة بالهواتف و محمية بشكل ممتاز فإنه من الممكن البدء ببيع أي شيء تريده فقط بواسطة الهاتف سواء كان أي ملف مخزن عليها أو صورة التقطها.. إلخ.

5 - فهم العالم من حولك :-

تعمل الهواتف اليوم على مساعدتنا لفهم العالم من حولنا بشكل أفضل ، فمثلاً يمكنك بواسطة تطبيق صغير اليوم أن تعرف أسعار المنازل المعروضة للبيع في الحي الذي أنت فيه الآن وكما أن هاتفك سيصير عميل استخباراتي خاص بك فإنه سيذهب أبعد من ذلك حيث ستمكن من أن تتحدث لهاتفك وسيترجم ما تقوله بنفس الوقت وبدون أي تأخير ومهما كانت اللغة التي تتحدثها (تقوم بعض المساعدات الصوتية أو البحث الصوتي في غوغل حالياً بمثل هذه المهام لكنها لا تدعم كل اللغات كما أنها ليست دقيقة 100 %) ، وسيعرف هاتفك تفضيلاتك وسيصل بالخدمات التي تريدها من حولك ، مثلاً عندما تمر من جانب البنك الذي تتعامل معه أو المقهى الذي جلست مع صديقك فيه الأسبوع الماضي فإنه سيكون جاهزاً لأن يخبرك ويقترح عليك ما تفعله كأن تطلب كشف رصيدك أو أن يتصل بنفس صديقك أو صديق آخر يعرف أنه بالقرب منك .

6 - إمكانية اللعب مع الآخرين :-

إن مفهوم اللعب الاجتماعي معمول به اليوم لكن مستقبلاً سيكون بشكل أوسع أيضاً حيث أن هاتفك سيتمكن مباشرة من إجراء مسح للبحث عن أشخاص يناسبون اهتماماتك وذوقك الخاص وقد لا يكونوا من أصدقائك ، وبعدها ستمكن من اللعب معهم بطريقة تفاعلية جماعية. :- (محمد حبش (2012) <http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/02/future-of-mobile-phone>

وفي دراسة حديثة نشرت في المنتدى الاقتصادي العالمي 2017 سوف تزداد قوة الهواتف الذكية وينخفض حجمها ، بحيث يتوقع 80 % ممن شملهم الاستطلاع أن تتوفر في الأسواق هواتف قابلة للزرع في جسد الإنسان بحلول العام 2024 ، وبدلاً من التحدث مشافهة سيكون بوسع المستخدمين التخاطب مع بعضهم عبر موجاتهم الدماغية .

المبحث الثاني

تطبيقات وخدمات الهاتف المحمول

الرسائل النصية القصيرة SMS :-

استخدمت الرسائل القصيرة عبر الموبايل لأول مرة قبل أكثر من عقدين من الزمان وبالتحديد في العام 1994 حيث أصبحت مصدراً لتبادل المعلومات بين الأفراد ، وتتمتع الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول بتكنولوجيا الحفظ وإعادة الإرسال أي أن الرسالة بمجرد إرسالها فإنها تحفظ بصورة تلقائية على جهاز الهاتف في مركز خدمة الرسائل القصيرة حتى يفتح المرسل إليه جهاز الهاتف فتصله الرسالة مباشرة .

وأصبحت الرسائل النصية القصيرة الآن وسيلة اتصال معتمدة على نطاق واسع ، كما أظهرت الأبحاث إلى أن تسعون بالمئة من الرسائل القصيرة هي رسائل شخصية .(هاج 2009 : ص 24) وتستخدم النساء الرسائل النصية بصورة كبيرة أكثر من الرجال الأمر

الذي يجعل من الرسائل النصية القصيرة عبر الهاتف المحمول أدوات فعالة للحفاظ على العلاقات الشخصية بين الأفراد وبصفة خاصة بين النساء .

مميزات الرسائل النصية :-

- 1 - قليلة التكلفة بالمقارنة مع المكالمات الصوتية .
- 2 - تلغي حواجز الزمان والمكان حيث يمكن أن ترسل رسالة لأي شخص كان بينما أنت جالس في الأماكن التي لا يسمح بالحديث فيها كقاعة المحاضرات أو المكتبة أو السينما .. إلخ .
- 3 - سهولة الاستخدام وتعتمد أحياناً على لغة الاختصارات خاصة بين الشباب .
- 4 - تمتاز بالخصوصية حيث لا يعرف أحد غير المرسل والمستقبل محتوى الرسالة .
- 5 - تتميز الرسائل النصية القصيرة بجعل الفرد يشعر بعدم الخجل فقد يخجل الفرد من قول أشياء في مكالمة أو وجهاً لوجه ، ولكن لا يخجل في أن يرسل ما يريد عبر الرسائل النصية القصيرة ، وتعد الرسائل النصية القصيرة مناسبة جداً مع الأشخاص غير المستقرين عاطفياً ويشعرون بالراحة عند إرسالها لأنهم محرومون من الحديث معاً . (James 2008 : p357)
- 6 - تترك لدى الطرفين بعض الذكريات .
- 7 - قابلة لإعادة القراءة .
- 8 - تكون أكثر فعالية مع الأفراد ضعاف السمع حيث تمكنهم الرسائل النصية القصيرة من التواصل بشكل أفضل من المكالمة . (هاج 2009 : ص 134-135)
- 9 - هناك العديد من الخدمات التي يمكن الحصول عليها عن طريق تطبيقات الهاتف المحمول ، حيث يمكن حجز تذاكر للسينما عبر رسالة نصية ، أو حجز تذاكر الطيران وخدمات الحجز الفندقي ، كما تمكن الرسائل النصية القصيرة من إجراء المعاملات البنكية

ومعرفة قيمة الرصيد البنكي للعميل ، وتستخدم أيضاً لمعرفة أسعار المنتجات والسلع المختلفة وشرائها .

التأثيرات الاجتماعية للرسائل النصية :-

1 - أدى استخدام الرسائل النصية القصيرة إلى وضع اختصارات عديدة لبعض الكلمات وذلك للتغلب على العدد المحدود للحروف المستخدمة ، كما يتم استخدام الكثير من الأيقونات المعبرة عن حالة مرسل الرسالة ، وكل هذه الأشياء تؤثر على لغة الكتابة خاصة بين الفئات العمرية الأصغر سناً وبين الشباب .

ومع ذلك يجب على القائمين بالتسويق أن يعلموا أنه ليس بإمكان كل شخص يقوم بإرسال رسائل نصية أن يعي اللغة المختصرة التي فرضتها الرسائل خدمة القصيرة لذا لابد من تقدير التوازن الدقيق بين التأكد من وجود نوع من الملاءمة بين الرسالة ووسيلة إرسالها والتأكد من فهم المتلقي لمحتوى الرسالة ، ذلك لأن الرسائل المليئة بالاختصارات الغامضة والصعبة ستكون سبباً قوياً للحيرة .(هاج 2009 : ص 134-135)

2 - أصبحت الخصوصية في عصر الهواتف المحمولة أمراً صعباً إن لم يكن مستحيلاً ، فمن خلال الهاتف يمكن العثور عليك في أي مكان وعند الاتصال وعدم الرد يمكن للمتصل أن يرسل لك رسالة نصية تطالبك بالرد ، مع إمكانية تمكنه من معرفة إذا وصلتك الرسالة أم لا .

3 - أصبح الكثير من الأشخاص يختصرون حياتهم في الهاتف المحمول وهذا الأمر أدى إلى أن كثير من الناس أصبحوا انطوائيين ومعزولين عن من حولهم ويكتفون بالهاتف كوسيلة للاتصال والتواصل ، مما يجعل الكثيرون منهم فاقدين للمهارات الاجتماعية بمرور الزمن .

4 - بينت إحدى الدراسات أن الاستخدام الكثيف للرسائل النصية القصيرة من قبل المراهقين يؤدي إلى ادمان الهاتف المحمول في حين أن الاتصال الصوتي لا يوجد لديه علاقة كبيرة

ومباشرة مع سلوكيات الامان .: Park, Namsu. And others (15/4/2017) <http://citation.allacademic.com>

يرسل الناس عشرات الملايين من رسائل الهواتف المحمولة النصية القصيرة ويستقبلونها فيما بينهم ، ولكن يبدو أن العصر الذهبي لهذه الرسائل يقترب من نهايته مع ابتكار تقنيات جديدة تتولى ذات الوظيفة مع ظهور الهواتف الرقمية الذكية .

كاميرا الهاتف المحمول :-

داخل الهاتف المحمول أصبحت توجد كاميرات رقمية عالية الجودة ، فمع تسارع حركة التطور التكنولوجي والتي يعود الفضل في إمكانية تحقيق المزج بين الثورات الثلاث (المعلومات ، الاتصال ، الحاسبات) إلى ما يعرف بالتقنية الرقمية Digital Technology التي أتاحت لغة للحوار المشترك بين تكنولوجيا وسائل الاتصال من جهة وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية من جهة أخرى وتقنية إمكانية ترجمة المعلومات بكافة أنواعها إلى رموز شفريه (للصوت والنص بجانب الصور) مما جعل الكثيرون ينظرون إلى الصور باعتبارها معلومات مهمة وبيانات لا تقل في فائدتها عن البيانات المكتوبة في الوثائق ، لذا كان سعي الباحثون لإيجاد وسيلة تجعل من السهل التعامل مع الصور بطريقة التي يتم بها التعامل مع البيانات والمعلومات على الحاسب ، وبالفعل ظهرت أدوات تكنولوجية كثيرة في هذا المجال حتى وصلوا إلى تقنية كاميرات التصوير ، تقوم النظرية وتعمل على نفس الطريقة التي يعمل بها الحاسب وهي فكرة تحويل الصورة إلى أرقام وتخزينها على وسيط يعمل بنفس نظرية وسائط التخزين المستخدمة في الحاسب وهو ما تحقق بالفعل في السنوات الأخيرة ودفع بالعلم إلى وصول عصر التصوير الرقمي .(شفيق 2010 : ص 149-150)

كاميرا الهاتف المحمول هي واحدة من تطبيقات الإعلام المتحرك الذي يتطور سريعاً ، وتظهر معه تكنولوجيات لم تكن في الحسبان ، وأصبحت ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل كذلك بالملايين إلى الناس في جميع أنحاء العالم ، وبعضها يوثق لأحداث مهمة

بعضها خطير مثلما هو لا حال في صور تعذيب المعتقلين العراقيين في سجن أبو غريب وصور إعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين ، التي تم تصوير جانب منها بالهواتف الخلوية ، وهو ما يمثل لعكاساً لنظام الإعلام الجديد ، فهي صور يتم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال ولا تتطلب مهارات تصويرية أو خبرة في هذا المجال .(أنيس 2013 : ص 94)

مواقع التواصل الاجتماعي :-

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح اتواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر عن طريق إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض .(الشمالية وآخرون 2015 : ص 199)

وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن المواقع الشخصية لأنها تعتمد بالدرجة الأولى على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها ، وهناك الكثير من هذه المواقع تتنوع في أهدافها أو الغرض منها فهناك مواقع هدفها التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها مواقع متخصصة لغرض معين مثل شبكات الصحفيين أو المصورين وغيرها ومن أهم هذه المواقع ما يلي :-

1 - فيسبوك : Facebook

ترجع فكرة نشأة موقع الفيسبوك إلى صاحبه (مارك زوكربيرج) حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ، ولم يعتمد في تصميمه على أن يكون موقعاً تجارياً يجذب الإعلانات أو ينشر أخبار الجامعة ولكن هدفه الأساسي هو جمع أصدقائه والتواصل بينهم ، وأطلق زوكربيرج موقعه في عام 2004 وكان له ما أراد فسرعان ما لقي

الموقع رواجاً بين طلاب جامعة هارفارد ، واستمر موقع فيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ، ثم قرر زوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام وهي أن يفتح أبواب موقعة لمن يرغب في استخدامه ، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007 . (الشمائلة وآخرون 2015 : ص 204-205)

يمكن موقع الفيسبوك المستخدمين من الاشتراك في العديد من الشبكات على الموقع حسب أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو التخصصات أو الأصدقاء أو المجموعات الاجتماعية ، مع إتاحة الموقع للمستخدمين إضافة الاعضاء الجدد لصفحاتهم وكذلك الاتصال بالأعضاء في نفس الشبكة ورؤية المنشورات والصفحات الشخصية للأصدقاء ، وأصبح الفيسبوك الآن عالماً كبيراً وواسعاً ومتطوراً في كل يوم حيث أضاف الموقع ميزات عديدة فبالإضافة إلي مشاركة الصور والمنشورات العامة أصبح بوسع المستخدمين مشاركة مقاطع الفيديو مع بعضهم البعض .

الاستخدامات الإعلامية للفيسبوك :-

توفر شبكة الفيسبوك للإعلاميين ثروة من الفرص ، غير أن المعلومات الشخصية فيها قد تكون خادعة شأنها شأن الكثير من المواقع التي يغذيها المستخدمون بالمحتويات ولذلك ينبغي للصحفيين أن يتوخوا جانب الحذر عند استخدام هذه الشبكات الاجتماعية ، وبغض النظر عن نوعية المواضيع فإن احتمال وجود مجموعة من مجموعات الفيسبوك مكرسة لموضوع معين هو احتمال مرجح جداً ، وعليه فإنه من الأجدر بالصحفيين الذين يبحثون عن مواد لعملهم أن يتابعوا مجموعات لها علاقة بالموضوع الذي يهتمون به بواسطة عملية بحث سريعة في شبكة الفيسبوك ، أيضاً تتيح شبكة الفيسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملائهم حول العالم وكذلك في وسع الصحفيين أن يستخدموا الفيسبوك للإعلان عن مواقع عملهم بواسطة تطعيم مقالاتهم بالوصلات الإلكترونية في ملاحظاتهم مباشرة . (الشمائلة وآخرون 2015 : ص 211-212)

2 - واتساب : WhatsApp

الواتساب هو عبارة عن تطبيق يتم تحميله على الهواتف الذكية ويمكن هذا التطبيق مستخدميه من عملية التراسل الفوري فيما بينهم حيث يتم تبادل الرسائل النصية وكذلك إرسال الصور والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو ، وأول إصدار لهذا الموقع متعدد الوظائف هو في العام 2009 عن طريق الأمريكي بريان أكتون وزميله الأوكراي اني جان كوم وهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو ، وزاد عدد مستخدمي هذا التطبيق بشكل هائل جداً في السنوات الأخيرة حتى وصل لمليارات المستخدمين .

وهناك عدة مخاوف تتعلق باستخدام الواتساب منها ما هو أمني ومنها ما هو اجتماعي ، فمن ناحية أمنية يقال أن هناك الكثير من المخاوف عند استخدام التطبيق لأنه يتمكن من الدخول إلى سجل المكالمات والرسائل وكذلك تحديد مكان المستخدم ، أما من ناحية اجتماعية فأصبح يمثل هاجساً كبيراً للبعض لأنه ينتهك الخصوصية ويساهم في نشر المواضيع اللا أخلاقية خاصة بين الشباب وصغار السن .

3 - تويتر : Twitter

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كتطوير مشروع بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية وبعد ذلك أطلقت الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة ، وفي أبريل 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter . (الشمائلة وآخرون 2015 : ص 215)

التويتير هو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات محدثة تعرف باسم "توييس" بطول 140 حرف كحد أقصى ، وقد ارتفع نجاح وشعبية هذه الأداة الشبكية الإلكترونية كالصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر استخداماً بعد شبكتي فيسبوك وماي سبيس .

4 - يوتيوب : YouTube

مؤسسي وقع اليوتيوب كلهم خريجي جامعات وهم ثلاثة موظفين سابقاً في موقع PayPal وتعرفوا على بعض هناك ودار حديث بينهم عن احتمال انجاز مشاريع مستقبلية وهذا الحديث تحول إلى شيء عملي عندما قام موقع Ebay بشراء موقع PayPal بمبلغ 1.35 بليون دولار وعلى اثر ذلك تلقى الزملاء الثلاثة مكافأة مالية ساعدتهم على الانطلاق (الشمالية وآخرون 2015 : ص 218).

وَنَات فكرة موقع اليوتيوب عندما كان هؤلاء الزملاء في حفل لأحد أصدقائهم وتم التقاط الكثير من مقاطع الفيديو في هذا الحفل وأراد هؤلاء الأصدقاء مشاركة هذه المقاطع على نطاق واسع فيما بينهم ومن هنا بدأت تتبلور فكرة إنشاء الموقع ، وموقع يوتيوب هو أكبر موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة ومشاهدة مقاطع الفيديو بشكل مجاني .

5 - انستجرام : Instagram

يعتبر الانستجرام واحداً من الشبكات الاجتماعية التي وجدت رواجاً كبيراً بين الناس فهو موقع مجاني يستخدم لتبادل الصور ونشرها ، وله ميزة التقاط الصور وإضافة فلاتر رقمية لهذه الصور ومن ثم مشاركتها في عدة مجموعات مختلفة ، كما تمكن شبكة انستجرام مستخدميها من متابعة صور المستخدمين الآخرين عندما يقومون بإضافتها ، كما يمكن عن طريق انستجرام مشاركة الصور على الفيسبوك وتويتر وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي .

6 - ماي سبيس : My Space

ماي سبيس موقع إلكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو ، وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة

باستخدام نظام لغة تأشير النص الفائق مما يمثل خدمة مميزة لا تقدمها الشبكات الاجتماعية الأخرى ، وتشمل ميزات ماي سبيس الأخرى النشرة التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الأصدقاء من الاطلاع عليها إضافة إلى أخبار ماي سبيس التي تعرض ويقدمها المستخدمين ويتم التصويت عليها وتصنيفها استناداً إلى درجة شعبيتها . (الشمالية وآخرون 2015 : ص 2013)

7 - لينكد إن : LinkedIn

شبكة اجتماعية للمحترفين يضم الموقع قرابة مليوني محترف في مجالات متنوعة ومختلفة يتشاركون في مجموعات اهتمام ، ويملك الموقع خاصية مميزة وهي خاصية التزكيات فبإمكان مديرك أو زملائك السابقين في وظيفة معينة شغلها تزكيتك عن عملك في الشركة . (الشمالية وآخرون 2015 : ص 2013)

تحديد المواقع :-

في الوقت الذي تعكس فيه الهواتف المحمولة والاتصال بالإنترنت لاسلكياً مجتمعاً أكثر تفرقاً وبعداً لم يفقد مشغلو الاتصالات المحمولة الفرص التي قد تتبع من الشعور بالغبية التي تسببها تلك الحركة المصحوبة بالاتصالات المحمولة ، فربما نجد أنفسنا في مدينة غريبة علينا إلا أن هاتفنا المحمول سوف يساعدنا من خلال الخرائط وقوائم الخدمات المحلية ، حيث يعني الهيكل الخلوي لشبكات إرسال المحمول أن موقعنا (أو على الأقل موقع هواتفنا) معروف دائماً وأن تلك المعلومات يتم مشاركتها بانتظام عند الطلب مع الشرطة أو الهيئات الأخرى ، حيث أن بعض الخلايا يصل مداها عشرات الأمتار فقط مما يعني أن موقعنا معروف حتى مستوى الشارع الذي نقف فيه ، ويمكن الوصول إلى مستوى أقوى من حيث الموقع من خلال مساحة التثليث Triangulation بمقارنة القوى النسبية لإشارة المحمول التي التقطتها العديد من المحطات الرئيسية المجاورة ، ومن الواضح أن المحطة الأقرب إلينا تتلقى الإشارة الأقوى لكن يمكن حصر تحديد الموقع في عدة أمتار بعد مقارنة هذه الإشارة

بما تلقتة محطتان أخرتان أو أكثر ، ومع نظام GPS المستخدم في نظم تتبع القمر الصناعي يقوم بذلك أيضاً ، فإن مشغلي المحمول يتمكنون من تقديم عدد من الخدمات المرتبطة بالموقع من خلال استخدام تقنياتهم الخاصة بهذا الغرض ، ومع ذلك يعتبر بعض الناس مسألة معرفة مشغل شبكة الهاتف المحمول لموقعنا (مع الاحتفاظ بسجلات هذه المعلومات) شيئاً خطيراً أكثر منه مريحاً . (لاكس 2012 : ص 257-258)

إن نظام تحديد المواقع عبر الهاتف الرقمي يوفر للأفراد وخاصة أولياء الأمور ميزة مراقبة تحركات أبنائهم خاصة إذا كانوا في سن المراهقة ، حيث تمكنهم من معرفة وتحديد الأماكن التي يزورونها وتحديد وقت الزيارة ، كما أن بعض الشركات تستخدم ميزة تحديد الموقع وذلك لمراقبة موظفيها أثناء ساعات العمل الرسمية ومعرفة إذا ما كانوا يتسللون خارج أماكن العمل أم لا .

وهكذا يشكل الهاتف المحمول عدداً من المفارقات إذ يعرض خدمات الاتصال والراحة لنا في أسفارنا في أي مكان ويقدم لنا المعلومات اللازمة من خلال تحديد موقع الهاتف مباشرة ، وبجانب الاتصال بجميع أنحاء العالم من أي مكان غريب علينا يمكننا الوصول إلى المعلومات المحلية اللازمة من الخرائط وقوائم الفنادق والمطاعم ودور السينما ودليل مختلف النشاطات المحلية ، وتساعد الإصدارات الأحدث لهذه الخدمات على تحديد موقع الهاتف حتى مستوى الأمتار القليلة مما يوجه مالك الهاتف إلى مكان الخدمة التي يرغب فيها تماماً مثلما تفعل نظم التنقل المتصلة بالقمر الصناعي المثبتة بالسيارة باستخدام نظام GPS ، وللقيام بهذا يحتاج مشغل المحمول إلى معرفة إمكانية تقديم المعلومات المفيدة ومعرفة جانب من هواياتنا والأشياء المفضلة لدينا ، ويجب تقييم مدى أهمية الخصوصية في مقابل الراحة ، لكن الانتشار السريع للهاتف يشير إلى سهولة حل مشكلة هذا التناقض المحتمل . (لاكس 2012 : ص 258)

التعليم عبر الهاتف المحمول :-

أوضحت العديد من الدراسات أن الهاتف المحمول أصبح يلعب دوراً كبيراً ومنتزلاً في عملية التعليم وأن الكثير من الطلاب أصبحوا يفضلون الطرق الحديثة في التعليم ، وتستخدم بعض المؤسسات التعليمية خاصة في الدول المتقدمة برامج الهاتف المحمول في توصيل جداول المحاضرات والامتحانات للطلاب وذلك عن طريق الرسائل النصية القصيرة

على الرغم من التعليم عبر الهاتف المحمول يعتبر شكلاً من أشكال التعليم عن بعد إلا أنه يتسم بمجموعة من الخصائص تجعله تجربة مختلفة تماماً عن التعليم في الفصول التقليدية التي تعتمد فيها كل الأنشطة التعليمية على الارتباط بالزمان والمكان ، كما أنه يختلف عن أشكال التعليم عن بعد الأخرى من خلال ما يوفره من بيئة غنية بالأدوات التي تدعم سياق تعليمي مدى الحياة عبر توفير التنقل العالي الفردية والتكيف لسياق تعليمي يتضمن تقوية معارف المتعلمين ومهاراتهم وتتمثل أبرز تلك الخصائص فيما يلي :- (أنيس 2013 : ص 135-137)

1 - التعلم النقال يتم في كل وقت وكل مكان :-

حيث يعتمد التعلم النقال على استخدام تقنيات لا سلكية مثل الهواتف المحمولة ، والمساعدات الشخصية الرقمية ، والحاسبات الآلية الصغيرة ، والهواتف الذكية ، وهذا لا يتطلب ضرورة التواجد في أماكن محددة أو أوقات معينة لكي يتم التعلم ، وبذلك يسهل التعلم في أي وقت وفي أي مكان .

2 - التعلم النقال يتيح للمتعلم التواصل السريع مع شبكة المعلومات الدولية :-

حيث يتم الاتصال بالإنترنت في التعلم النقال لاسلكياً (عن طريق الأشعة تحت الحمراء) من خلال خدمة الواب (WAP) Wireless Application Protocol ، وهذا يتم في أي مكان دون الالتزام بالتواجد في أماكن محددة مما يسهل عملية الدخول إلى الإنترنت وتصفحه في أي وقت وأي مكان ، كما تسمح تقنية GPRS للهواتف المحمولة

بالدخول إلى الإنترنت بسرعة فائقة وإمكانية استقبال البيانات والملفات وتخزينها واسترجاعها

3 - يمتاز التعلم المتنقل بسهولة تبادل الرسائل بين المتعلمين بعضهم البعض :-

يتم تبادل الرسائل بنهم وكذلك بينهم وبين المعلم عن طريق رسائل SMS أو MMS ، ويسهل أيضاً تبادل الملفات والكتب الإلكترونية بين المتعلمين ، حيث يمكن أن يتم ذلك عن طريق تقنية البلوتوث أو باستخدام الأشعة تحت الحمراء وهذا لا يتوفر في أنماط التعلم الإلكتروني الأخرى .

4 - إن التكلفة لهذه التقنية منخفضة نسبياً وهي رخيصة ومتداولة :-

حيث تتمتع غالبية الأجهزة الرقمية المتنقلة بانخفاض في الكلفة الشرائية بالمقارنة مع الحواسيب المكتبية Desktop PC ، فقد ذكرت دراسة حديثة نوعاً ما (2005) أن الطلاب في التعليم العالي في الولايات المتحدة الأمريكية ما يقارب 82% منهم يمتلكون هواتف محمولة .

5 - الحجم الصغير لتلك التقنية مما يسهل عملية التنقل بها :-

فمعظم الاجهزة المحمولة بصفة عامة مثل الأجهزة الرقمية الشخصية أو الحاسبات الآلية المصغرة والحواسيب المكتبية والهواتف المحمولة بصفة خاصة التي تحمل المذكرات والكتب الإلكترونية تكون أخف وزناً وأصغر حجماً وأسهل حملاً من الحقائق المليئة بالملفات والكتب أو من الحاسبات المحمولة أيضاً .

6 - قدرات وصول عالية وسريعة :-

حيث يمكن من خلال الخدمات المتوفرة في الهواتف المحمولة خاصة الحديثة منها الحصول والوصول إلى المعلومات والخبرات التعليمية بصورة أسرع من الوسائط الأخرى

سواء تعلق الأمر بخدمات الإنترنت أو حتى تبادل الرسائل بين المتعلمين أنفسهم أو بينهم وبين المعلم .

7 -المساهمة في توفير نموذجاً جديداً للعملية التعليمية :-

مثل التفاعلية في عملية التعلم ، حيث يستطيع المعلم تلقي استفسارات الطلاب وتساؤلاتهم من خلال الهواتف ، كما يمكنه تقييم الطلاب وعرض هذه التقييمات للطلاب أثناء المحاضرة عن طريق واجهة خاصة في جوال الطالب بل والتواصل مع أولياء الأمور .(الدهشان 2010 : ص 8-11)

فوائد التعليم عن طريق الهاتف المحمول :-

- 1 - بث المحاضرات والمناقشات مباشرة إلى الطلاب مهما كان مكان وجودهم وذلك من خلال اتصال هذه الأجهزة بشبكة الإنترنت .
- 2 - يمكن لطلاب المرحلة الجامعية خاصة لمن يقطنون بعيداً من استقبال الإعلانات أو القرارات الإدارية المستعجلة ، كإلغاء موعد امتحان معين أو اعتذار عن محاضرة ما أو تقديم موعد تسليم المشاريع الطلابية عبر رسائل نصية قصيرة SMS للحصول على المعلومات بشكل أسهل وأسرع .
- 3 - معرفة نتائج تقييم المعلمين لواجباتهم والأعمال عبر الرسائل النصية القصيرة .
- 4 - يساعد الطلاب والباحثين على إنشاء مكتبة صغيرة سواء من الكتب والدروس وكذلك المراجعات والشروح ، إضافة إلى مقاطع الفيديو الخاصة بمجال معين .
- 5 - يساعد على تحقيق نوع من التواصل المباشر بين أطراف العملية التعليمية ، الطالب والمؤسسة التعليمية وأولياء الأمور .
- 6 - يساعد استخدام التعليم المحمول على إضفاء المزيد من الأنشطة على الدروس التقليدية مما يحقق الحيوية والجذب للمادة العلمية وبيئة التعلم .

7 - تكسر الحاجز النفسي تجاه عملية التعلم وتجعلها أكثر جاذبية ، تستخدم كتقنية مساعدة للمتعلمين الذين يواجهون صعوبات .

الخدمات الإعلامية للهاتف المحمول :-

من نتائج التقدم التكنولوجي حالياً أنها تمكن الهواتف المحمولة من تقديم خدمات ومزايا شبيهة بتلك التي تتوفر في الحاسوب المكتبي أو الحاسوب المحمول ، وتقدم هذه الهواتف الذكية طرقاً عديدة لإيصال المحتوى الإعلامي والتوصل عليه ونشره ، ويهدف تأدية هذه الوظائف الجديدة لا تكفي الهواتف الذكية باستخدام شبكة المحمول وإنما تتصل بالإنترنت إما عبر تقنية الواي فاي اللاسلكية (Wi-Fi) المشابهة لتلك المستخدمة في الحاسوب النقال ومقاهي الإنترنت أو عبر روابط بيانات من خلال الشركة المشغلة لشبكة الهاتف المحمول . (قنديلجي 2015 : ص 257)

إن الإعلام الإلكتروني وأخبار الجوال هي إحدى وسائل الإعلام الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في الوقت الحالي ، وتعد الوسيلة الجديدة للصحف لمنافسة الإعلام المرئي من خلال السبق الصحفي ، حيث كان وإلى وقت ليس بالبعيد لا تشكل الصحف أكثر من واحد في المئة (1%) منافسة للتلفاز ، غير أن ، هذه الخدمة وخدمات المواقع الإلكترونية منحت الفرصة لزيادة مدخلاتها .(شفيق 2010 : ص 263-264)

وعلى الرغم من أن الاتصال الهاتفي يعتبر الوظيفة الأساسية للهاتف المحمول إلا أن هناك العديد من الوظائف الإعلامية الأخرى للهاتف المحمول ، ويمكن استخدام الهاتف كحاسوب شخصي صغير بدلاً من الحاسوب العادي ويمكن من خلاله إنجاز العديد من الكهام والوظائف الإعلامية المختلفة ، وتقدم الهواتف المحمولة الذكية العديد من الوظائف منها :-

- أ - تصفح الإنترنت والبريد الإلكتروني .
- ب - المراسلة الصوتية والفورية عبر الإنترنت .
- ج - تخزين تسجيلات الفيديو والصور وبثها .
- د - تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي .
- هـ - إرسال التقارير والأحداث الإخبارية .
- و - استخدامه في عمليات البث التلفزيوني المباشر خاصة في مناطق الحروب أو التجمعات الجماهيرية؟
- ز - التمتع باللعب مع أشخاص الآخرين .

دور الهاتف المحمول في تحقيق السبق الصحفي :-

عندما يتسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (كاميرا رقمية - دي في دي - آلة تصوير رقمية - حاسوب محمول - مسجل صوتي صغير - هاتف جوال علي الجودة) وينزل الميدان ويتجه صوب الحدث ليقتنص الأخبار ، فهل تمكنه تلك التقنية الذكية من أن يتحول إلى صحفي ؟ عندما ينشر أي مواطن من فضاء مدونته أخبار ومعلومات لم تتمكن المؤسسات الإعلامية التقليدية من العريقة من الوصول إليها فهل يضيفي عليه ذلك السبق الصحفي صفة المواطن الصحفي ؟ لقد تحول المستخدم إلى منتج إعلامي بفضل هذه التقنيات الاتصالية الجديدة ينتج ويبث ما يريد على الإنترنت ، وبينما قد تعتمد الصور على الصدفة ووجود الشخص في مكان الحدث في الوقت المناسب لالتقاط الصورة تعتمد الأخبار المكتوبة على رغبة الشخص في تقصي الحقيقة والبحث عن المواضيع والأخبار ذات الأهمية الصحفية .(عبدالله 2012 : ص 19-21)

التسويق والإعلان عبر الهاتف المحمول :-

إن الهواتف الخلوية تلعب دوراً مهماً في الإعلانات الإلكترونية ، وتشير الإحصاءات الموثقة إلى أن حجم الإنفاق على التسويق عبر الهواتف الخلوية ، وفي الولايات المتحدة وحدها كان مليار وخمس وأربعون مليون دولار وذلك في العام 2011، في حين كان قد ارتفع إلى (4.06) مليار دولار أي حوالي ثلاثة أضعاف في العام 2012 ، إلا أنه وبالرغم من هذا النمو السريع فإن حصة التسويق عبر الهواتف الخلوية لا تشكل سوى (2%) فقط من إجمالي حجم الإنفاق على الإعلانات في ذلك البلد أي الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2012 ، إلا أن شركة أخرى متخصصة في مجال التسويق تتوقع أن يستحوذ التسويق عبر الهواتف الخلوية على ما نسبته (11%) من سوق الإعلانات بحلول العام 2016 ، وهذه نسبة جيدة ومبالغ كبيرة في هذا النوع من الإعلانات وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع القول بأن سوق الإعلانات عبر الهواتف الخلوية لا يزال في مرحلة الأولى وهو يتمتع بمستقبل وآفاق نمو جيدة ومذهلة .(قنديلجي 2015 : ص 208)

وزادت أهمية الإعلان عبر الهاتف المحمول في هذا العصر بصورة كبيرة جداً خاصة مع الاستخدام الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي ، حيث استغلت الشركات هذا السوق الإعلان الجديد والسريع والفعال في عرض منتجاتها المختلفة على الجمهور خاصة مع ارتباط عدد كبير من المستخدمين لشبكة الإنترنت كما أشارت بعض الدراسات إلى أن مستخدمي الهواتف المحمولة الذكية والحوايب اللوحية يمثلون نسبة كبيرة من إجمالي الاستخدام والحركة داخل الإنترنت .

أنواع الإعلانات عبر الهاتف المحمول :-

نستطيع أن نحدد الأنواع الرئيسية للإعلانات عبر الهواتف المحمولة المستخدمة من قبل معظم المعلنين وأبعادها المستقبلية كالآتي :- (قنديلجي 2015 : ص 209-210)

1 - الإعلانات عبر محركات البحث في الشبكة العنكبوتية : والتي هي وسيلة لعرض الإعلانات على صفحات الشبكة العنكبوتية أو الويب (Web) والإعلانات فيها تستحوذ على نصف ما يتم إعلانه أي على حوالي 50% من إجمالي حجم الإنفاق على الإعلانات

، عبر الهواتف الخلوية في الولايات المتحدة الأمريكية مع العلم بأن جوجل (Google) تستحوذ على الغالبية العظمى من الإيرادات التي تأتي من الإنفاق على الإعلانات أي ما نسبته 95% من إيرادات الإعلانات عبر محركات البحث باستخدام وسيلة الهواتف الخلوية .

2 - إعلانات الفيديو : والتي تعتبر من الوسائط الغنية أي التي تكون مكلفة أكثر من غيرها من وسائل الإعلان والترويج عبر الهواتف المحمولة ، حيث يستخدم الفيديو والرسوم المتحركة ومعارض الصور وكذلك العناصر التفاعلية ، والجدير بالذكر أن هذا النوع من الإعلانات عبر الهواتف المحمولة تؤمن تأثيرات مشابهة للإعلانات من خلال التلفزيون .

3 - اليافطات أو اللافتات الإعلانية : وتظهر مثل هذه اليافطات الإعلانية عادة على صفحة ويب بعدة أشكال مثل النصوص والصور والرسوم المتحركة ، وتشير المصادر الموثقة إلى أن الشبكة العنكبوتية هي ثاني أكثر الأنواع شعبية من بين الأنواع المستخدمة في الإعلانات عبر الهواتف المحمولة ، وبمواجهة التكنولوجيات المتطورة والتوجهات المستمرة والمتصاعدة نحوها فإن انتشار هذا النوع من الإعلانات قد ينخفض في السنوات القادمة وفقاً لبعض الخبراء في هذا المجال ، حيث إن بعض الإعلانات التي يتم عرضها على جانب صفحة ويب تحتل مساحة كبيرة من الشاشة في حين أن البعض الآخر الذي يظهر فجأة على الشاشة قد يزعج المستخدمين في الكثير من الأحيان ، ومن الشركات التي تمتلك حصة كبيرة من الإيرادات من خلال اللافتات الإعلانية عبر الهواتف المحمولة مواقع التواصل الاجتماعي أو المدونات مثل الفيسبوك وتويتر وجوجل .

4 - الإعلان حسب الموقع : وتهدف هذه التقنية من الإعلانات عبر الهواتف الخلوية إلى ضمان عرض إعلانات محدد خاصة بالموقع فقط على الهاتف ويتم تحديد الموقع الحالي لمستخدم الهاتف باستخدام التكنولوجيا بحيث يمكن عرض الإعلانات حسب الموقع في هاتف المستخدم ، وقد تم تصميم هذا النوع من الإعلانات خصيصاً لمستخدمي الهواتف الذكية والحاسبات اللوحية ويملك هذا النوع من إمكانات نمو هائلة في سياق الإعلانات عبر

الهواتف المحمولة ، ومن الشركات الرائدة في هذا النوع من الإعلانات Jiwire و WHERE و Sense Networks .

5 - إعلانات أصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها : وهو أسلوب للإعلانات عبر الهواتف الخلوية حيث يمكن للمعلنين إنشاء محتوى مخصص للمنصة التي سيتم نشر الإعلانات عليها ، ومن المواقع والمنصات الشهيرة للإعلانات الأصلية فيسبوك وتويتر ، وهذا النوع من الإعلانات عبر الهواتف المحمولة منتشر بشكل كبير ومن المتوقع أن يجذب المزيد من المعلنين في المستقبل .

الوسائط المتعددة :-

تسمح التكنولوجيا الرقمية بالوصول الفوري للإعلام القديم (Traditional Media) ، مثل الصحف والمجلات وبرامج التلفزيون والأفلام والتسجيلات الغنائية ، وبهذه الطريقة يتم ادماج الإعلام القديم بالإعلام الجديد (New Media) بواسطة أجهزة الحاسوب العادية ومصادر المعلومات المخزنة على الإنترنت ، إن دمج المضامين يؤدي إلى إيجاد محتوى من الوسائط المتعددة أي مزج السمعي والبصري والمعلومات معاً مما يوفر للإنسان خيارات عدة يصل إليها في وقت واحد . (Richard 2003 : p47)

وتترك الوسائط المتعددة تأثيراً كبيراً في نفس المتلقي لأنها تستقبل بالحواس المختلفة ، لقد كان المتلقي في الإعلام القديم يستخدم حاسة واحدة في الأغلب (كما في قراءة الجريدة) ، أما في الوسائط المتعددة فالمتلقي يستخدم حواس متعددة تبعاً لما تحتويه المادة المعروضة من عناصر نصية وموسيقى وأصوات وصور وكرتون تتداخل كلها في رسالة واحدة . (UNESCO 2002 : p47)

نغمات الهاتف المحمول :-

تعتبر نغمات الهاتف المحمول من الأشياء التي تعبر عن الحالة النفسية لمستخدمي الهواتف المحمولة وهي تعبر عن اللمسة الشخصية لكل شخص ، وعلى التطور الكبير في

تكنولوجيا الهاتف المحمول أصبح من الممكن تخصيص نغمات لأشخاص بعينهم ، فبمجرد أن يرن الهاتف يتم التعرف على من المتصل وذلك عن طريق النغمة المخصصة له .

فنغمة الهاتف المحمول التي يختارها الفرد بنفسه مثلها مثل الهاتف المحمول نفسه أصبحت بمثابة سمة تعبر عن كيانه داخل المجتمع بعد أن مكنت المستخدمين صغار السن من الاندماج في الدوائر الاجتماعية دون أن يؤثر ذلك على استغلالهم بشخصياتهم ، لقد أصبح الهاتف المحمول بالنسبة إلى المستخدمين على اختلاف فئاتهم العمرية وسيلة اتصال وملكيه تدل على مكانتهم الاجتماعية في الوقت نفسه ، فالنغمات لم تعد وسيلة لتبنيهاك إلى استقبال المكالمات بل أصبحت دليلاً على الموسيقى التي تحبها وأحياناً تعبيراً عن خفة ظلك ووسيلتك للتعرف على شخصية المتصل .(هاج 2009 : ص 123-124)

المبحث الثالث

دور الهاتف المحمول في تثقيف الجمهور

يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي ، ونحن نعيش فعلاً مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيا الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال ، وتشكل المعلومات أساساً في التطوير ، ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب فإنه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شيء بعيداً عن العشوائية والارتجالية ويشير مصطلح تقجر المعلومات Information Explosion أي اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري وتشتت الإنتاج الفكري وتنوع مصادر وأشكال المعلومات كالدوريات والكتب والبحوث والبيانات والندوات والمؤتمرات والرسائل العلمية الجامعية وبراءات الاختراعي والمواصفات القياسية مما يحتاج إلى مجتمع المعلومات Information Society ، والتكنولوجيا بوجه عام هي المعرفة وأدوارها التي يستخدمها الإنسان للتأثير في العالم الخارجي ولها عنصران يكمل بعضهما بعضاً ، العنصر المادي المتمثل في الآلات والمعدات والعنصر العلمي والمنهجي الذي يشمل الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادية ، لذا نجد أن تكنولوجيا الاتصال Communication Technology تقوم على عاملين :

الأول : الفكري والمعرفي ويتمثل في علم الاتصال .

الثاني : المادي والتقني المتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال المعلومات وصولاً إلى تكنولوجيا المعلومات ومرحلة التفاعلية .(دسه 2017 : ص

(144-143)

ويمكن أن نجمل في نقاط كيف يمكن للفرد أن يتقن نفسه من خلال استخدام الهاتف المحمول ، حيث أن هناك عدة أشياء يمكن من خلالها تسهيل عملية التتقيف وجعلها مبسطة ويمكن تحقيقها كما يلي :-

1 - القراءة الدائمة هي مفتاحك لتتقيف نفسك بشكل جيد ، وهذه ميزة يوفرها الهاتف المحمول حيث يمكن أن تقرأ من خلاله كل ما تريد في شتى ظروف المعرفة .

2 - يمكن الهاتف المحمول من الحفاظ على وقت معين ومساحة هادئة لتحصل على أكبر استفادة ممكنة وتساعدك تلك العملية على أن تتقن نفسك فالوقت والمكان عاملان مهمان جدا .

3 - المعرفة هي السبيل الأمثل لتتقن نفسك لأن المعرفة الدائمة ، أو محاولة الوصول لمعرفة دائمة تجعلك في حالة دائمة من الشغف الذي يمكنك من تتقيف نفسك بشكل جيد ، ويعد الهاتف المحمول واحداً من أدوات الوصول للمعرفة .

4 - البحث .. إن تتقيف نفسك يجب أن يكون من خلال عملية بحث معرفي مستمرة ودورية لأن البحث عن كل ما هو جديد يجعل طريقك لتتقيف نفسك طريقاً سهلاً لا صعوبة في ، وسهل استخدام الهاتف المحمول هذه الخاصية وأصبحت عملية البحث عن المعرفة أكثر سهولة ويسر .

5 - الإمام بالأحداث .. الهاتف المحمول أداة مهمة إن لم تكن الأهم التي تمكن الفرد من الإمام بالأحداث ، لأن الإمام بالأحداث يجعلك في حالة معرفة مستمرة لما يحدث حولك وفي حالة إطلاع دائم وثقافة .

6 - الدورات التثقيفية .. إن دخولك المستمر في دورات تثقيفية يجعلك تحافظ وتصل إلى مستويات ثقافية عالية وتجعل معرفتك الثقافية في حالة تنامي مستمرة .

7 - المناقشة .. تتم مناقشة القضايا التي تهم الفرد مع أطراف عديدة عن طريق الهاتف المحمول ، فهناك منصات اجتماعية كثيرة يمكن من خلالها مناقشة كافة القضايا التي تهم الأفراد ، إن كنت تبحث فعلاً عن طريق كي تصبح مثقف فعليك بمناقشة كل الأمور التي تعجز عن فهمها ، وسماع رأي الآخرين خاصة الدارسين والعالمين في شئون الموضوع الذي

تبحث عنه ، أو التساؤل الذي تبحث عن إجابة له ، لأن المناقشات مع أشخاص أعلى ثقافة منك يجعلك تصل إلى مستواهم بما يسمى بالمحاكاة لأن مناقشتك المستمرة تستطيع من خلالها أن تأخذ الكثير من المفردات واللغة الثقافية العالية التي لديهم .

8 - يعتبر الهاتف المحمول الآن مثله مثل المكتبة ، بل يمتلك خصائص لا تتوفر في المكتبة مثل الوصول إليه في كل الأوقات ، فالهاتف المحمول يعتبر مكتبة إلكترونية يمكن من خلالها تصفح ملايين الكتب والرسائل العلمية وذلك يتم فقط عند ربط الهاتف بالإنترنت .

9 - الاستماع .. يمكن عن طريق الهاتف المحمول اتقان فن الاستماع الذي يعد من الفنون الراقية والتي ستساعد في تثقيف النفس كما أن الاستماع الجيد يجعلك تتفهم الأمور بشكل واضح ووعيك يستجيب لكل المعلومات .

يمكن أن نخرج من النقاط السابقة بشيء مهم وهو معرفة الفرق بين التثقيف والثقافة لأن هناك كثير من الناس يخلطون بين المفهومين بشكل كبير ، ويقصد الباحث بالتثقيف شيئاً :

أولاً : التفاعل مع أجهزة الهاتف المحمول ومعرفة طريقة استخدامها والتفاعل مع التطبيقات المختلفة للهاتف المحمول .

ثانياً : المعرفة المكتسبة من استخدام هذه الهواتف والاستفادة منها في عملية التثقيف الاجتماعي والسلوكي والحضري للمواطن .

التفاعل مع الهاتف المحمول وأثره على المجتمع :-

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي فعل الشيء فعلاً وفعالاً أي عمله ، وافتعل الشيء أي اختلقه ، وانفعل كذا تأثر به انبساطاً أو انقباضاً فهو منفعل ، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر ، والتفاعل عملية (كيميائية) يتم من خلالها

تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخسيسة أي أن عملية التفاعل الكيماوي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيماوي .(دسه 2017 : ص 152)

وتشير كلمة تفاعل إلى العديد من المعاني المختلفة التي حددها كثير من الباحثين ويمكن ان نذكر من هذه المعاني والمفاهيم الآتي :- (دسه 2017 : ص 153)

* يرى الباحثون ان التفاعل يعني مرسل و متلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية .

* يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلاً لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر .

* الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الادوار الاتصالية .

* الاتصال التفاعلي يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي أنه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل او تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى .

* الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية Online المباشرة والحية في حجرات المحادثة Chatroom وموقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email Sites . :- (محمد حبش (2012) <http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/02/future-of-mobile-phone>

وتشير التفاعلية إلى مشاركة المستقبل النشطة والفعالة في العملية الاتصالية ويمكن وصف التفاعلية بلعبة البينج بونج نظراً لأنها تعتمد على الاتصال المتبادل ثنائي الاتجاه . وتعتبر التفاعلية من أحد إمكانات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديد وهي بذلك أكثر الخواص التي يشار إليها غالباً والمستخدم لتمييز الإنترنت عن وسائل الإعلام التقليدية .(Deborah 2004 ; p6-7)

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد (2007) التفاعلية بأنها الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها ، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه ، ويرى Dekanter (2004) أن النقطة المحورية في تعريف التفاعلية تعتمد على مهارات الأفراد في استخدام السمات التفاعلية وليس مجرد قدرات الوسائل التكنولوجية .

أبعاد ومكونات التفاعلية :-

- 1 - قدم Szuprowiez مفهوماً للتفاعلية يتكون من بعدين هما :-
 - أ - التدفق المعلوماتي عبر الوسائط المتعددة ويأخذ ثلاثة أشكال :-
 - تفاعل المستخدم مع النص .
 - تفاعل المستخدم مع الكمبيوتر .
 - تفاعل المستخدم مع مستخدم آخر .
 - ب - إمكانية الوسائط المتعددة التفاعلية والتي تحقق هذا التدفق المعلوماتي وتنقسم إلى :-
 - الوصول (Access) .
 - توزيع المحتوى (Distribution) .
 - إمكانية تعديل محتوى الوسائط المتعددة (Manipulation Of Multimedia Content) . (الشهاوي 2015 : ص147-152)

2 - كما قدم Kaam و Bordewijk نموذجاً للاتصال التفاعلي يعتمد على بعدين هما :-

- السيطرة على المعلومات .

- السيطرة على اختيار الموضوعات ووقت تقديمها .

2 - أبعاد الاتصال التفاعلي ومستوياته عند Kaam و Bordewijk :-

النقل (Transmission) :

وهو يعد نمذجاً للاتصال أحادي الاتجاه حيث يوجد مصدر واحد ينتج ويمتلك هذه المعلومات ، كما يسيطر أيضاً على توزيع هذه المعلومات .

المحادثة (Conversation) :

وهو نموذج اتصالي ثنائي الاتجاه ويكون المستقبلون هنا هم منتج المعلومات ومالكوها وهم المتحكمون في العملية الاتصالية .

التشاور (Consultation) :

ويحدث الاتصال التشاوري عندما يكون المرسل هو المصدر ولكن المستقبل يكون المسيطر على نوعية المعلومات المرسلة إليه ووقت تعرضه .

التسجيل (Registration) :

ويحدث هذا النموذج عندما يكون المستقبل هو مصدر المعلومات ولكن المرسل يكون هو المسيطر على هذه المعلومات وعلى معالجتها .

3 - وقدمت Laurel في كتابها الكمبيوتر كمسرح (Computer as Theater) التفاعلية

كمفهوم ثلاثي الأبعاد 3D concepts of interactivity وتتمثل الأبعاد الثلاثة في :-

لا نبالغ إذا قلنا إن أهم ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة New Media هو التفاعلية والارتقاء بدور المتلقي إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية ، وإن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال المستحدثة تمثلت بالدرجة الأولى في تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المتلقي مع عناصر العملية الإعلامية وتأثيره فيها ، ونتيجة لهذا التطوير تغيرت طبيعة عملية الاتصال منذ العقد الأخير ، فبعد أن ساد اتجاه الوسائل الإعلامية حتى عشرة سنوات مضت إلى تجزء جمهور وسائل الإعلام Demassification فإن هذا الاتجاه تغير الآن إلى فردية أو تفريد هذا الجمهور Individuality أو التفصيل Customization لتلبية حاجات الأفراد المتلقين حسب اهتماماتهم وتفضيلاتهم التي يرصدها القائم بالاتصال في القنوات المرتدة Back Channel وبالتالي كان عليه أن يوفر من المحتوى ما يسمح للمتلقي من الاختيار بين صنوف المحتوى المختلفة ، وتجاوز مفهوم التفاعلية هدف المرونة في الاتصال واتسع معناه ليعكس الوجود النشط والمؤثر في عملية الإعلام بتأثير التطور المتنامي في تكنولوجيا الاتصال وخصائصها .(عبد الحميد 2017 : ص 75)

خصائص التفاعل الاجتماعي :-

- 1 - يعد التفاعل الاجتماعي وسيلة اتصال وتفاهم بين أفراد المجموعة فمن غير المعقول أن يتبادل أفراد المجموعة الأفكار من غير ما يحدث تفاعل اجتماعي بين أعضائه .
- 2 - كل فعل رد فعل مما يؤدي إلى حدوث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد .
- 3 - عندما يقوم الفرد داخل المجموعة بسلوكيات وأداء معين فإنه يتوقع حدوث استجابة معينة من أفراد المجموعة إما إيجابية وإما سلبية .
- 4 - التفاعل بين أفراد المجموعة يؤدي إلى ظهور القيادات و بروز القدرات والمهارات الفردية .

5 - إن تفاعل الجماعة مع بعضها البعض يعطيها حجم أكبر من تفاعل الأعضاء وحدهم دون الجماعة .

6 - أيضاً من خصائص ذلك التفاعل توتر العلاقات الاجتماعية بين الأفراد المتفاعلين مما يؤدي إلى تقارب القوى بين أفراد الجماعة .

7 - ونظراً لأن التفاعل الاجتماعي وسيلة اتصال بين الأفراد والجماعات فإنه بلا شك ينتج عنه مجموعة من التوقعات الاجتماعية المرتبطة بموقف معين .

الآثار الاجتماعية للهاتف المحمول :-

أصبحت التكنولوجيا عماد المجتمع حيث لا يكاد يخلو أي مجتمع إنساني من أي شكل من أشكال التكنولوجيا ولا يكاد يختلف اثنان على مدى أهمية التكنولوجيا في تحقيق التقدم في مختلف مجالات الحياة البشريّة من الإبرة إلى المركبات الفضائية والأقمار الصناعية . (الأحمر 1981 : ص 9-13)

وإلى جانب أهمية الوسائل التكنولوجية في تحقيق مصالح الإنسان وتلبية احتياجاته إلا أنه من الممكن أن تنقلب هذه التكنولوجيا إلى نقمة عندما يكون لها آثار اجتماعية سلبية أي بمعنى آخر يساء استخدامها وتزداد عواقبها سوءاً إذا تعلقت بقيم المجتمع ومنظومته الأخلاقية التي يقوم عليها وأجهزة الهاتف المحمول تدخل ضمن إطار هذه التكنولوجيا التي أحدثت ثورة في عالم الاتصالات .

غزت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة حياتنا اليومية مما أدى إلى جعل هذه الحياة أكثر بساطة وسهولة، فآثارها الإيجابية يمكن أن تلمسها في شتى القطاعات سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية ، والهاتف الذكي كأحد المخترعات المتداولة بشكل كبير من قبل أفراد المجتمعات المعلوماتية ترك أثره على سلوكيات الفرد وطبيعة علاقته مع الآخرين :-

1 - فالهاتف الذكي حطم حواجز المكان والزمان وسمح للفرد بالاتصال مع الآخرين بشكل سريع وفوري .

2 - كما أن طبيعته المتحركة ومصاحبته للفرد في كل مكان وزمان جعل منه مدخلا لإبقاء حبل التواصل مع الأسرة كما أتاح الاتصال الدائم مع الأهل والأصدقاء دون الحاجة للتنقل .

3 - تطبيقات الهواتف الذكية المتعددة أدت إلى خلق اهتمامات جديدة لدى مستخدميه تتعلق بالنقاط الصور ومقاطع الفيديو والموسيقى بالإضافة إلى التطبيقات الجديدة كالفيسبوك والتويتر وخدمة تصفح المواقع على الانترنت والسكايب وغيرها من التطبيقات .

4 - لقد تعدى الهاتف الذكي بتطبيقاته وظيفته الأساسية من مجرد جهاز يستخدم للاتصال والتواصل مع الغير إلى جهاز يعيش فيه كل فرد حياته الخاصة ، فأصبح مكتبا متنقلا تنجز من خلاله الأعمال وسجل يحفظ أسرار الفرد ووسيلة لحفظ المعلومات وتسجيل المواعيد والتذكير بها .

5 - استخدام نظامي تشغيل معا على الهاتف الذكي مثل تنظيم نظام ويندوز موبايل ونظام أندرويد في هاتف واحد .(البياتي 2014 : ص 400)

ويرى الباحث أن عملية التفاعل مع الهواتف المحمولة تكسب الفرد مهارات عدة يمكن أن نذكرها في عدة نقاط كما يلي :-

* اكتسب الفرد مهارة كبيرة في عملية إرسال واستقبال المعلومات مما زاد حجم المعلومات المتاحة والمتوفرة لاستخدامها .

* أدى استخدام الهاتف المحمول إلى ظهور ما يعرف بالإعلام المتخصص ، الذي يتم توجيهه إلى فئات معينة من الجمهور .

* استخدام الهواتف المحمولة والتفاعل معها يسهم في تحطيم الحواجز بين القائم بالاتصال والمتلقي ويجعل متلقي الرسالة أكثر تفاعلاً معها ، أي أن المتلقي تحول من سلبي إلى متفاعل وإيجابي ويشارك في عملية الاتصال .

* التفاعل مع الهاتف المحمول أدى إلى اختراع وسائل اتصال جديدة ذات وظائف مختلفة .

* زادت عملية التفاعل مع الهواتف المحمولة من حرية الفرد في اختيار الوسائل الإعلامية التي يريدها ، خاصة عند استخدام شبكة الإنترنت .

* التفاعل مع الهاتف المحمول يكسب الفرد مهارة البحث في وسائل عدة لمعرفة الحقيقة عكس التفاعل مع وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى .

* ساهم التفاعل مع تطبيقات الهواتف المحمولة في تغيير المجتمعات .

لم تعد النظرة للهواتف كما كانت قبل عقدين من الزمان على أنها وسيلة للتحدث فقط فمع تطور التقنيات الحديثة أضيف للهواتف النقالة وظائف جديدة كانت موجودة على أجهزة أخرى كالتصوير الذي كان يتم بالكاميرا والتعامل مع البريد الإلكتروني الذي كان يتم عن طريق الكمبيوتر والألعاب الإلكترونية التي كانت تتم عن طريق أجهزة الألعاب وغيرها العديد من الوظائف مما وضع الهواتف الذكية في القمة بدلاً من الهواتف التقليدية. لتتمكن الهواتف الذكية من القيام بكل هذه الوظائف فإنها تحتاج لمواصفات عالية من معالجات وكاميرات بدقة عالية وذاكرة عشوائية تستطيع استيعاب كل هذه التطبيقات ، مكّنت الهواتف الذكية من التقرب بين الناس وتلبية احتياجاتهم جميعها فقد استطاع الأشخاص الذي يحملون الهواتف الذكية من التواصل الاجتماعي عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي كما استطاعوا معرفة المعلومات التي يحتاجونها عن طريق استخدام تطبيقات معينة كالطقس والأخبار والحجوزات ومشاهدة مقاطع الفيديو والنقاط الصور ومعالجتها واستخدام الخرائط وتحديد المواقع بدقة وسرعة رائعتين . (<http://mawdoo3.com>)

التثقيف المعرفي عبر المحمول :-

تتطور المعرفة الإنسانية اليوم بشكل يختلف تماماً عن ما هو متعارف عليه سابقاً ففي هذا العصر الذي يعتبر بلا منازع عصر التكنولوجيا الحديثة وعصر المعلومات والاتصال وظهور الوسائط التفاعلية أصبحت عملية التثقيف والمعرفة أكثر شمولاً ، يعيش العالم منذ عقود في مجتمع المعلوماتية الذي تلعب فيه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الدور الأكبر ، هذا المجتمع يتسم بأنه مجتمع منتج للمعرفة بصورة كثيفة ويعتمد بالدرجة الكبرى على المعرفة العلمية ، ومفتاح الوصول إلى هذه المعرفة هو الإبداع والابتكار والتكنولوجيا الحديثة فالعالم الآن يعبر إلى التطور التقني والتعامل مع الأجهزة التقنية في جميع مناحي الحياة .

إن التثقيف الذاتي لا يمكن أن يقتصر على مواكبة مستجدات العصر المعرفي والانخراط فيه فقط ولكنه أيضاً مطلب حيوي في علاقتنا بتراثنا باعتبار آخر وتستدعي الضرورة إعادة قراءته بأسئلة جديدة وبأفق معرفي جديد مفتوح على المستقبل أما الاكتفاء باجتراح المعلومات المكونة عنه وهي بالمناسبة سطحية ومتسعة فإن ذلك لا يسهم في تجديد المعرفة بالتراث والعصر معاً ، ويكفي المرء متابعة القنوات الفضائية ليقف على نوعية الخطاب السائد حول تراثنا الديني والعلمي ، إن العوائق الذاتية التي تحول دون المساهمة الفعالة للمتثقف في المجتمع متعددة وغياب التثقيف الذاتي لمواكبة العصر المعرفي من العوائق التي تحول دون التفاعل مع الآخر والاطلاع على منجزاته والتفاعل معه عبر الحوار البناء ولهذا العائق دوره في تعطيل الفكر الثقافي والممارسة الثقافية ولذلك كان له أثر في تضخم الحساسية التثقيفية . (يقطين 2014 : بدون)

مفهوم المعرفة :-

لقد أصبحت المعرفة من أهم مكونات رأس المال في العصر الحالي ، وأصبح تقدم أي مجتمع مرتبط أساساً بالقدرة على استخدامها ، وحينما نطلق وصف المعرفة على أي

مجتمع فهذا يعني أن النشاطات المعرفية هي مركز التميز الظاهر في هذا المجتمع لذا فإن مجتمع المعرفة هو مجموعة من الناس ذوي الاهتمامات المتقاربة الذين يحاولون الاستفادة من تجميع معرفتهم سويا بشأن المجالات التي يهتمون بها ، وخلال هذه العملية يضيفون المزيد إلى هذه المعرفة وهكذا فإن المعرفة هي الناتج العقلي لعمليات الإدراك والتعلم والتفكير، واصطلاح (مجتمع المعرفة) يعترف بجبروت القوة العقلية أكثر من غيرها من أي نوع من أنواع القوى سواء كانت اقتصادية أو عسكرية أو سياسية ويتحدد الموقف الذي يتمتع به أي بلد في العالم اليوم من خلال قدرته على الاستفادة المثلى من القدرات العقلية لدى كافة أفراد المجتمع وتميز مجتمعات المعرفة أن المعرفة تشكل أهم المكونات التي يتضمنها أي عمل يتصل بالنشاط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وكافة الأنشطة الإنسانية الأخرى التي أصبحت معتمدة على توافر كم كبير من المعرفة والمعلومات ، وتعد المعلومات هي المادة الخام للمعرفة فإن كانت المعلومات تأتي نتيجة إدراك العلاقات بين البيانات بعضها ببعض أو إدراك العلاقات بين البيانات والمعلومات الأخرى فإن المعرفة تأتي نتيجة إدراك الأنماط المشتركة بين المعلومات بعضها ببعض وتعتبر المعرفة حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة والمدرجات الحسية والقدرة على الحكم حيث أننا نتلقى المعلومات ونخرجها بما تدركه حواسنا ولذلك تعد المعلومات وسيطا لاكتساب المعرفة .(مركز الدراسات الاستراتيجية - جامعة الملك سعود الاصدار 44 : ص 6)

ونظرا للتطور الهائل وبشكل غير مسبوق في عالم تقنية المعلومات والتي هي المادة الخام للمعرفة فقد حدث تطور هائل في مجتمعات المعرفة على مستوى دول العالم إلا أن الفرق بين مجتمع معرفي في دولة من الدول ومجتمع معرفي في دولة أخرى يعتمد في الأساس على مدى تفعيل النشاطات المعرفية الرئيسة والنشاطات المعرفية الرئيسة هي :-
(مركز الدراسات الاستراتيجية - جامعة الملك سعود الاصدار 44 : ص 7-8)

1 - ابتكار المعرفة :-

يرتكز مفهوم مجتمع المعرفة على عمليات ابتكار وتكوين المعرفة من خلال توظيف التراكم المعرفي الموجود بالمجتمع لتكوين معرفة جديدة أو الاستفادة من التفاعلات بين أعضاء هذا المجتمع وبيئته التنافسية لابتكار معرفة جديدة .

2 - مشاركة المعرفة :-

وهي نشاط يتم عن طريقة تبادل المعرفة بين أفراد مجتمع المعرفة فيما بينهم أو بينهم وبين المجتمعات الأخرى ويختلف أسلوب وطبيعة المشاركة طبقاً لنوع المعرفة ، ويجب أن نفرق بين المشاركة بالمعرفة والمشاركة بالمعلومات لأن المشاركة بالمعلومات لا تتضمن عنصر التفكير .

3 - تقييم المعرفة :-

ليست كل الأفكار الجديدة هي أفكار جيدة لذا كان على المؤسسات تقييم الأفكار الجديدة ودراسة الفوائد والأخطار المتوقعة عند تطبيقها والأثر المتوقع منها في كافة نواحي المجتمع .

4 - نشر المعرفة :-

حيث أن قصرها على أفراد وفئات معينة في المجتمع يفقدها قيمتها والغرض من هذه المرحلة هو إيصال المعرفة لجميع من يعينهم الأمر في المجتمع ، وهناك وسائل عديدة لنشر المعرفة مثل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لنشر المعرفة وتوزيعها كالإنترنت وكذلك يمكن نشر المعرفة عن طريق وسائل الإعلام ودورات التدريب .

5 - تطبيق المعرفة :-

حيث يتم استيعاب واستخدام ودمج المعرفة التي أكتسبها أفراد المجتمع أثناء الممارسات والأعمال اليومية بقصد تحسين مستوى الأداء والقدرة على الإبداع والوصول إلى

مستوى أعلى من الكفاءة والإنتاجية ، والتي يجب أن تؤدي في النهاية إلى تحسين مستوى معيشتهم .

دورة تفعيل المعرفة داخل منظومة المجتمع هي حلقة متصلة مكونة من ثلاثة عناصر أساسية هي : اقتناء المعرفة فاستيعابها ثم توظيفها ولا نضيف جديداً إذ نقر بتفكك هذه الحلقة لدينا ، فعادة ما يغيب عنا شق توظيفها في حل مشكلات المجتمع وتنمية أفرادها وموارده ، وفي كثير من الاحيان يتوقف الجهد عن حدود اقتناء المعرفة دون استيعابها في إطار الظروف المحلية ، والأمل معقود مرة أخرى على تكنولوجيا المعلومات في تفتيح مسامنا المعرفية بما تتيحه تلك التكنولوجيا من وسائل عدة لاقتناء المعرفة واستيعابها وتوظيفها ولا عذر لنا إن تقاعسنا في استغلال هذه الفرص ، فالنتيجة الأكيدة لذلك أن تظل المعلومات وحلول لمشاكل تأتيها من مصادرها التقليدية وما يترتب على ذلك من رسوخ هيكلية السلطة الكامنة ورائها ناهيك عن كبح جهودنا في توليد معرفة جديدة وسنظل نشكو من "أنيميا معرفية" حادة مهما تعددت لدينا نظم الكمبيوتر وانتشرت مواقعنا ومقاهينا على الإنترنت ومهما كثر حديثنا عن أهمية المعلومات وضرورة اللحاق بركبها ، على صعيد آخر فإن المعلومات بطبيعتها تود أن تظل حرة طليقة تتغير دوماً وتهلك لتتجدد من جديد ، ومن هنا يجب أن ندرس بكل عناية العوامل الاجتماعية المؤثرة في التنمية المعلوماتية من جهة والآثار الاجتماعية المترتبة على هذه التنمية من جهة أخرى على الرغم من كل ما قيل عن أهمية المعلومات .(علي 2001 : ص 123-124)

والثقف المعرفي عبر الهاتف المحمول حسب وجهة نظر الباحث يمكن أن يسهم في إكساب الفرد كم هائل من المعلومات ويمكن حصر ذلك على النحو التالي :-

* سهل الهاتف المحمول من عملية الحصول على المعلومات والوصول إليها في أي وقت يحتاجه المستفيد من المعلومات .

* الهاتف المحمول يسهم في الحصول على المعلومات الحديثة لأن به تطبيقات تحدث المعلومات بصورة متواصلة ، إذا وضعنا في الاعتبار أننا نعيش في زمن تتغير فيه

المعلومات بسرعة فائقة مما يتسبب في بعض فئات المجتمع للمعلومات بعد أن تصبح قديمة .

* من أهم مجالات المعرفة المكتسبة من استخدام الهاتف المحمول أنه أصبحت له استخدامات صحية ، فهناك بعض الأجهزة المتطورة التي يمكن من خلالها قياس نسبة السكر في الدم وغيرها .

* تستخدم الهواتف المحمولة في معرفة أحوال الطقس ونسبة ارتفاع درجة الحرارة .

* أصبح الفرد يعرف عن طريق الهاتف المحمول كيفية إدارة حساباته البنكية ومعرفة أسعار العملات واكمال المعاملات الحكومية .

* الهاتف المحمول هو وسيلة معرفية يتمكن من خلالها الفرد من معرفة أسعار السلع والخدمات واكمال عملية الشراء عبر الإنترنت .

* يسمح الهاتف المحمول لمستخدميه من اكتساب الخبرات ومعرفة تجارب الغير وذلك خلال عملية المشاركة والتواصل مع الآخرين .

* المعرفة العلمية هي واحدة من أهم المجالات التي يستخدم فيها الهاتف المحمول ، حيث أصبح بإمكان الطلاب حضور المحاضرات عن بعد والمشاركة في الندوات والمناقشات العلمية .

* من خلال المعرفة المكتسبة عبر الهاتف المحمول يمكن للفرد أن يكون اتجاهاً معيناً تجاه قضية ما أياً كان نوع هذا الاتجاه .

* يمكن من خلال الهاتف المحمول تنزيل كافة التطبيقات التي تستخدم للحصول على المعرفة ، منها على سبيل المثال تطبيقات القرآن الكريم بالصوت والصورة التي تسهل عملية القراءة والتفسير .

ويرى الباحث أن في نهاية المطاف سيكون هناك تطور كبير فيما يتعلق بصناعة محتوى المواد التي تبتث على الهاتف المحمول ، ولن يكون الاعتماد فقط على إعلام الهاتف المحمول (من إذاعة وتلفزيونوا إنترنت) الذي يتم تحميله من وسيلة إلى أخرى وإنما سيكون لهذه الوسيلة (الهاتف المحمول) المحتوى الذي ينتج خصيصاً لها وبما يتواءم مع خواصها الشكلياتها مكانياتها التقنية ، وعليه ستظهر أقلام تكتب لهذا النمط الجديد من الإعلام ، أقلام تكتب لسينما الموبايل وأخرى لصحافة الموبايل ورايو الموبايل وتلفزيون الموبايل ، تكتب بأسلوب وروح تتواكب وهذه الوسيلة الجديدة وهذا الإيقاع السريع للحياة وتتبعكثيراً أو قليلاً عن قيود الرقيب التي تكبل الوسائل التقليدية ، وكما غير إعلام الإنترنت في أسلوب التناول والمعالجة وأضحى التقرير الصحفي الموثق بالوسائط المتعددة جزءاً لا يتجزأ منه ، ستظهر قوالب فنية جديدة تختص بالموبايل كوسيلة سريعة الإيقاع ، وربما تختفي القصص الإخبارية الطويلة والتحقيقات وينتشر أسلوب الأخبار القصير للمركز Short News وتعتمد في ذلك على التحديث المستمر لحظة بلحظة والذي يمكنه أن يغطي معظم تفاصيل الحدث ، ومن يريد الاستزادة فعليه التوجه إلي أي وسيلة أخرى لكن لا يمكنه أن يستغني بدأً عن هاتفه المحمول ، ومن المتوقع مع مرور الوقت أن تفرض سينما الموبايلوا إعلام الموبايل نفسها علي الساحة الإعلامية ومعه ستتغير قوالب التناول و المعالجة .

أولاً : اجراءات الدراسة الميدانية

يتناول الباحث في هذا الجزء وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعتها في تنفيذ هذا البحث، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع البحث وعينته ، وطريقة إعداد أدواته ، والإجراءات والطريقة التي اتبعت لتطبيقها ، والمعالجة الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج ، كما يشمل المبحث تحديداً ووصفاً لمنهج البحث .

مجتمع وعينة البحث :-

يُقصد بمجتمع البحث المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ، يتكون مجتمع البحث الأصلي من مستخدمي الهاتف المحمول في ولاية الخرطوم ، وجاء اختيار ولاية الخرطوم لأن سكانها يمثلون كل السودان وكذلك لأن خدمات الاتصال الرقمي لا زالت في بدايتها في السودان ولا تغطي مساحه كبيرة، أيضاً جاء اختيار الباحث لولاية الخرطوم لقدرته على الوصول للعينة المختارة للبحث ، وبحسب آخر إحصاء قامت به الهيئة القومية للاتصالات للعام 2017 فقد بلغت نسبة مستخدمي الهاتف المحمول في السودان 62.8% من إجمالي عدد السكان ، بينما بلغت نسبة الأفراد الذين يمتلكون هاتف ذكي 30.4% من إجمالي عدد السكان .

العينة هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة ، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصتكلي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً .(العزاوي 2008 ، ص:161)

ونظراً لعدم معرفة أفراد مجتمع البحث فقد تم اختيار العينة العشوائية المنتظمة وهي عبارة عن وحدة أو مجموعة وحدات تكون مقاييسها مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي وتمثل المجتمع أحسن تمثيل .(العزاوي 2008 ، ص:173)

قام الباحث بتوزيع عدد (200) استبانة على المستهدفين من مستخدمي الهاتف المحمول في ولاية الخرطوم ، وقد استجاب جميع أفراد العينة المختارة حيث أعادوا الاستبانة بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة أي ما نسبته (100%) من المستهدفين ، وللخروج بنتائج دقيقة قدر الامكان حرص الباحث على تنوع عينة البحث من حيث شمولها على الآتي:-

1 - المستخدمين من مختلف التوزيع النوعي (ذكر، أنثى) .

2المستخدمين من مختلف الفئات العمرية (أقل من 20 سنة ، من 20-30 سنة ، من 31-40 سنة ، من 40-51 سنة ، 60 سنة فأكثر) .

العاملين من مختلف المهن وهلات العلمية (ثانوى ، جامعى ، فوق الجامعى) .

4 - المستخدمين من مختلف الوظائف (عامل، طالب، موظف، أكاديمي، مهني، ربة منزل).

5 - العاملين من مختلف الحالات الاجتماعية (أعزب ، متزوج)

أداة البحث :-

أداة البحث عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع البحث ، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للبحث ، وقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة البحث ، وللاستبانة عدة مزايا منها:-

1 - يمكن تطبيقها للحصول على معلومات عن عدد كبير من الأفراد.

2 - قلة تكلفتها وسهولة تطبيقها.

3 - سهولة وضع عباراتها وترسيم ألفاظها.

4 - توفر وقتلمُ جيب وتعطيه فرصة التفكير.

5 - يشعرلمُ جيبون حيالها بالحرية في التعبير عن آراء يخشون عدم موافقة الآخرين عليها.

وأعد الباحث استبانة حول دور الاتصال الرقمي في تثقيف الجمهور ، حيث تُعتبر الاستبانة الأداة الرئيسية للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي يجري تعبئتها من قبل المٌجيب ، وذلك من خلال اتباع الخطوات التالية:-

1 - الإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث ، والاستفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة فقراتها.

2 - تم استشارة المشرف في فقرات الاستبانة.

3 - تحديد المحاور الرئيسية التي تشملها الاستبانة.

4 - تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية بعد عرضها على المشرف والمحكمين¹ وأجراء التعديلات المناسبة.

وقد سُمّت الاستبانة إلى ثلاثة أقسام رئيسية على النحو التالي :-

القسم الأول : عبارة عن الخصائص الشخصية² الجيب ويتكون من (النوع ، العمر ، المستوى التعليمي المهنة ، الحالة الاجتماعية).

القسم الثاني : عبارة عن محاور البحث ، وتتكون الاستبانة من (30) فقرة موزعة على ست محاور كالآتي :-

المحور الأول : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه (5 فقرات).

المحور الثاني : هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض (5 فقرات).

المحور الثالث : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور (5 فقرات).

المحور الرابع : هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات المعرفية المكتسبة منه (5 فقرات).

المحور الخامس : هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام (5 فقرات).

المحور السادس : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه (5 فقرات).

¹ البروفيسور / حسن أحمد الحسن - عميد كلية الإعلام الأسبق - جامعة أمدرمان الإسلامية
² البروفيسور / صلاح الدين الفاضل أرسد - عميد كلية الدراسات العليا - جامعة أمدرمان الأهلية - المدير الأسبق للإذاعة السودانية
^{*} د. عبد المولى موسى محمد - عميد كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - سابقاً
^{*} د. مجذوب بخيت محمد توم - جامعة قاردين سيتي
^{*} د. نهى حسب الرسول أحمد - عميد كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .

القسم الثالث : احتوى على الأسئلة المفتوحة للاستبانة .

صدق وثبات الاستبانة :-

تم توزيع عينة استطلاعية مكونة من (20) فرداً لاختبار صدق وثبات الاستبانة ، تم حساب معادلة (الفا كرونباخ) باستخدام برنامج SPSS للقياس فكانت النتائج كما هو موضح بالجدول التالي :-

جدول رقم (1)

معاملات ثبات وصدق الاستبانة

المحاور	معامل الثبات (الفا كرونباخ)	معامل الصدق
المحور الاول	0.56	0.74
المحور الثاني	0.82	0.91
المحور الثالث	0.74	0.86
المحور الرابع	0.58	0.76
المحور الخامس	0.71	0.84
المحور السادس	0.61	0.78
الاستبانة ككل	0.80	0.89

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

تشير نتائج الجدول إلى معاملات الثبات والصدق لكل محور من المحاور والاستبانة ككل، فجميع نتائج معاملات الصدق عالية .

الأساليب الإحصائية المستخدمة :-

لتحقيق أهداف البحث وللتحقق من فرضياته، تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية :-

1 - التوزيع التكراري للاجابات .

2 - الأشكال البيانية .

3 - النسب المئوية .

4 - الوسيط .

5 - اختبار الفا كرونباخ لاختبار صدق وثبات الاستبانة .

6 - اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات .

وللحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان ، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences ، كما تمت الاستعانة بالبرنامج Excel لتنفيذ الأشكال البيانية المطلوبة في البحث .

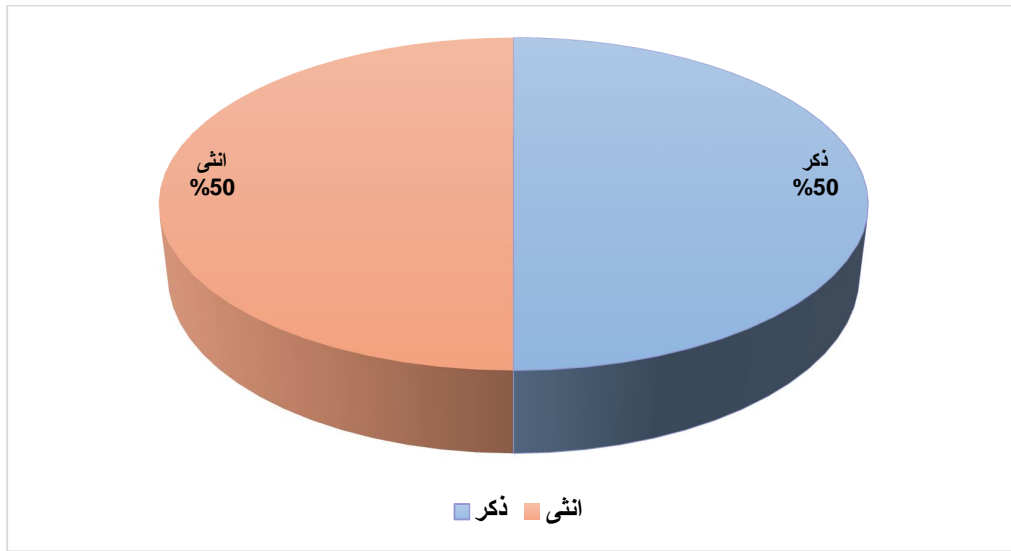
1 - النوع :-

جدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	100	50%
انثى	100	50%
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير النوع



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (2) والشكل (1) أن العينة المختارة كانت شاملة للجنسين ، حيث بلغ عدد الذكور (100) ونسبة 50% من العينة الكلية للبحث ، بينما بلغ عدد الإناث أيضاً (100) وكانت نسبتهم 50% من العينة الكلية للبحث .

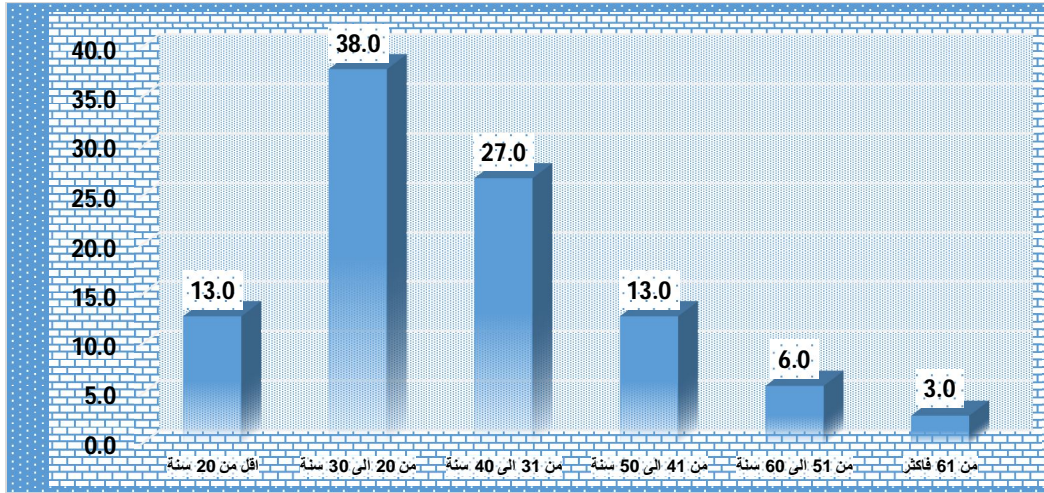
2 - العمر :-

جدول رقم (3) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير الفئات العمرية

النسبة المئوية	العدد	الفئات العمرية
13.0	26	أقل من 20 سنة
38.0	76	من 20 الى 30 سنة
27.0	54	من 31 الى 40 سنة
13.0	26	من 41 الى 50 سنة
6.0	12	من 51 الى 60 سنة
3.0	6	من 61 فأكثر
100.0	200	المجموع

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (2) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير الفئات العمرية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (3) والشكل (2) أن غالبية عينة البحث هم من الفئتين العمريتين (20-30) ، (31-40) سنة ، حيث بلغ عددهم (130) فرداً ويمثلون ما نسبته (65%) للفئتين من العينة الكلية للدراسة ، ثم يليهم بالعدد أفراد عينة الدراسة من الفئتين العمريتين العمرية أقل من 20 سنة ، ومن 41-50 ، إذ بلغ عددهم (52) فرداً وبنسبة (26%) من العينة الكلية ، ثم أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية أكثر من 51-60 سنة والبالغ عددهم (12) فرداً وبنسبة (6%) ، وأخيراً الفئة من 61 سنة فأكثر وعددهم (6) أفراد وبنسبة (3%) من النسبة الكلية .

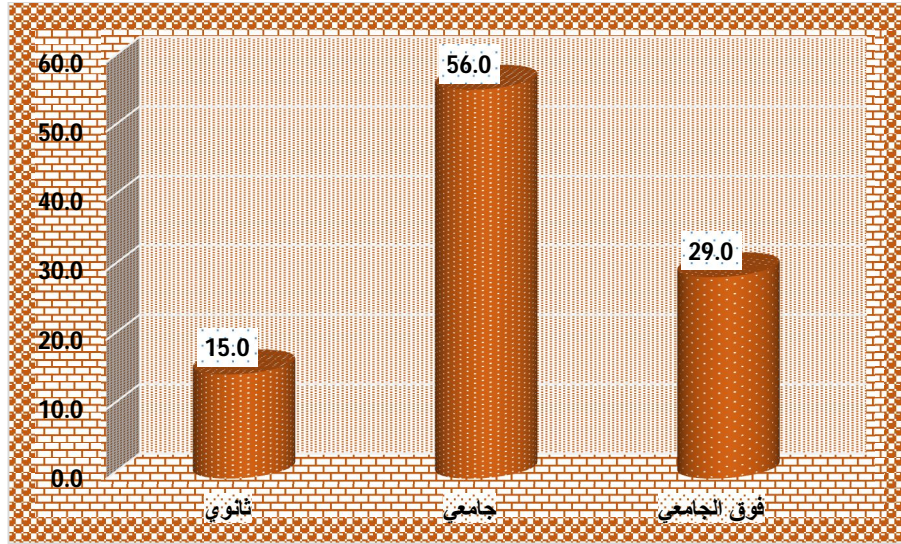
3 - المؤهل العلمي :-

جدول رقم (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث فق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
ثانوي	30	15.0
جامعي	112	56.0
فوق الجامعي	58	29.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير المؤهل العلمي



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (4) والشكل (3) أن غالبية أفراد عينة البحث هم من ذوي المؤهل العلمي جامعي ، حيث بلغ عددهم (112) فرداً وبنسبة (56%) ، ثم يليه في العدد أفراد عينة الدراسة ذوي المؤهل العلمي فوق الجامعي والبالغ عددهم (58) أفراد وبنسبة (29%) ، ثم يليه الأفراد ذوي المؤهل العلمي ثانوي والبالغ عددهم (30) أفراد وبنسبة (15%) .

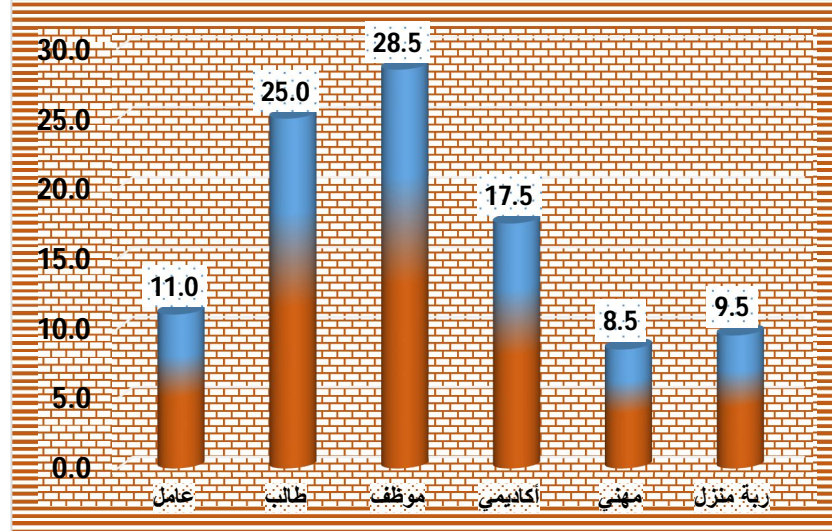
4 - المهنة :-

جدول رقم (5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير المهنة

المهنة	العدد	النسبة المئوية
عامل	22	11.0
طالب	50	25.0
موظف	57	28.5
أكاديمي	35	17.5
مهني	17	8.5
رية منزل	19	9.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير المهنة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (5) والشكل (4) أن عينة البحث كانت شاملة لكل المهن ، حيث كانت أعلى نسبة لفئة الموظفين بعدد (57) ونسبة (28.5%) من النسبة الكلية ، تليها فئة الطلاب وبلغ عددهم (50) ونسبة (25%) ، ثم فئة الأكاديميين بعدد (35) ونسبة بلغت (17.5%) ، ثم جاءت نسبة العمال بعدد (22) ونسبة (11%) ، تليها فئة ربات المنازل بعدد (19) ونسبة بلغت (9.5%) وأخيراً فئة المهنيين وبلغ عددهم (17) ونسبة (8.5%) من النسبة الكلية.

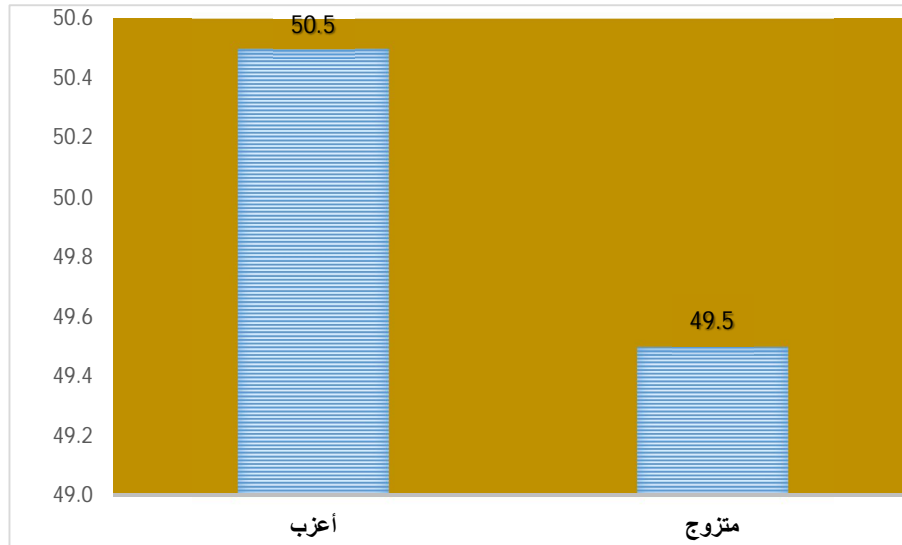
5 - الحالة الاجتماعية :-

جدول رقم (6) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة المئوية
أعزب	101	50.5
متزوج	99	49.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير الحالة الاجتماعية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (6) والشكل (5) أن العينة المختارة شملت كل الحالات الاجتماعية المدروسة ، حيث بلغ عدد غير المتزوجين (101) وبنسبة (50.5%) من النسبة الكلية ، في حين بلغ عدد فئة المتزوجين (99) فرداً وبنسبة (49.5%) من النسبة الكلية لعينة البحث .

ثانياً : تحليل بيانات البحث

تم توزيع الاستبيان على عينة البحث المكونة من (200) فرداً، وقد تم تقريغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدها الباحث لهذا الغرض ، حيث تم تحويل المتغيرات الإسمية (أوافق تماماً ، أوافق ، محايد، لا أوافق ، لا أوافق تماماً) إلى متغيرات كمية (1، 2، 3، 4، 5) على الترتيب .

وللحصول على المعلومات اللازمة قام الباحث بالآتي :-

- 1 - تحليل بيانات كل محور على حده .
- 2 - تقريغ البيانات في جداول .
- 3 - إعداد الأشكال البيانية اللازمة لكل جدول .
- 4 - شرح وصفي لكل جدول وشكل بياني على حدة .

1 - المحور الاول : " توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه "

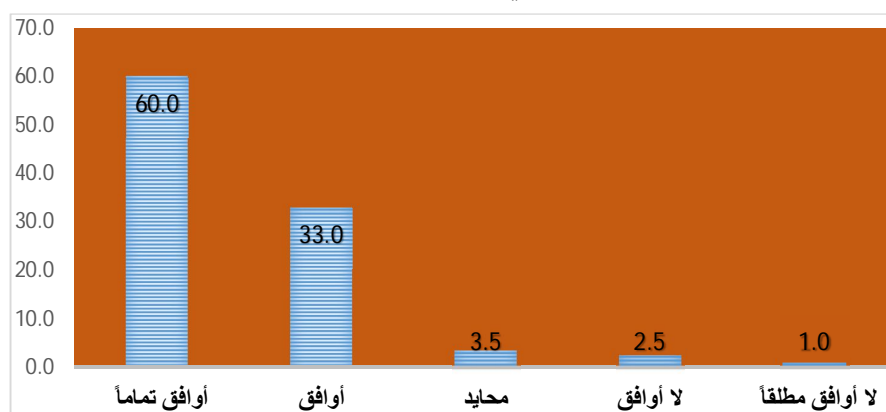
العبارة الأولى : يساعد الهاتف المحمول على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين .

جدول رقم (7) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	120	60.0
أوافق	66	33.0
محايد	7	3.5
لا أوافق	5	2.5
لا أوافق مطلقاً	2	1.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (6) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (7) والشكل (6) أن (120) من عينة البحث وبنسبة (60%) وافقوا تماماً على أن الهاتف المحمول يساعد على تطوير مهارات لتواصل الاجتماعي مع الآخرين ، كما وافق (66) فرداً وبنسبة (33%) على ذلك ، وكان هناك (7) أفراد وبنسبة (3.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (5) أفراد وبنسبة (2.5%) على ذلك ، كما أن (2) من الأفراد وبنسبة (1%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك ، وهذه النسب تؤكد حسب وجهة نظر العينة المختارة أن الهاتف المحمول يساعد على تطوير مهارات التواصل مع الآخرين .

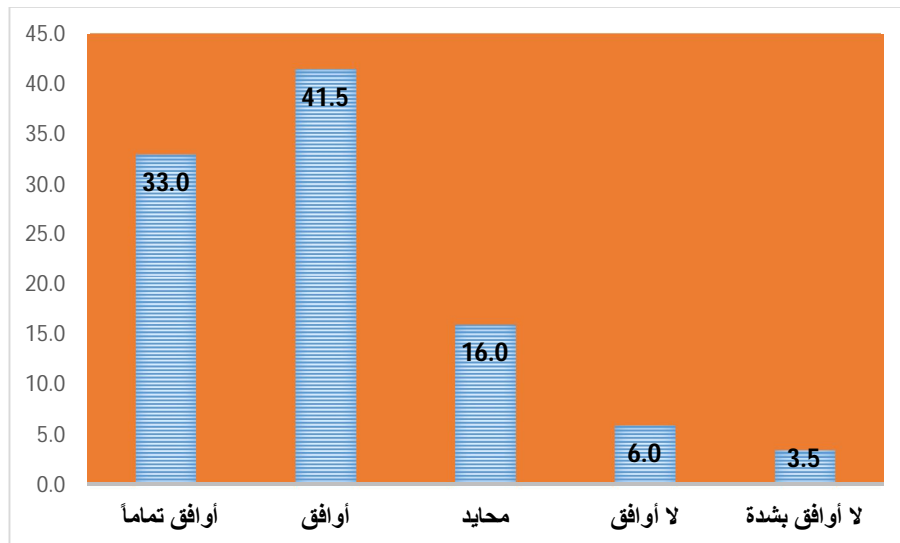
العبرة الثانية : الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية .

جدول رقم (8) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	66	33.0
أوافق	83	41.5
محايد	32	16.0
لا أوافق	12	6.0
لا أوافق مطلقاً	7	3.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (7) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (8) والشكل (7) أن (83) من عينة البحث وبنسبة (41%) وافقوا على أن الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية ، كما وافق تماماً (66) فرداً وبنسبة (33%) على ذلك ، وكان هناك (32) أفراد وبنسبة (16%) محايدون ، في حين لم يوافق (12) أفراد وبنسبة (6%) على ذلك ، كما أن (7) من الأفراد وبنسبة (3.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

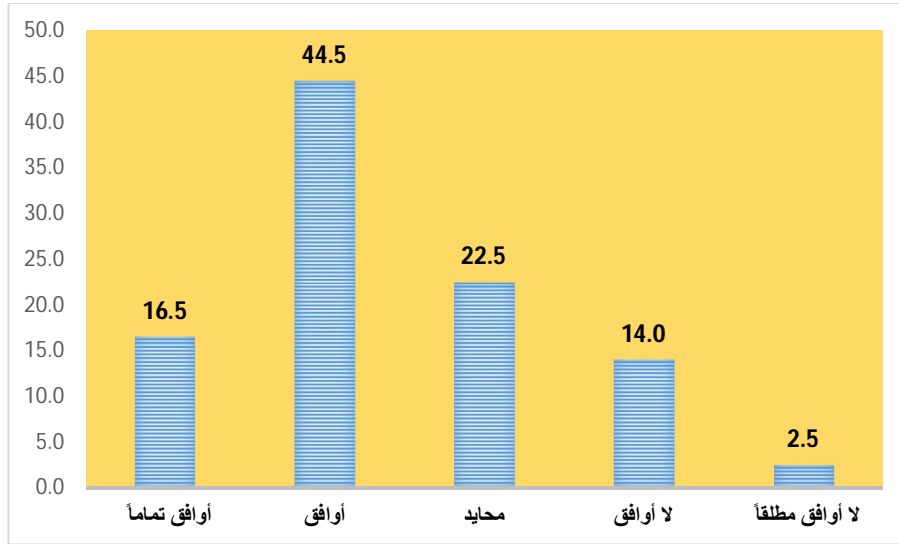
العبرة الثالثة : هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد

جدول رقم (9) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	33	16.5
أوافق	89	44.5
محايد	45	22.5
لا أوافق	28	14.0
لا أوافق مطلقاً	5	2.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (8) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (9) والشكل (8) أن (83) من عينة البحث وبنسبة (41%) وافقوا على أن هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد ، وكان هناك (45) فرداً وبنسبة (22.5%) محايدون ، كما وافق تماماً (33) فرداً وبنسبة (16.5%) على ذلك في حين لم يوافق (28) أفراد وبنسبة (14%) على ذلك ، كما أن (5) من الأفراد وبنسبة (2.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

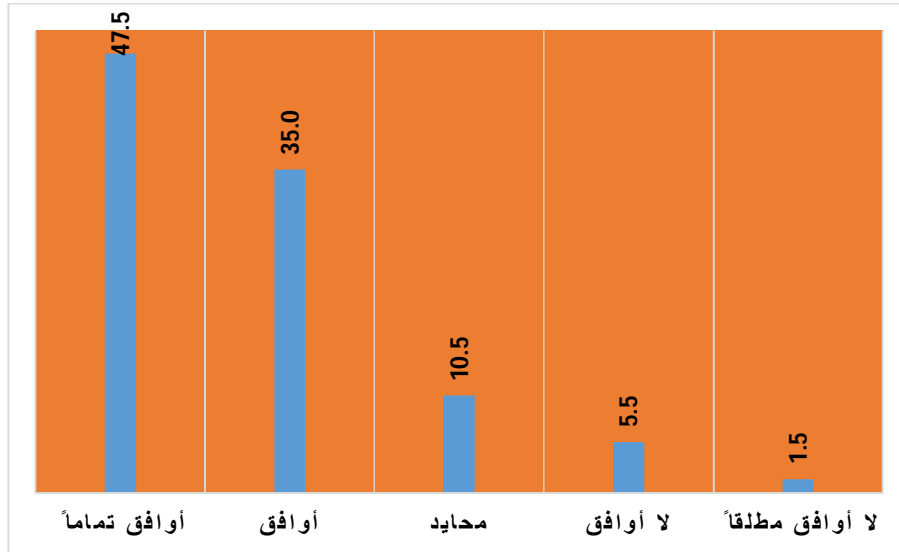
العبارة الرابعة : أثر استخدام الهاتف المحمول على التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه وغياب
المؤانسة الاجتماعية .

جدول رقم (10) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة

النسبة المئوية	العدد	الفئات
47.5	95	وافق تماماً
35.0	70	أوافق
10.5	21	محايد
5.5	11	لا أوافق
1.5	3	لا أوافق مطلقاً
100.0	200	المجموع

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (9) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (10) والشكل (9) أن (95) من عينة البحث وبنسبة (47.5%) وافقوا تماماً على أن الهاتف المحمول أثر على التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه وغياب المؤانسة الاجتماعية ، كما وافق (70) فرداً وبنسبة (35%) على ذلك ، وكان هناك (21) فرداً وبنسبة (10.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (11) فرداً وبنسبة (1.5%) على ذلك ، كما أن (3) من الأفراد وبنسبة (1.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

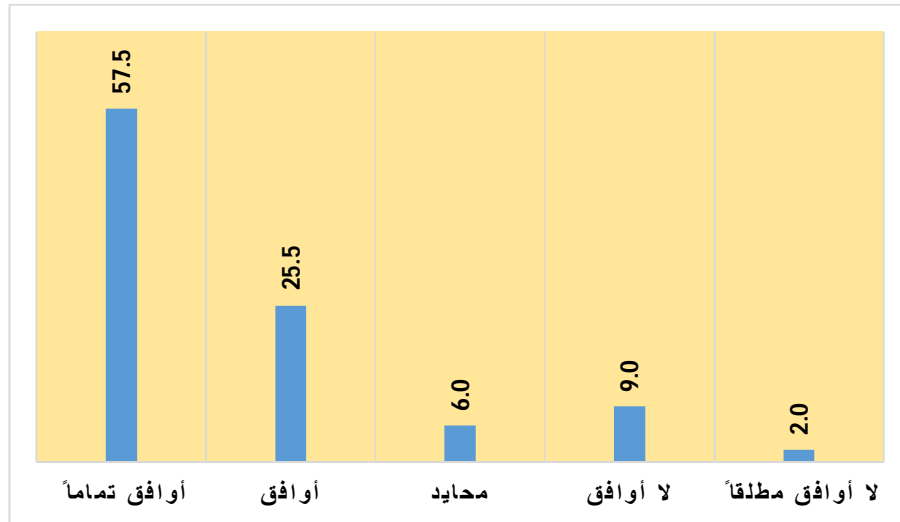
العبارة الخامسة: الاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع .

جدول رقم (11) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	115	57.5
وافق	51	25.5
محايد	12	6.0
لا أوافق	18	9.0
لا أوافق مطلقاً	4	2.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (10) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (11) والشكل (10) أن (115) من عينة البحث وبنسبة (57.5%) وافقوا تماماً على أن الاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع ، كما وافق (51) فرداً وبنسبة (25.5%) على ذلك ، في حين لم يوافق (18) فرداً وبنسبة (9%) على ذلك ، وكان هناك (12) فرداً وبنسبة (6%) محايدون ، كما أن (4) من الأفراد وبنسبة (2%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

المحور الثاني : " هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض "

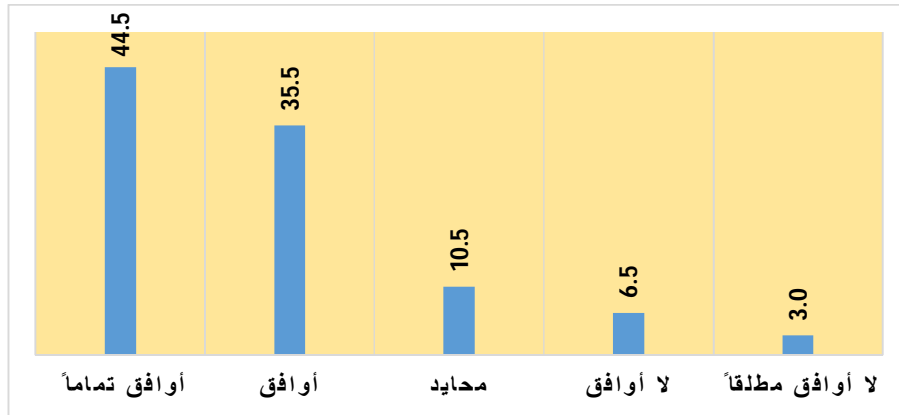
العبارة الأولى : يستخدم بعض الناس الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفهية و المستوى الاجتماعي .

جدول رقم (12) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	89	44.5
أوافق	71	35.5
محايد	21	10.5
لا أوافق	13	6.5
لا أوافق مطلقاً	6	3.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (11) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (12) والشكل (11) أن (89) من عينة البحث وبنسبة (44.5%) وافقوا تماماً على أن بعض الناس يستخدمون الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي ، كما وافق (71) فرداً وبنسبة (35.5%) على ذلك ، وكان هناك (21) فرداً وبنسبة (10.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (13) فرداً وبنسبة (6.5%) على ذلك ، كما أن (6) من الأفراد وبنسبة (3%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

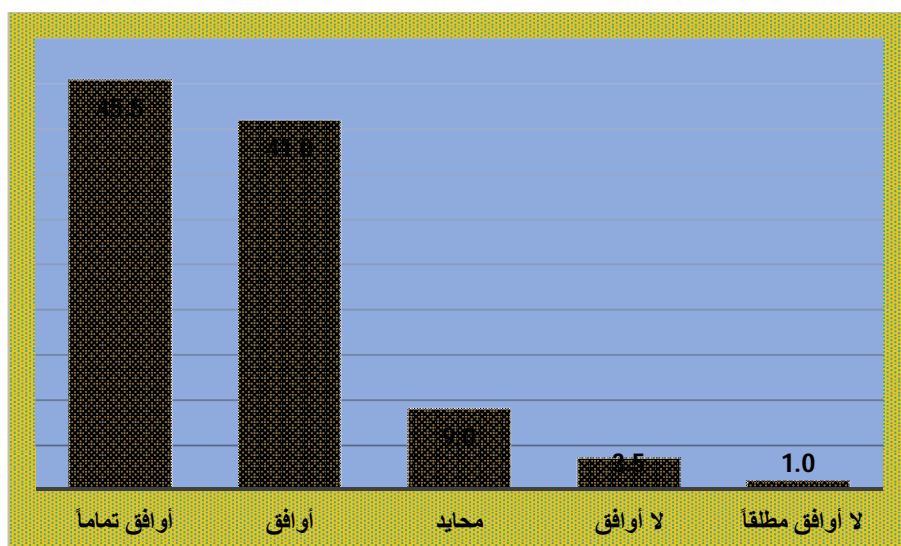
العبرة الثانية : يعتبر البعض امتلاك الهاتف المحمول أحد ضرورات الحياة .

جدول رقم (13) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	91	45.5
أوافق	82	41.0
محايد	18	9.0
لا أوافق	7	3.5
لا أوافق مطلقاً	2	1.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (12) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (13) والشكل (12) أن (91) من عينة البحث وبنسبة (45.5%) وافقوا تماماً على أن الهاتف المحمول هو أحد ضروريات الحياة ، كما وافق (82) فرداً وبنسبة (41%) على ذلك ، وكان هناك (18) فرداً وبنسبة (9%) محايدون ، في حين لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك ، كما أن (2) من الأفراد وبنسبة (1%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

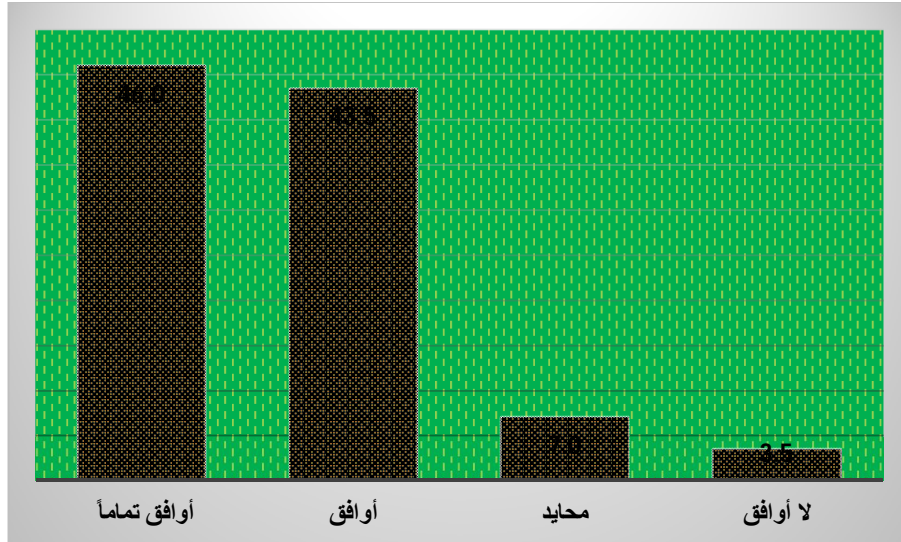
العبرة الثالثة : يسبب الاستخدام المفرط للهاتف المحمول ما يعرف بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية .

جدول رقم (14) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	92	46.0
وافق	87	43.5
محايد	14	7.0
لا أوافق	7	3.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (13) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (14) والشكل (13) أن (92) من عينة البحث وبنسبة (46.5%) وافقوا تماماً على أن الاستخدام المفرط للهاتف المحمول يصيب الأشخاص بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية ، كما وافق (87) فرداً وبنسبة (43.5%) على ذلك ، وكان هناك (14) فرداً وبنسبة (7%) محايدون ، في حين لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك .

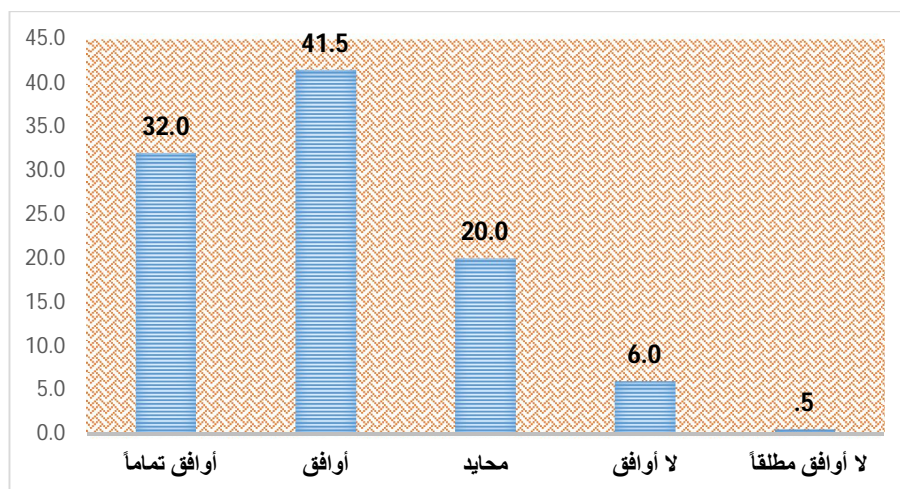
العبرة الرابعة : تخضع المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول إلى نفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها .

جدول رقم (15) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	64	32.0
أوافق	83	41.5
محايد	40	20.0
لا أوافق	12	6.0
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (14) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (15) والشكل (14) أن (83) من عينة البحث وبنسبة (41.5%) وافقوا على أن المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول تخضع لنفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها ، كما وافق تماماً (64) فرداً وبنسبة (32%) على ذلك ، وكان هناك (40) فرداً وبنسبة (20%) محايدون ، في حين لم يوافق (12) فرداً وبنسبة (6%) على ذلك ، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

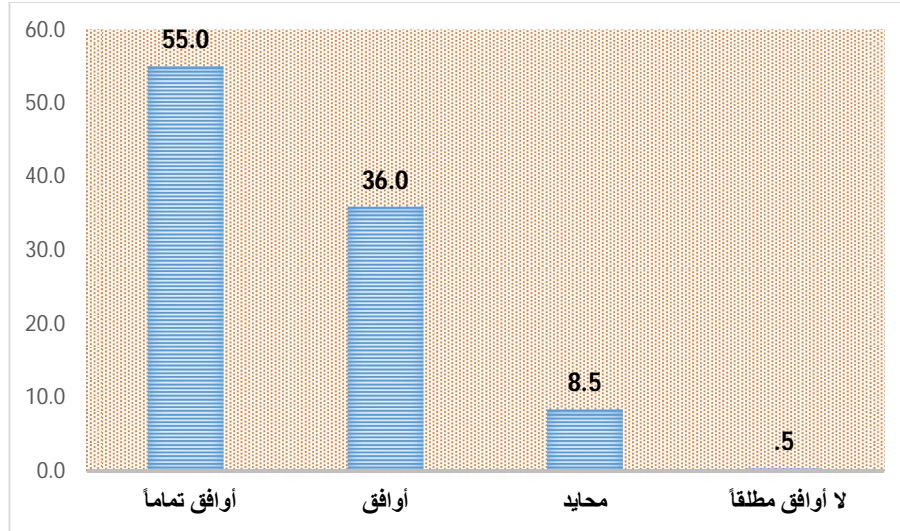
العبرة الخامسة : أدى استخدام الهاتف المحمول إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب .

جدول رقم (16) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	110	55.0
وافق	72	36.0
محايد	17	8.5
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (15) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (16) والشكل (15) أن (110) من عينة البحث وبنسبة (55%) وافقوا تماماً على أن استخدام الهاتف المحمول أدى إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب ، كما وافق (72) فرداً وبنسبة (36%) على ذلك ، وكان هناك (17) فرداً وبنسبة (8.5%) محايدون ، في حين لم يوافق مطلقاً (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) على ذلك.

المحور الثالث : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور .

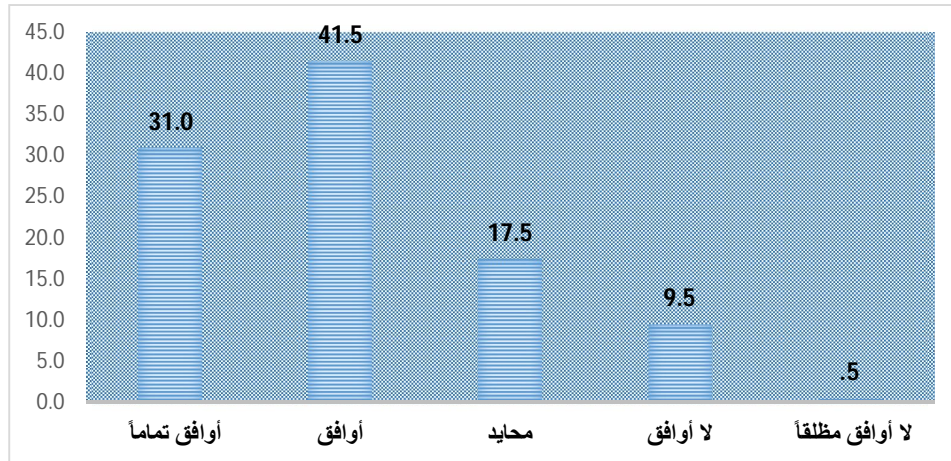
العبارة الأولى : يؤدي استخدام الهاتف المحمول إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع .

جدول رقم (17) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	62	31.0
أوافق	83	41.5
محايد	35	17.5
لا أوافق	19	9.5
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (16) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (17) والشكل (16) أن (83) من عينة البحث وبنسبة (41.5%) وافقوا على أن استخدام الهاتف المحمول يؤدي إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع ، كما وافق تماماً (62) فرداً وبنسبة (31%) على ذلك ، وكان هناك (35) فرداً وبنسبة (17.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (19) فرداً وبنسبة (9.5%) على ذلك ، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

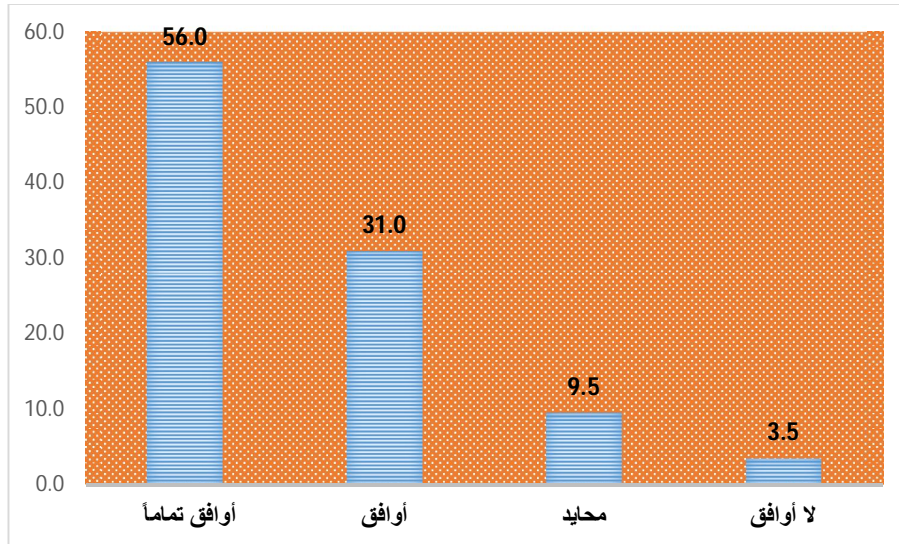
العبرة الثانية : قد يصاب بالانطواء والانعزال من يدمن استخدام الهواتف المحمولة خاصة المراهقين .

جدول رقم (18) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	112	56.0
أوافق	62	31.0
محايد	19	9.5
لا أوافق	7	3.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (17) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (18) والشكل (17) أن (112) من عينة البحث وبنسبة (56%) وافقوا تماماً على أن ادمان استخدام الهواتف المحمولة يسبب الانطواء والانعزال خاصة بين المراهقين ، كما وافق (62) فرداً وبنسبة (31%) على ذلك ، وكان هناك (19) فرداً وبنسبة (9.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك .

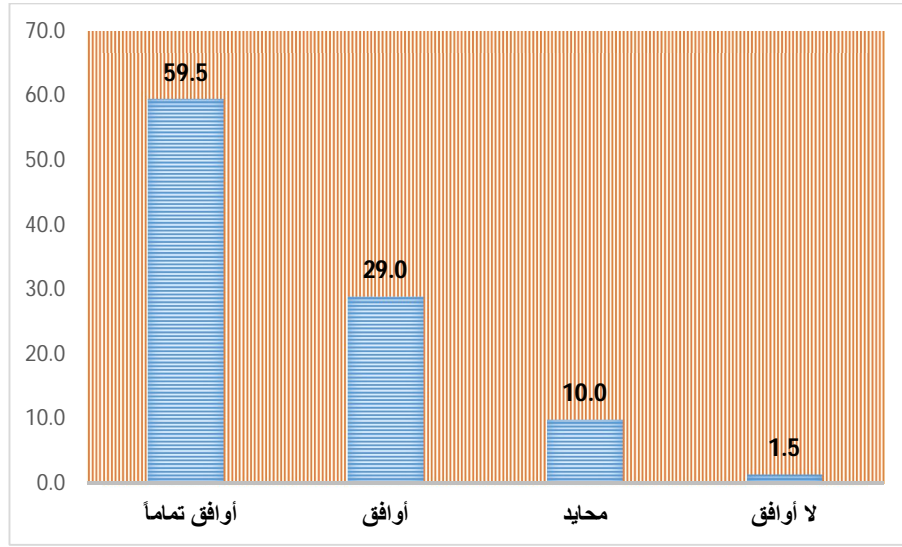
العبارة الثالثة : ساهمت الهواتف المحمولة في انتشار الاشاعات .

جدول رقم (19) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	119	59.5
أوافق	58	29.0
محايد	20	10.0
لا أوافق	3	1.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (18) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (19) والشكل (18) أن (119) من عينة البحث وبنسبة (59%) وافقوا تماماً على أن الهواتف المحمولة ساعدت على انتشار الاشاعات ، كما وافق (58) فرداً وبنسبة (29%) على ذلك ، وكان هناك (20) فرداً وبنسبة (10%) محايدون ، في حين لم يوافق (3) أفراد وبنسبة (1.5%) على ذلك .

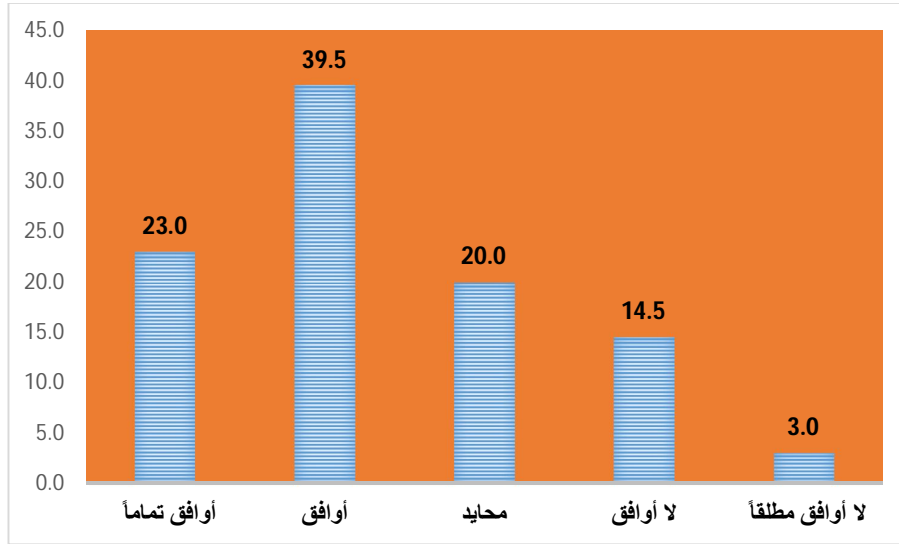
العبرة الرابعة : يسهم استخدام الهاتف المحمول في ترقية السلوك الحضري للمواطن .

جدول رقم (20) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	46	23.0
أوافق	79	39.5
محايد	40	20.0
لا أوافق	29	14.5
لا أوافق مطلقاً	6	3.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (19) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (20) والشكل (19) أن (79) من عينة البحث وبنسبة (39.5%) وافقوا على أن استخدام الهاتف المحمول يسهم في ترقية السلوك الحضري للمواطن ، كما وافق تماماً (46) فرداً وبنسبة (23%) على ذلك ، وكان هناك (40) فرداً وبنسبة (20%) محايدون ، في حين لم يوافق (29) فرداً وبنسبة (14.5%) على ذلك ، كما أن (6) من الأفراد وبنسبة (3%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

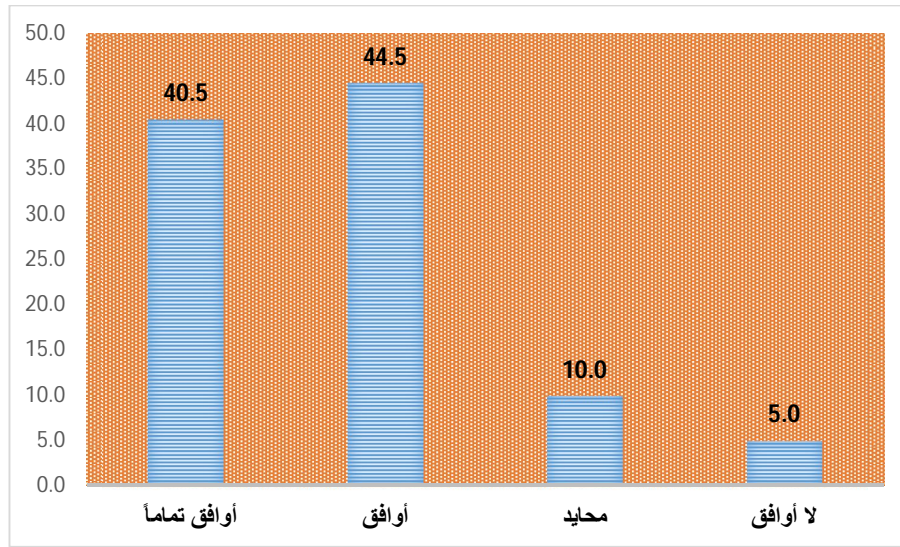
العبرة الخامسة : ساهمت تكنولوجيا الهاتف المحمول في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية .

جدول رقم (21) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	81	40.5
أوافق	89	44.5
محايد	20	10.0
لا أوافق	10	5.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (20) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (21) والشكل (20) أن (89) من عينة البحث وبنسبة (44.5%) وافقوا على أن تكنولوجيا الهاتف المحمول ساهمت في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية ، كما وافق تماماً (81) فرداً وبنسبة (40.5%) على ذلك ، وكان هناك (20) فرداً وبنسبة (10%) محايدون ، في حين لم يوافق (10) من الأفراد وبنسبة (5%) على ذلك .

المحور الرابع : هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول ولتأثيرات المعرفية المكتسبة منه

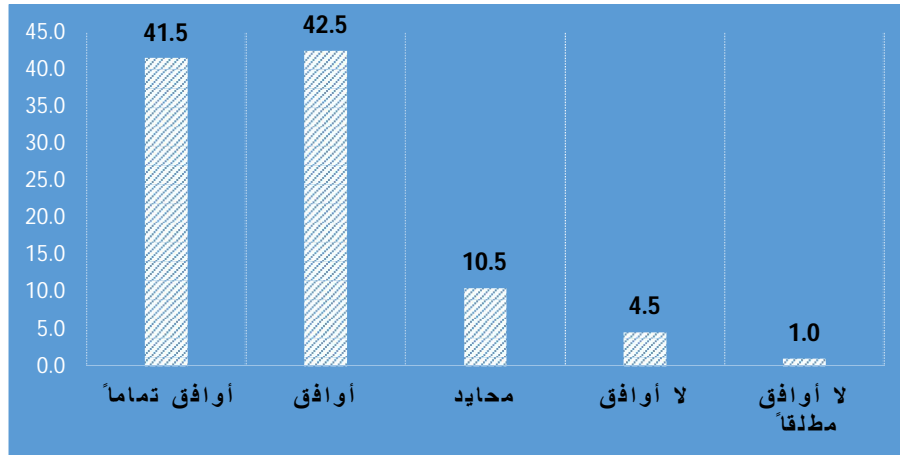
العبارة الأولى : تعتبر الهواتف المحمولة من أهم مصادر الحصول على المعلومات للأفراد .

جدول رقم (22) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

النسبة المئوية	العدد	الفئات
41.5	83	وافق تماماً
42.5	85	وافق
10.5	21	محايد
4.5	9	لا أوافق
1.0	2	لا أوافق مطلقاً
100.0	200	المجموع

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (21) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (22) والشكل (21) أن (85) من عينة البحث وبنسبة (42.5%) وافقوا على أن الهواتف المحمولة تعتبر من أهم مصادر الحصول على المعلومات للأفراد، كما وافق تماماً (83) فرداً وبنسبة (41.5%) على ذلك، وكان هناك (21) فرداً وبنسبة (10.5%) محايدون، في حين لم يوافق (9) فرداً وبنسبة (4.5%) على ذلك، كما أن (2) من الأفراد وبنسبة (1%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

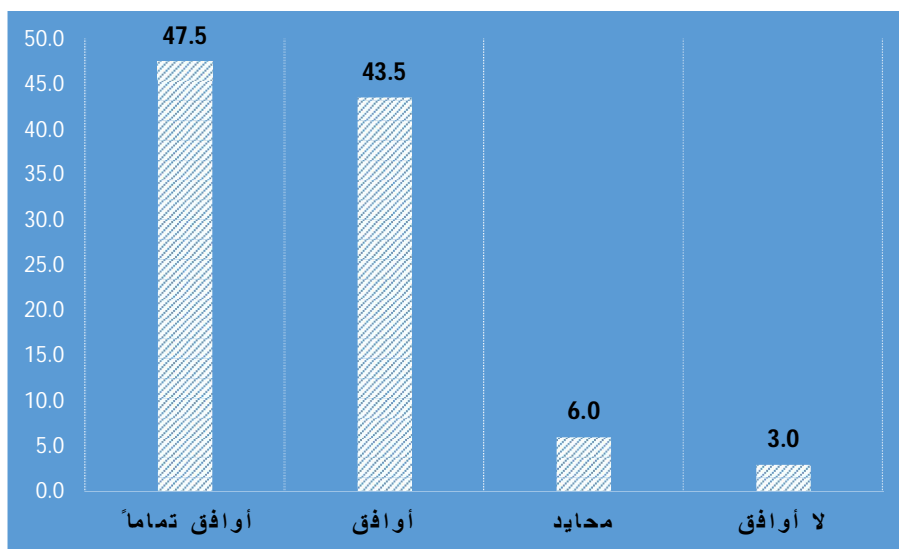
العبرة الثانية : ساعد استخدام الهاتف المحمول الأفراد في تسهيل معاملاتهم الإلكترونية .

جدول رقم (23) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	95	47.5
أوافق	87	43.5
محايد	12	6.0
لا أوافق	6	3.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (22) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (23) والشكل (22) أن (95) من عينة البحث وبنسبة (47.5%) وافقوا تماماً على أن استخدام الهاتف المحمول ساعد الأفراد في تسهيل معاملاتهم الإلكترونية ، كما وافق (87) فرداً وبنسبة (43.5%) على ذلك ، وكان هناك (12) فرداً وبنسبة (5%) محايدون ، في حين لم يوافق (6) أفراد وبنسبة (3%) على ذلك .

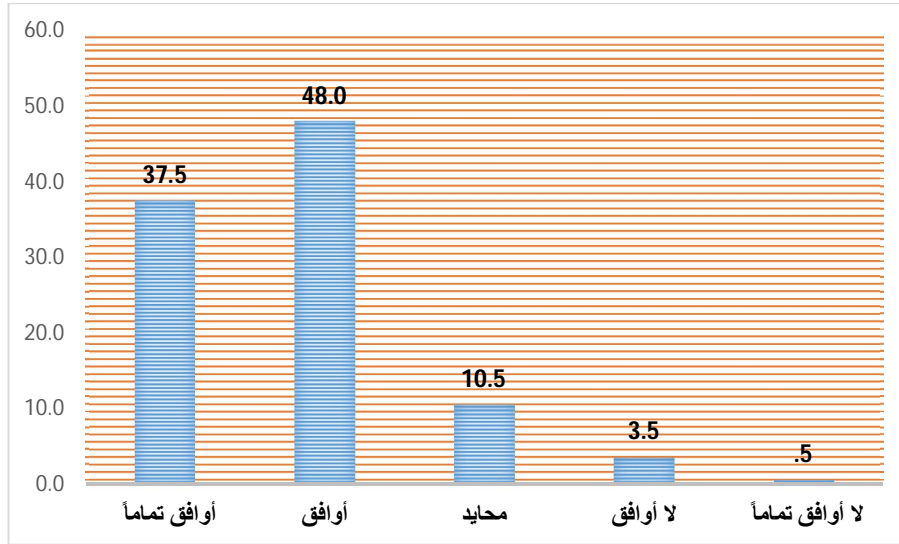
العبارة الثالثة : حولت تكنولوجيا الهاتف المحمول الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات .

جدول رقم (24) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	75	37.5
أوافق	96	48.0
محايد	21	10.5
لا أوافق	7	3.5
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (23) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (24) والشكل (23) أن (96) من عينة البحث وبنسبة (48%) وافقوا على أن تكنولوجيا الهاتف المحمول حولت الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات، كما وافق تماماً (75) فرداً وبنسبة (37.5%) على ذلك، وكان هناك (21) فرداً وبنسبة (10.5%) محايدون، في حين لم يوافق (7) فرداً وبنسبة (3.5%) على ذلك، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

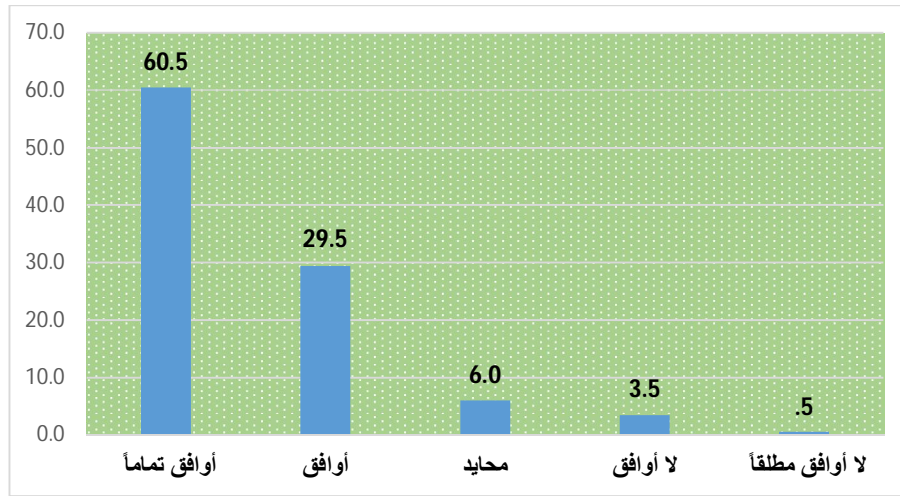
العبرة الرابعة : يمكن عن طريق الهاتف المحمول الاطلاع على أحدث الدراسات والكتب العلمية في جميع المجالات .

جدول رقم (25) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	121	60.5
وافق	59	29.5
محايد	12	6.0
لا أوافق	7	3.5
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (24) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (25) والشكل (24) أن (121) من عينة البحث وبنسبة (60.5%) وافقوا تماماً على أنه عن طريق الهاتف المحمول يمكن الاطلاع على أحدث الدراسات والكتب العلمية في جميع المجالات ، كما وافق (59) فرداً وبنسبة (29.5%) على ذلك ، وكان هناك (12) فرداً وبنسبة (6%) محايدون ، في حين لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك ، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

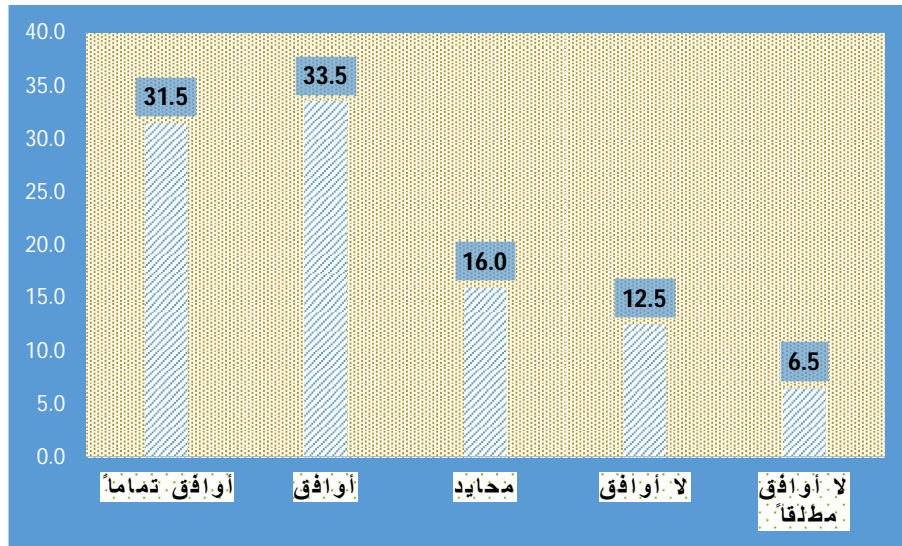
العبارة الخامسة : ساعد انتشار الهاتف المحمول على زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب .

جدول رقم (26) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	63	31.5
وافق	67	33.5
محايد	32	16.0
لا أوافق	25	12.5
لا أوافق مطلقاً	13	6.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (25) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (26) والشكل (25) أن (67) من عينة البحث وبنسبة (33.5%) وافقوا على أن انتشار الهاتف المحمول ساعد على زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب ، كما وافق تماماً (63) فرداً وبنسبة (31.5%) على ذلك ، وكان هناك (32) فرداً وبنسبة (16%) محايدون ، في حين لم يوافق (25) فرداً وبنسبة (12.5%) على ذلك ، كما أن (13) من الأفراد وبنسبة (6.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

المحور الخامس : هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام .

العبارة الأولى : يسهم الهاتف المحمول في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ومع أساتذتهم .

جدول رقم (27) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	85	42.5
أوافق	88	44.0
محايد	20	10.0
لا أوافق	7	3.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (26) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (27) والشكل (26) أن (88) من عينة البحث وبنسبة (44%) وافقوا على أن الهاتف المحمول يسهم في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ، كما وافق تماماً (85) فرداً وبنسبة (42.5%) على ذلك ، وكان هناك (20) فرداً وبنسبة (10%) محايدون ، في حين لم يوافق (3) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك .

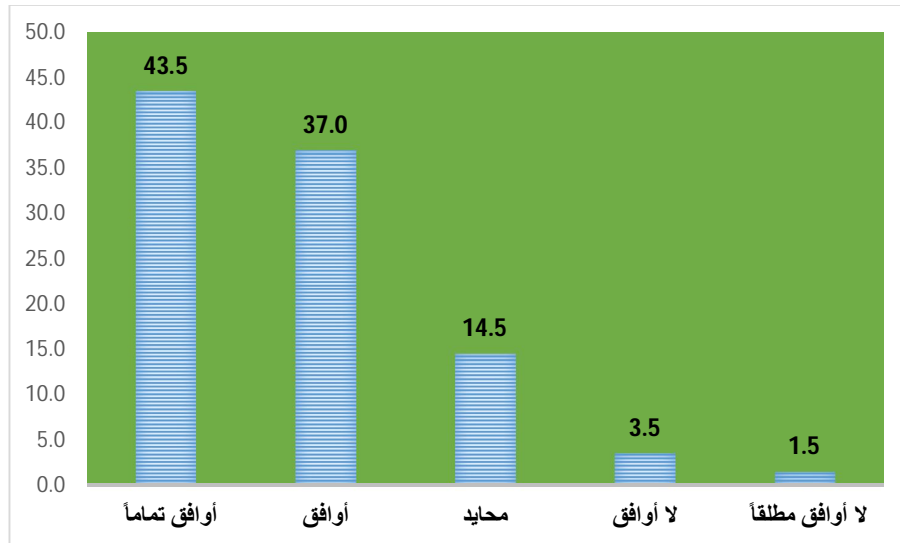
العبرة الثانية يؤثر الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة على المستوى الدراسي للطلاب سلباً .

جدول رقم (28) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	87	43.5
أوافق	74	37.0
محايد	29	14.5
لا أوافق	7	3.5
؟ أوافق مطلقاً	3	1.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (27) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (28) والشكل (27) أن (87) من عينة البحث وبنسبة (43.5%) وافقوا تماماً على أن الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة يؤثر على المستوى الدراسي للطلاب سلباً ، كما وافق (74) فرداً وبنسبة (37%) على ذلك ، وكان هناك (29) فرداً وبنسبة (14.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (3.5%) على ذلك ، كما أن (3) من الأفراد وبنسبة (1.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

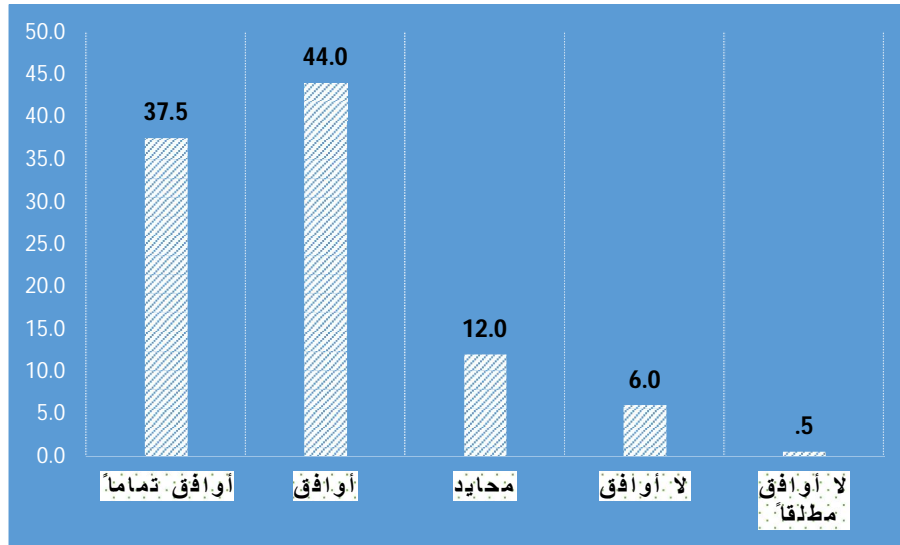
العبرة الثالثة : سهل استخدام الهاتف المحمول عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية.

جدول رقم (29) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	75	37.5
وافق	88	44.0
محايد	24	12.0
لا أوافق	12	6.0
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (28) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (29) والشكل (28) أن (88) من عينة البحث وبنسبة (44%) وافقوا على أن استخدام الهاتف المحمول سهل عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية ، كما وافق تماماً (75) فرداً وبنسبة (37.5%) على ذلك ، وكان هناك (24) فرداً وبنسبة (12%) محايدون ، في حين لم يوافق (12) فرداً وبنسبة (6%) على ذلك ، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك .

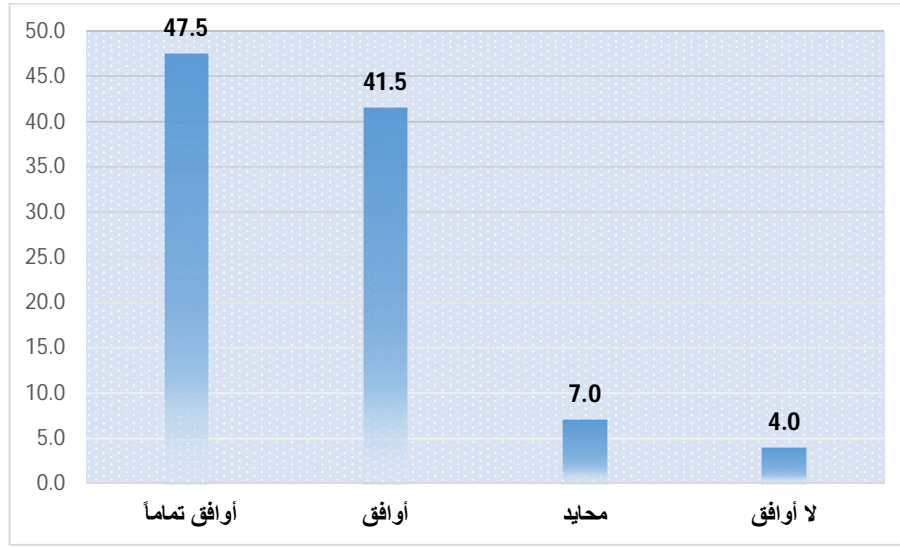
العبرة الرابعة : يعتبر الهاتف المحمول مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى .

جدول رقم (30) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	95	47.5
وافق	83	41.5
محايد	14	7.0
لا أوافق	8	4.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (29) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (30) والشكل (29) أن (95) من عينة البحث وبنسبة (47.5%) وافقوا تماماً على أن الهاتف المحمول يعتبر مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى، كما وافق (83) فرداً وبنسبة (41.5%) على ذلك ، وكان هناك (14) فرداً وبنسبة (7%) محايدون ، في حين لم يوافق (8) أفراد وبنسبة (4%) على ذلك .

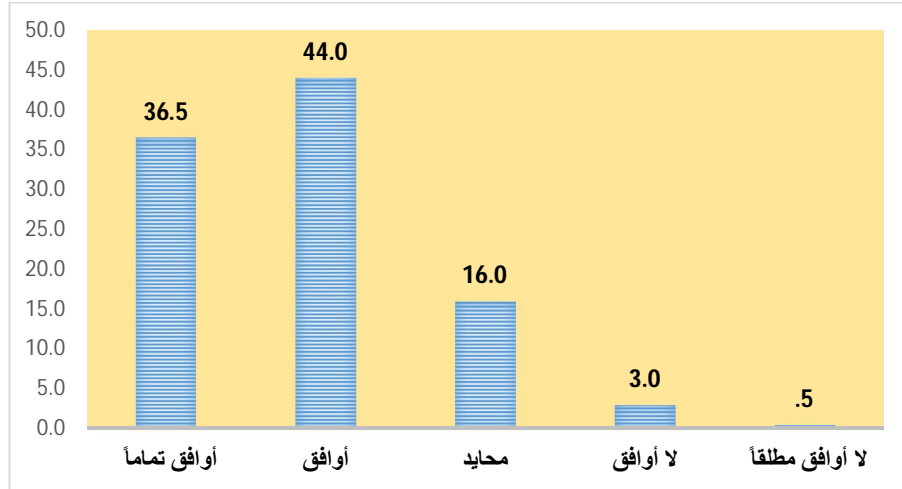
العبرة الخامسة : يساعء الهاتف المحمول المعلمين على إضافة معلومات إضافية تعززية وتوضيحية عن المادة الدراسية .

ءءول رقم (31) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	73	36.5
أوافق	88	44.0
محايد	32	16.0
لا أوافق	6	3.0
لا أوافق مطلقاً	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إءءاء الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (30) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة



المصدر : إءءاء الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجءول (31) والشكل (30) أن (88) من عينة البحث وبنسبة (44%) وافقوا على أن استخدام الهاتف المحمول يساعء المعلمين على إضافة معلومات إضافية تعززية وتوضيحية عن المادة الدراسية ، كما وافق تماماً (73) فرداً وبنسبة (36.5%) على ذلك ، وكان هناك (32) فرداً وبنسبة (16%) محايدون ، في حين لم يوافق (6) فرداً وبنسبة (3%) على ذلك ، كما أن (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) لم يوافق مطلقاً على ذلك.

المحور السادس : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه .

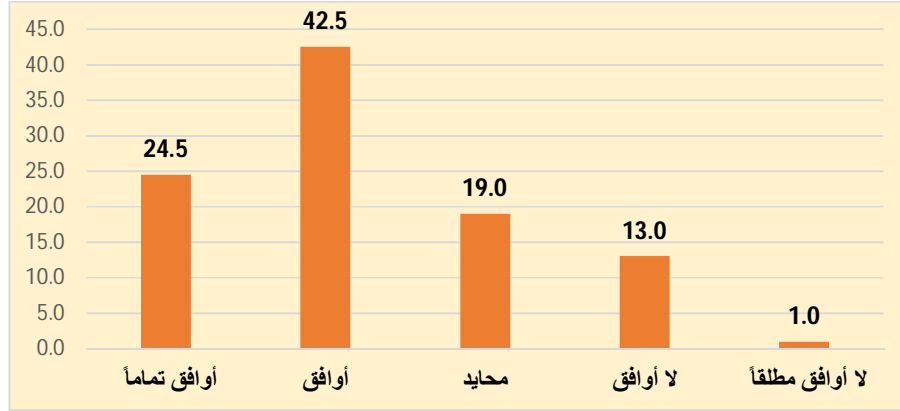
العبارة الأولى : يستخدم للتسلية .

جدول رقم (32) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	49	24.5
وافق	85	42.5
محايد	38	19.0
لا أوافق	26	13.0
لا أوافق مطلقاً	2	1.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (31) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (32) والشكل (31) أن (85) من عينة البحث وبنسبة (42%) وافقوا على أن الهاتف المحمول يستخدم للتسلية ، كما وافق تماماً (49) فرداً وبنسبة (24.5%) على ذلك ، وكان هناك (38) فرداً وبنسبة (19%) محايدون ، في حين لم يوافق (26) فرداً وبنسبة (13%) على ذلك ، كما أن (2) من الأفراد وبنسبة (1%) لم يوافق مطلقاً على ذلك.

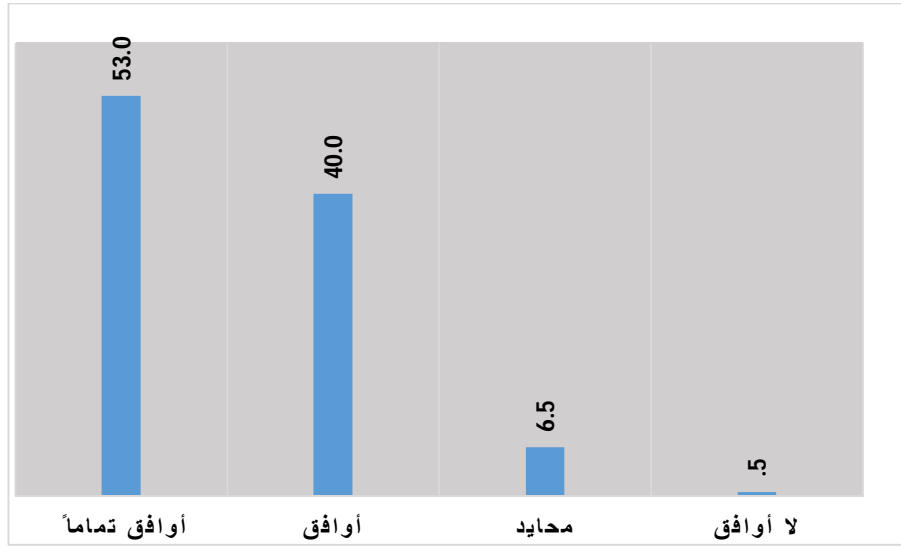
العبرة الثانية : يستخدم للتواصل .

جدول رقم (33) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	106	53.0
أوافق	80	40.0
محايد	13	6.5
لا أوافق	1	.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (32) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (33) والشكل (32) أن (106) من عينة البحث وبنسبة (53%) وافقوا تماماً على أن الهاتف المحمول يستخدم للتواصل ، كما وافق (80) فرداً وبنسبة (41%) على ذلك ، وكان هناك (13) فرداً وبنسبة (6.5%) محايدون ، في حين لم يوافق (1) من الأفراد وبنسبة (0.5%) على ذلك .

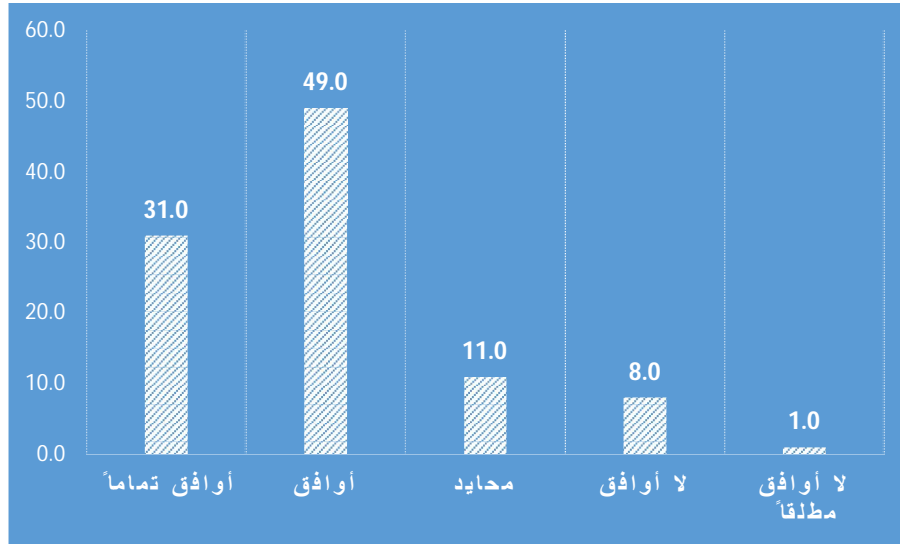
العبرة الثالثة : يستخدم كاحتياج اجتماعي .

جدول رقم (34) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	62	31.0
أوافق	98	49.0
محايد	22	11.0
لا أوافق	16	8.0
لا أوافق مطلقاً	2	1.0
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (33) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الثالثة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (34) والشكل (33) أن (98) من عينة البحث وبنسبة (49%) وافقوا على أن الهاتف المحمول يستخدم كاحتياج اجتماعي ، كما وافق تماماً (62) فرداً وبنسبة (31%) على ذلك ، وكان هناك (22) فرداً وبنسبة (11%) محايدون ، في حين لم يوافق (16) فرداً وبنسبة (8%) على ذلك ، كما أن (2) من الأفراد وبنسبة (1%) لم يوافق مطلقاً على ذلك.

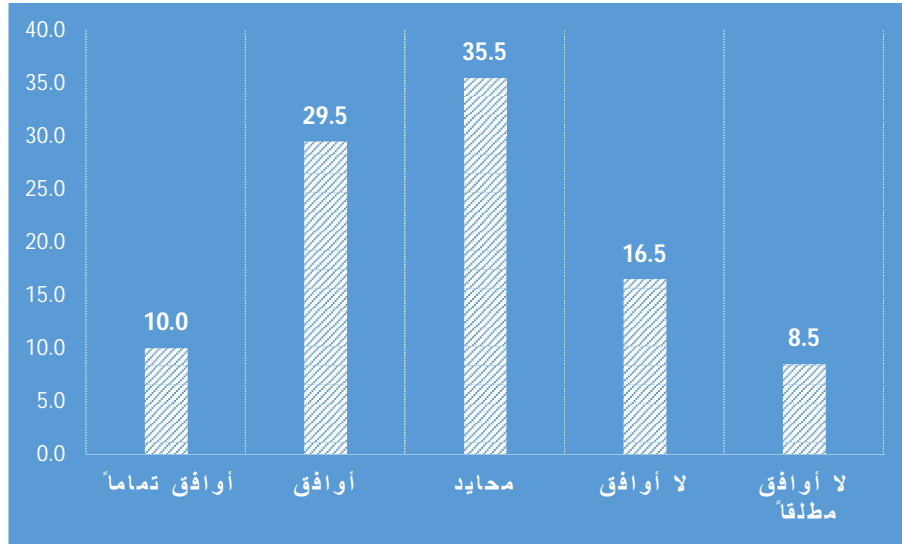
العبرة الرابعة : يستخدم لغرض سياسي .

جدول رقم (35) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الرابعة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	20	10.0
أوافق	59	29.5
محايد	71	35.5
لا أوافق	33	16.5
لا أوافق مطلقاً	17	8.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (34) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (35) والشكل (34) أن (71) من عينة البحث وبنسبة (35.5%) كانوا محايدون عند الاجابة على سؤال أن الهاتف المحمول يستخدم بغرض سياسي ، كما وافق (73) فرداً وبنسبة (29.5%) على ذلك ، وكان هناك (33) فرداً وبنسبة (16.5%) لم يوافقوا على ذلك ، في حين أن (20) فرداً وبنسبة (10%) وافق تماماً على ذلك ، كما أن (17) من الأفراد وبنسبة (8.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك.

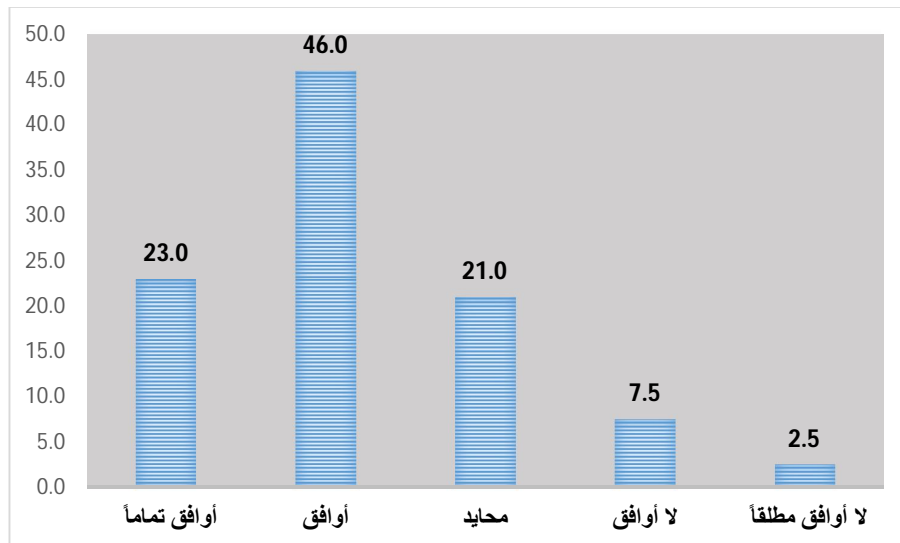
العبرة الخامسة : يستخدم لاهتمام أكاديمي .

جدول رقم (36) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
وافق تماماً	46	23.0
أوافق	92	46.0
محايد	42	21.0
لا أوافق	15	7.5
لا أوافق مطلقاً	5	2.5
المجموع	200	100.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (35) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على العبرة الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (36) والشكل (35) أن (92) من عينة البحث وبنسبة (46%) وافقوا على أن الهاتف المحمول يستخدم لاهتمام أكاديمي ، كما وافق تماماً (46) فرداً وبنسبة (23%) على ذلك ، وكان هناك (42) فرداً وبنسبة (21%) محايدون ، في حين لم يوافق (15) فرداً وبنسبة (7.5%) على ذلك ، كما أن (5) من الأفراد وبنسبة (2.5%) لم يوافقوا مطلقاً على ذلك .

ثالثاً : اختبار فرضيات البحث

للإجابة على تساؤلات البحث والتحقق من فرضياته سيتم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبانة والتي تبين آراء عينة البحث بخصوص دور الاتصال الرقمي في تثقيف الجمهور بالتطبيق على الهاتف المحمول ، تم استخدام اختبار مربع كاي لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة البحث على عبارات كل فرضية من فرضيات البحث .

1 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى :

تنص الفرضية الأولى من فرضيات البحث على الآتي :

" توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه "

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي :-

جدول رقم (37) الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية الأولى

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق ماماً	1	يساعد الهاتف المحمول على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين	1
أوافق	2	الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية	2
أوافق	2	هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد	3
أوافق	2	أثر استخدام الهاتف المحمول على التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه وغياب الموانسة الاجتماعية	4
أوافق تماماً	1	الاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على اعتبار أن الهاتف المحمول يساعد على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول و عملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن استخدام الهاتف المحمول أثر على التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه وغياب الموانسة الاجتماعية .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على أن الاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع .
- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (7) إلى (11) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الأولى ، والجدول (38) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات :

جدول رقم (38) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الأولى

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي	العبارات	
.0000	4	270.850	يساعد الهاتف المحمول على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين	1
.0000	4	111.550	الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية	2
.0000	4	96.100	هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد	3
.0000	4	162.400	أثر استخدام الهاتف المحمول على التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه وغياب المؤنسة الاجتماعية	4
.0000	4	207.750	لاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً بمنعزلاً عن المجتمع	5

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي :

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبرة الأولى (270.850) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (38) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن الهاتف المحمول يساعد على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبرة الثانية (111.550) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (38) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول أحد أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبرة الثالثة (96.100) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (38) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن هناك علاقة بين استخدام الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (162.400) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (38) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول أثر على التفاعلات الاجتماعية وجهاً لوجه وغياب المؤانسة الاجتماعية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الخامسة (207.750) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (38) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن الاستخدام المفرط لأجهزة الهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع .

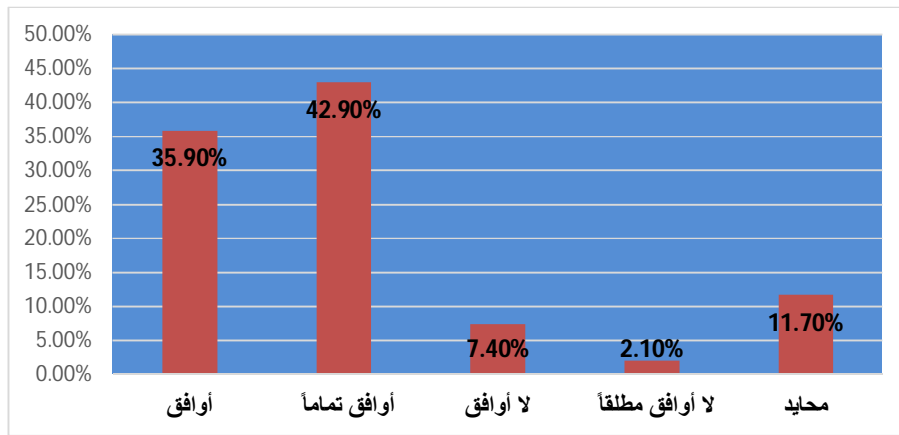
يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث الأولى لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية الأولى عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابةً هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية الأولى ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية الأولى بالجدول (39) والشكل (36) :

جدول رقم (39) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الأولى

النسبة المئوية	العدد	الفئات
35.90%	359	أوافق
42.90%	429	أوافق تماماً
7.40%	74	لا أوافق
2.10%	21	لا أوافق مطلقاً
11.70%	117	محايد
100.00%	1000	المجموع الكلي

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (36) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الأولى



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (39) والشكل (36) أن عينة البحث تضمنت على (429) إجابة وبنسبة (42.9%) موافقة تماماً على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى ، و(359) إجابة وبنسبة (37.4%) موافقة ، و(117) إجابة وبنسبة (11.7%) محايدة ، و(74) إجابة وبنسبة (7.4%) غير موافقة ، و(21) إجابة وبنسبة (2.1%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سيتنتج الباحث أن فرضية البحث الأولى والتي نصت على أن : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه قد تحققت .

2 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية :

تنص الفرضية الثانية من فرضيات البحث على الآتي :

" هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض "

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي :

جدول (40) الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية الثانية

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق	2	يستخدم بعض الناس الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي	1
أوافق	2	يعتبر البعض امتلاك الهاتف المحمول أحد ضروريات الحياة	2
أوافق	2	يسبب الاستخدام المفرط للهاتف المحمول ما يعرف بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية	3
أوافق	2	تخضع المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول إلى نفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها	4
أوافق تماماً	1	أدى استخدام الهاتف المحمول إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن بعض الناس يستخدمون الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن البعض يعتبر امتلاك الهاتف المحمول أحد ضروريات الحياة .

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن الاستخدام المفرط للهاتف المحمول يسبب ما يعرف بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية.
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول تخضع إلى نفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على أن استخدام الهاتف المحمول أدى إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب .
- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة البحث متفقون على ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (12) إلى (16) أن هنالك أفراداً محايدين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثانية ، والجدول (41) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات :

جدول رقم (41) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية

العبارات	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
----------	---------------	-------------	---------------

0.000	4	140.200	يستخدم بعض الناس الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي
0.000	4	184.550	يعتبر البعض امتلاك الهاتف المحمول أحد ضروريات الحياة
0.000	3	125.560	يسبب الاستخدام المفرط للهاتف المحمول ما يعرف بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية
0.000	4	118.250	تخضع المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول إلى نفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها
0.000	3	151.480	أدى استخدام الهاتف المحمول إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الأولى (140.200) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (41) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن بعض الناس يستخدمون الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث الموافقين تماماً والموافقون على ما جاء بالعبارة الثانية (184.550) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (41) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن البعض يعتبر امتلاك الهاتف المحمول أحد ضروريات الحياة .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث الموافقين تماماً والموافقون على ما جاء بالعبارة الثالثة (125.560) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (41) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن الاستخدام المفرط للهاتف المحمول يسبب ما يعرف بالهوس خاصة الألعاب الإلكترونية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (118.250) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (41) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول تخضع إلى نفسية المرسل ومزاجه مما يؤثر على مصداقيتها .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الخامسة (151.480) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (41) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول أدى إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب .

يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث الثانية لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية الثانية عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابةً هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية الثانية ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية الثانية بالجدول (42) والشكل (37)

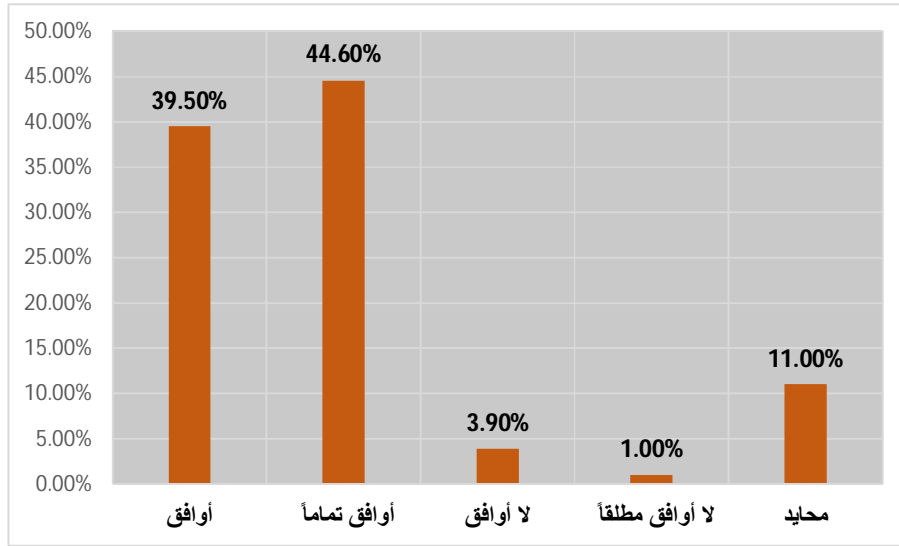
جدول رقم (42) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الثانية

النسبة	العدد	الفئات
--------	-------	--------

39.50%	395	أوافق
44.60%	446	أوافق تماماً
3.90%	39	لا أوافق
1.00%	10	لا أوافق مطلقاً
11.00%	110	محايد
100.00%	1000	المجموع الكلي

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (37) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الثانية



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (42) والشكل(37) أن عينة البحث تضمنت على (446) إجابة وبنسبة (44.6%) موافقة تماماً على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية ، و(395) إجابة وبنسبة (39.5%) موافقة ، و(110) إجابة وبنسبة (11.1%) محايدة ، و(39) إجابة وبنسبة (3.9%) غير موافقة ، و(10) إجابة وبنسبة (1%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سيتنتج الباحث أن فرضية البحث الثانية والتي نصت على أن : **هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض قد تحققت .**

3 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة :

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات البحث على الآتي :

" توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور "

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثالثة ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (43)

الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية الثالثة

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق	2	يؤدي استخدام الهاتف المحمول إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع	1
أوافق ماماً	1	قد يصاب بالانطواء والانعزال من يدمن استخدام الهواتف المحمولة خاصة المراهقين	2
أوافق ماماً	1	ساهمت الهواتف المحمولة في انتشار الاشاعات	3
أوافق	2	يسهم استخدام الهاتف المحمول في ترقية السلوك الحضري للمواطن	4
أوافق	2	ساهمت تكنولوجيا الهاتف المحمول في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول يؤدي إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على اعتبار أنه قد يصاب بالانطواء والانعزال من يدمن استخدام الهواتف المحمولة خاصة المراهقين .

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على أن الهواتف المحمولة ساهمت في انتشار الاشاعات .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن استخدام الهاتف المحمول يسهم في ترقية السلوك الحضري للمواطن .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن تكنولوجيا الهاتف المحمول ساهمت في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية .
- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (17) إلى (21) أن هنالك أفراداً محايدين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثالثة ، والجدول (44) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:

جدول رقم (44) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثالثة

العبارات	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1 يؤدي استخدام الهاتف المحمول إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع	108.000	4	0.000
2 قد يصاب بالانطواء والانعزال من يدمن استخدام الهواتف المحمولة خاصة المراهقين	135.960	3	0.000
3 ساهمت الهواتف المحمولة في انتشار الاشاعات	158.680	3	0.000
4 يسهم استخدام الهاتف المحمول في ترقية السلوك الحضري للمواطن	70.850	4	0.000
5 ساهمت تكنولوجيا الهاتف المحمول في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية	99.640	3	0.000

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الأولى (108.000) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (44) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات

دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول يؤدي إلى زيادة الاغتراب لدى أفراد المجتمع .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثانية (135.960) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (44) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أنه قد يصاب بالانطواء والانعزال من يدمن استخدام الهواتف المحمولة خاصة المراهقين .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثالثة (158.680) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (44) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن الهواتف المحمولة ساهمت في انتشار الإشاعات.

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (70.850) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (44) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول يسهم في ترقية السلوك الحضري للمواطن .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الخامسة (99.640) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (44) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن تكنولوجيا الهاتف المحمول ساهمت في زيادة معدلات الجرائم الإلكترونية .

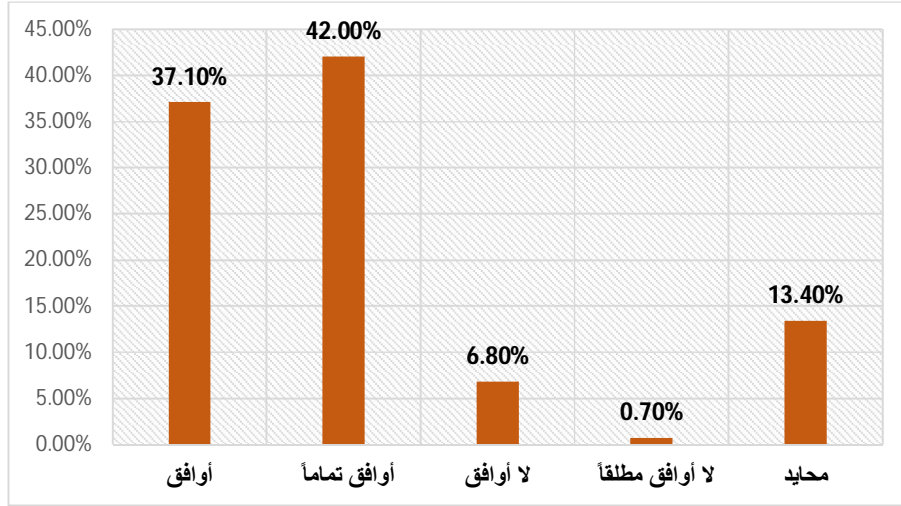
يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث الثالثة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية الثالثة

عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية الثالثة ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية الثالثة بالجدول (45) والشكل (38) :

جدول رقم (45) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الثالثة

النسبة المئوية	العدد	الفئات
37.10%	371	أوافق
42.00%	420	أوافق تماماً
6.80%	68	لا أوافق
0.70%	7	لا أوافق مطلقاً
13.40%	134	محايد
100.00%	1000	المجموع الكلي

شكل رقم (38) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الثالثة



يتبين من الجدول (45) والشكل (38) أن عينة البحث تضمنت على (420) إجابة وبنسبة (42%) موافقة تماماً على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثالثة ، و(371) إجابة وبنسبة (37.1%) موافقة ، و(134) إجابة وبنسبة (16.04%) محايدة ، و(68) إجابة وبنسبة (6.8%) غير موافقة ، و(7) إجابة وبنسبة (0.7%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سيتتج الباحث أن فرضية البحث الثالثة والتي نصت على أن : **توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور** قد تحققت .

4 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة :

تنص الفرضية الرابعة من فرضيات البحث على الآتي :

" هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات المعرفية المكتسبة منه "

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل

عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الرابعة ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث

على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (46) الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية الرابعة

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق	2	تعتبر الهواتف المحمولة من أهم مصادر الحصول على المعلومات للأفراد	1
أوافق	2	ساعد استخدام الهاتف المحمول الأفراد في تسهيل معاملاتهم الإلكترونية	2
أوافق	2	حولت تكنولوجيا الهاتف المحمول الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات	3
أوافق تماماً	1	يمكن عن طريق الهاتف المحمول الاطلاع على أحدث الدراسات والكتب العلمية في جميع المجالات	4
أوافق	2	ساعد انتشار الهاتف المحمول على زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن الهواتف المحمولة تعتبر من أهم مصادر الحصول على المعلومات للأفراد.
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول ساعد الأفراد في تسهيل معاملاتهم الإلكترونية .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن تكنولوجيا الهاتف المحمول حولت الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات.
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على أنه يمكن عن طريق الهاتف المحمول الاطلاع على أحدث الدراسات والكتب العلمية في جميع المجالات .

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن انتشار الهاتف المحمول ساعد على زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب.

- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة البحث متفقون على ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (22) إلى (26) أن هنالك أفراداً محايدين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الرابعة ، والجدول (47) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:

جدول رقم (47) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الرابعة

العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	166.000	4	.0000
2	135.480	3	.0000
3	183.300	4	.0000
4	257.900	4	.0000
5	56.900	4	.0000

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الأولى (166.000) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (47) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن الهواتف المحمولة من أهم مصادر الحصول على المعلومات للأفراد .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثانية (135.840) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (47) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول ساعد الأفراد في تسهيل معاملاتهم الإلكترونية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثالثة (183.300) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (47) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن تكنولوجيا الهاتف المحمول حولت الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (257.900) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (47) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أنه يمكن عن طريق الهاتف المحمول الاطلاع على أحدث الدراسات والكتب العلمية في جميع المجالات .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الخامسة (56.900) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (47) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن انتشار الهاتف المحمول ساعد على زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب .

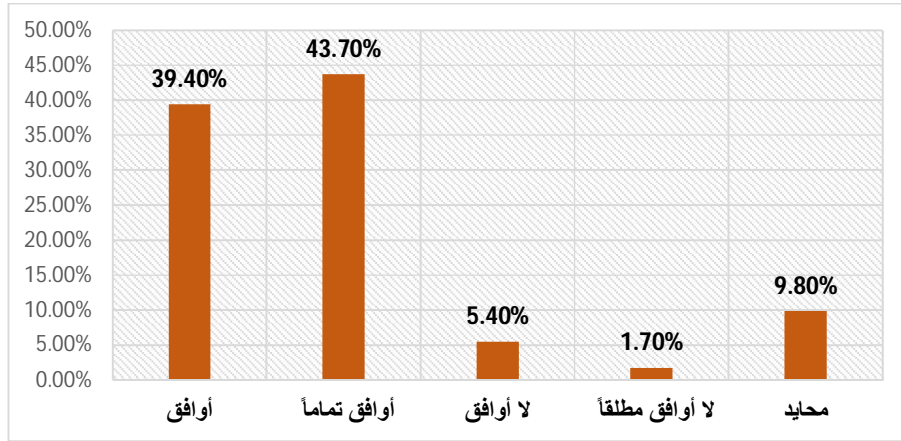
يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث الرابعة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية الرابعة عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية الرابعة ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية الرابعة بالجدول (48) والشكل (39) :

جدول رقم (48) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الرابعة

النسبة المئوية	العدد	الفئات
39.40%	394	أوافق
43.70%	437	وافق تماماً
5.40%	54	لا أوافق
1.70%	17	لا أوافق مطلقاً
9.80%	98	محايد
100.00%	1000	المجموع الكلي

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (39) يوضح التوزيع التكراري لاجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الرابعة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (48) والشكل (39) أن عينة البحث تضمنت على (437) إجابة وبنسبة (43.7%) موافقة تماماً على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الرابعة ، و(394) إجابة وبنسبة (39.4%) موافقة ، و(98) إجابة وبنسبة (9.8%) محايدة ، و(54) إجابة وبنسبة (5.4%) غير موافقة ، و(17) إجابة وبنسبة (1.7%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سيبتنتج الباحث أن فرضية البحث الرابعة والتي نصت على أن : هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات المعرفية المكتسبة منه قد تحققت .

5 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية الخامسة :

تنص الفرضية الخامسة من فرضيات البحث على الآتي :

" هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام"

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الخامسة ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث

على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (49) الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية الخامسة

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق	2	يسهم الهاتف المحمول في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ومع أساتذتهم	1
أوافق	2	يؤثر الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة على المستوى الدراسي للطلاب سلباً	2
أوافق	2	سهل استخدام الهاتف المحمول عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية	3
أوافق	2	يعتبر الهاتف المحمول مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى	4
أوافق	2	يساعد الهاتف المحمول المعلمين من إضافة معلومات إضافية تعزيزية وتوضيحية عن المادة الدراسية	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول يسهم في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ومع أساتذتهم.
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة يؤثر على المستوى الدراسي للطلاب سلباً .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن استخدام الهاتف المحمول سهل عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية .
- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن الهاتف المحمول يعتبر مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى .

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن الهاتف المحمول يساعد المعلمين على إضافة معلومات إضافية تعزيزية وتوضيحية عن المادة الدراسية .
- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة البحث متفقون على ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (27) إلى (31) أن هنالك أفراداً محايدين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الخامسة ، والجدول (50) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات :

جدول رقم (50) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الخامسة

العبارات	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1 يسهم الهاتف المحمول في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ومع أساتذتهم	108.360	3	.0000
2 يؤثر الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة على المستوى الدراسي لطلاب سلباً	148.600	4	.0000
3 سهل استخدام الهاتف المحمول عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية	152.250	4	.0000
4 يعتبر الهاتف المحمول مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى	123.480	3	.0000
5 يساعد الهاتف المحمول المعلمين من إضافة معلومات إضافية تعزيزية وتوضيحية عن المادة الدراسية	153.350	4	.0000

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الأولى (108.360) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول يسهم في زيادة التواصل بين الطلاب بعضهم البعض ومع أساتذتهم .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثانية (148.600) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن الاستخدام المستمر للهواتف المحمولة يؤثر على المستوى الدراسي للطلاب سلباً .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الثالثة (152.250) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن استخدام الهاتف المحمول سهل عملية التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (123.480) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول يعتبر مكتبة إلكترونية صغيرة الحجم كبيرة المحتوى .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الخامسة (153.350) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها

أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً والموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول المعلمين من إضافة معلومات إضافية تعزيزية وتوضيحية عن المادة الدراسية .

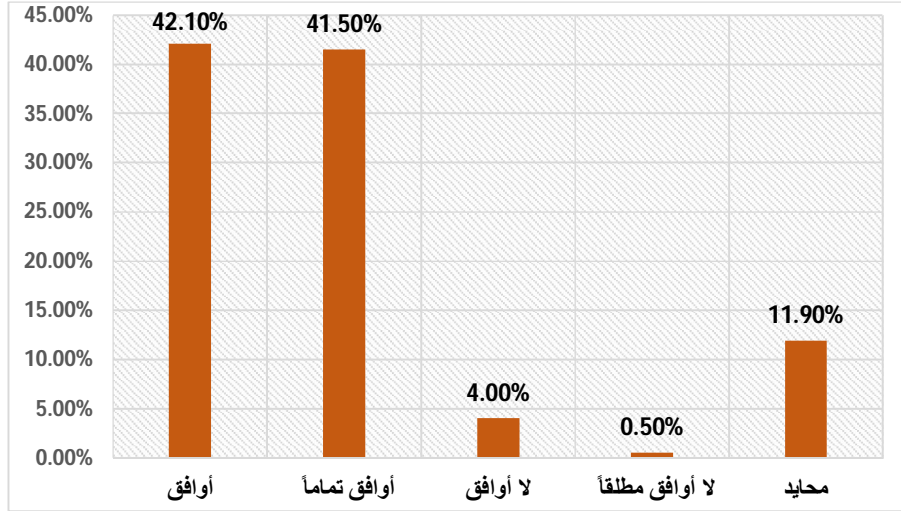
يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث الخامسة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية الخامسة عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية الخامسة ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية الخامسة بالجدول (51) والشكل (40) :

جدول رقم (51) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الخامسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
أوافق	421	42.10%
أوافق تماماً	415	41.50%
لا أوافق	40	4.00%
لا أوافق مطلقاً	5	0.50%
محايد	119	11.90%
المجموع الكلي	1000	100.00%

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (40) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية الخامسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (51) والشكل (40) أن عينة البحث تضمنت على (421) إجابة وبنسبة (42.1%) موافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الخامسة ، و(415) إجابة وبنسبة (41.5%) موافقة تماماً ، و(119) إجابة وبنسبة (11.9%) محايدة ، و(40) إجابة وبنسبة (4%) غير موافقة ، و(5) إجابة وبنسبة (0.5%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سينتج الباحث أن فرضية البحث الخامسة والتي نصت على أن : **هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام قد تحققت .**

6 - عرض ومناقشة نتائج الفرضية السادسة :

تنص الفرضية السادسة من فرضيات البحث على الآتي :

" توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه"

وللتحقق من صحة هذه الفرضية ، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية السادسة ، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة ، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (52) الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الفرضية السادسة

التفسير	الوسيط	العبارات	
أوافق	2	يستخدم للتسلية	1
أوافق ماماً	1	يستخدم للتواصل	2
أوافق	2	يستخدم كاحتياج اجتماعي	3
محايد	3	يستخدم لغرض سياسي	4
أوافق	2	يستخدم لاهتمام أكاديمي	5
أوافق	2	جميع العبارات	

- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الأولى (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول يستخدم للتسلية .
 - بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثانية (1) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين تماماً على اعتبار أن الهاتف المحمول يستخدم للتواصل .
 - بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الثالثة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن الهاتف المحمول يستخدم كاحتياج اجتماعي .
 - بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الرابعة (3) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة محايدون في اجاباتهم على اعتبار أن الهاتف المحمول من الممكن أن يستخدم لغرض سياسي .
 - بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة البحث على العبارة الخامسة (2) ، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على أن الهاتف المحمول يستخدم لاهتمام أكاديمي .
- إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة البحث محايدون في ذلك ، حيث أنه وكما ورد في الجداول من (32) إلى (36) أن هنالك أفراداً موافقين تماماً أو موافقين أو غير موافقين أو غير موافقين مطلقاً على ذلك ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات

على كل عبارة من عبارات الفرضية السادسة ، والجدول (53) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات :

جدول رقم (53) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية السادسة

العبارات	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1 يستخدم للتسلية	93.750	4	.0000
2 يستخدم للتواصل	156.120	3	.0000
3 يستخدم كاحتياج اجتماعي	154.800	4	.0000
4 يستخدم لغرض سياسي	57.500	4	.0000
5 يستخدم لاهتمام أكاديمي	114.850	4	.0000

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الأولى (93.750) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (53) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن يستخدم للتسلية .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (156.120) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (50) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين تماماً على اعتبار أن الهاتف المحمول يستخدم للتواصل .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (157.800) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (53) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول كاحتياج اجتماعي .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (57.500) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (53) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المحايدون على اعتبار أن الهاتف المحمول يستخدم لغرض سياسي .

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة البحث على ما جاء بالعبارة الرابعة (114.850) وبمستوى دلالة (0.000) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) ، واعتماداً على ما ورد في الجدول (53) ، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على اعتبار أن الهاتف المحمول يستخدم لاهتمام أكاديمي.

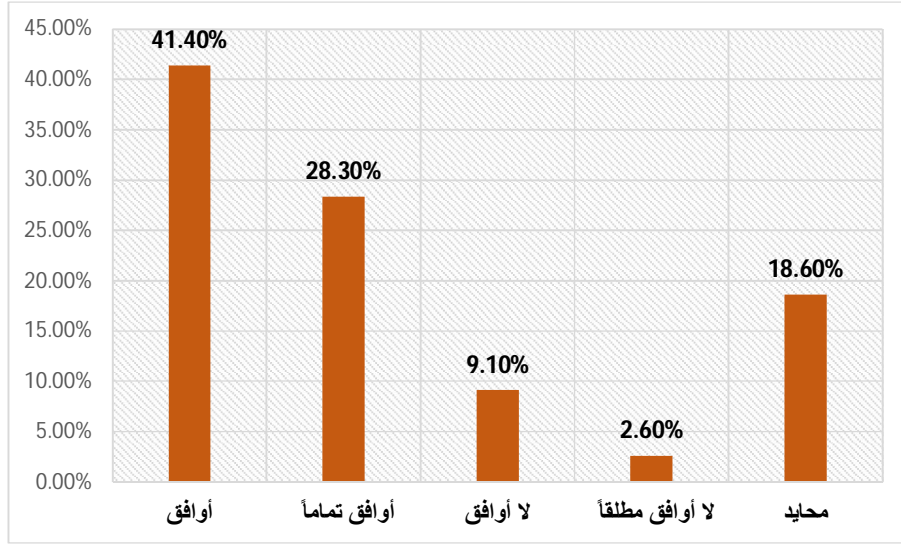
يُلاحظ الباحث مما تقدم تحقق فرضية البحث السادسة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها ، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات وحيث أن عبارات الفرضية السادسة عددها (5) عبارات وعلى كل منها هناك (200) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة البحث على جميع عبارات الفرضية السادسة ستكون (1000) إجابة ، ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة البحث على العبارات الخاصة بالفرضية السادسة بالجدول (54) والشكل (41) :

جدول رقم (54) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية السادسة

الفئات	العدد	النسبة المئوية
أوافق	414	41.40%
وافق تماماً	283	28.30%
لا أوافق	91	9.10%
لا أوافق مطلقاً	26	2.60%
محايد	186	18.60%
المجموع الكلي	1000	100.00%

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

شكل رقم (41) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة البحث على الفرضية السادسة



المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2017

يتبين من الجدول (54) والشكل (41) أن عينة البحث تضمنت على (414) إجابة وبنسبة (41.4%) موافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية السادسة ، و(283) إجابة وبنسبة (28.3%) موافقة تماماً ، و(186) إجابة وبنسبة (18.6%) محايدة ، و(91) إجابة وبنسبة (9.1%) غير موافقة ، و(26) إجابة وبنسبة (2.6%) غير موافقة تماماً على ذلك ، مما تقدم سيستنتج الباحث أن فرضية البحث السادسة والتي نصت على أن : **توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه قد تحققت .**

ويمكن تلخيص نتائج تحقق فرضيات الدراسة الثلاثة بالجدول (55) أدناه :

الجدول (55) ملخص نتائج تحقق فرضيات الدراسة

مستوى الدلالة	قيمة مربع كاي	الفرضيات	
0.000	662.640	توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامه	1
0.000	840.470	هناك علاقة ارتباطية سالبة بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض	2
0.000	683.350	توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض للهاتف المحمول والتأثيرات السلوكية للجمهور	3

0.000	795.070	4	هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والتأثيرات المعرفية المكتسبة منه
0.000	826.260	5	هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام الهاتف المحمول والفائدة التعليمية من هذا الاستخدام
0.000	475.190	6	توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الهاتف المحمول والغرض من استخدامه

يتبين من الجدول (54) وبعد حساب قيم اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات أفراد عينة البحث على العبارات المتعلقة بجميع فرضيات البحث أن فرضية البحث الثانية تحققت بالمرتبة الأولى اعتماداً على أكبر قيمة لمربع كاي البالغة (840.470) ، يليها تحققت الفرضية الخامسة بالمرتبة الثانية اعتماداً على أكبر ثاني قيمة لاختبار مربع كاي البالغة (826.260) ، وتحقق الفرضية الرابعة بالمرتبة الثالثة اعتماداً على ثالث أكبر قيمة لمربع كاي البالغة (795.070) ، كما تحققت الفرضية الثالثة بالمرتبة الرابعة اعتماداً على رابع أكبر قيمة لمربع كاي البالغة (683.350)، كما تحققت الفرضية الأولى بالمرتبة الخامسة اعتماداً على خامس أكبر قيمة لمربع كاي البالغة (662.640) ، وأخيراً تحققت الفرضية السادسة بالمرتبة السادسة اعتماداً على سادس أكبر قيمة لمربع كاي البالغة (475.190) .

الاسئلة المفتوحة :-

إحتوت صحيفة الإستبيان على بعض الاسئلة المفتوحة التي تتيح للمبحوث تقديم بعض الآراء والاقتراحات التي يرى أنها ستساهم في معالجة المشكلة المطروحة وحدد الباحث سؤالين هما :-

السؤال الأول : مارأيك في تأثير الهاتف المحمول على تثقيف الجمهور عموماً ؟

عند تفريغ الاستبانة وجد الباحث أن معظم إجابات المبحوثين على هذا السؤال تمحورت

في الآتي :-

- 1 - سيسهل الحصول على المعلومات بصورة أكبر .
- 2 - أدى إلى رفع المستوى الثقافي لدى المجتمع .
- 3 - أثر كثيراً على المستوى الثقافي للمجتمع ، خاصة الشباب .
- 4 - لا غنى عن الهاتف المحمول في الوقت الراهن لأنه يمثل وسيلة ثقافية ومعرفية مهمة .
- 5 - أثر الهاتف المحمول تأثير سلبي على المجتمع من خلال نشر الشائعات .
- 6 - أدى الاستخدام المكثف للهاتف المحمول لدخول ثقافات جديدة على المجتمع منها الايجابي ومنها السلبي .
- 7 - سهل استخدام الهاتف المحمول من المعاملات والخدمات الالكترونية ووفر المزيد من الوقت والجهد والمال .
- 8 - المواد التي تعرض عبر الهاتف المحمول لها تأثير كبير على المتلقي ، خاصة تلك المواد المصحوبة بالصوت والصورة .
- 9 - ربط الهاتف المحمول المناطق البعيدة بالمناطق الحضرية ، وأصبحت المعلومات تصل لتلك المناطق بسهولة ويسر وسرعة .
- 10 - الهاتف المحمول مفيد جداً لشريحة الطلاب ومكنهم من الحصول على المعلومات العلمية ، وكذلك أسهم في تثقيفهم بصورة كبيرة .

السؤال الثاني : ما مقترحاتك للاستفادة من تكنولوجيا الهاتف المحمول فب عملية التثقيف مستقبلاً ؟

عند تفريغ الاستبانة وجد الباحث أن معظم إجابات المبحوثين على هذا السؤال تمحورت

في الآتي :-

1 - من الممكن استخدامه في توعية الجمهور لترقية السلوك الحضري .

2 - تصميم تطبيقات عبر المحمول للارشاد والتوجيه .

- 3 - يمكن عبر الهاتف المحمول ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي توعية الأفراد بتحسين السلوك البيئي لديهم .
- 4 -أصبح التثقيف بكافة أنواعه وأشكاله عن طريق الهاتف المحمول واقعاً معاشاً لا بد من التعامل الايجابي مع هذا الواقع لخدمة المجتمع .
- 5 - يكن أن يستخدم الهاتف المحمول في التثقيف وذلك بوضع كل ما يراد تثقيف الجمهور به في شكل تطبيقات على الهاتف ليسهل الوصول إليها .
- 6 - وضع برامج تثقيفيه جاذبه للجمهور من خلال استخدام تقنيات الهاتف المحمول الحديثة .
- 7 - يمكن أن يسهم في عملية التعليم عن بعد بالنسبة للموظفين والعاملين الغير متفرغين .
- 8 - اصدار تطبيقات تثقيفيه عن البيئة والثقافة العامة والعلوم وغيرها .
- 9 - يمكن عن طريق الهاتف المحمول زيادة وعي المستخدم من خلال توعيته بالاستخدام الأمثل للهاتف المحمول أولاً ومن ثم الاستعادة منه في عمليات التثقيف الأخرى .
- 10 - تحسين شبكات الهاتف المحمول وخاصة خدمة البيانات لتغطية كافة انحاء السودان ، ومن ثم استخدام هذه الشبكات في توعية وتثقيف الجمهور .

رابعاً : الخاتمة :-

بعد أن قام الباحث بإجراء البحث وبعد تحليل كافة البيانات التي حاول من خلالها الإجابة على كل التساؤلات الواردة في بداية البحث والتي تصب كلها في أثر الاتصال الرقمي ككل والهاتف المحمول على وجه الخصوص في تثقيف الجمهور يمكن تلخيص كل هذا في الآتي :-

أولاً الايجابيات : نجد أن من ايجابيات استخدام الهاتف المحمول أنه أدى إلى تثقيف الجمهور في عدة جوانب منها أنه ساعد على التوعية بالمخاطر البيئية ورفع الوعي البيئي للجمهور من خلال الاهتمام بالنظافة العامة وترقية السلوك الحضري ، كما أسهم استخدام الهاتف المحمول في تمكين الأفراد من انجاز بعض المعاملات الحكومية عن بعد من خلال تطبيقات تتوفر خصيصاً لهذا الغرض ، كما سهل الهاتف المحمول من عملية انجاز المعاملات البنكية من خلال تمكن الفرد

من التعامل مع رصيدة البنكي في أي وقت وتحويل واستلام المبالغ المالية وكذلك خدمات الكشف عن الرصيد والعديد من الخدمات الأخرى ، كما ساعد الهاتف المحمول الطلاب والباحثين في عملية الحصول على المعلومات بالسرعة المطلوبة ، هذا بالإضافة إلى مساعدته في عملية الاتصال والتواصل بين الأفراد وكذلك الخدمات الترفيهية التي يقدمها من خلال الألعاب الالكترونية وغيرها .

ثانياً السلبيات : نجد أن من أهم سلبيات الهاتف المحمول أنه ساعد على انتشار الشائعات ونقل الأخبار الكاذبة والمغلوبة الأمر الذي يؤدي إلى زعزعة الرأي العام وكذلك ساهم في تفكك الكثير من الأسر من خلال هذه الشائعات ، كما أثر الهاتف المحمول على سلوكيات المجتمع خاصة الشباب .

خامساً : عرض النتائج

بعد أن قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية وتحليل الاستبانة بجميع محاورها وفرضياتها توصل الباحث الي عدة نتائج من خلال هذا البحث وتمثلت نتائج البحث في الآتي :-

المحور الأول : التأثيرات الاجتماعية للهاتف المحمول :-

1 - أثبت البحث أن الهاتف المحمول يسهم في تطوير مهارات التواصل الاجتماعي مع الآخرين بصورة كبيرة .

2 - أثبت البحث أن الهاتف المحمول هو أحد أهم أسباب ظهور المشكلات الاجتماعية .

3 - اتضح من خلال البحث أن هناك علاقة بين امتلاك الهاتف المحمول وعملية التمايز الاجتماعي بين الأفراد .

4 - أكد البحث أن استخدام الهاتف المحمول أدى إلى غياب التفاعلات الاجتماعية الشخصية وجهاً لوجه .

5 - اتضح من خلال البحث أن الاستخدام المفرط للهاتف المحمول يجعل الشخص انطوائياً ومنعزلاً عن المجتمع .

المحور الثاني : التأثيرات النفسية للهاتف المحمول :-

1 - أثبت البحث أن بعض الأشخاص يستخدمون الهاتف المحمول للمباهاة وللدلالة على الرفاهية والمستوى الاجتماعي .

2 - أكد البحث أن بعض الأشخاص يعتبرون أن امتلاك الهاتف المحمول أصبح أحد ضروريات الحياة .

3 - اتضح من خلال البحث أن استخدام الهاتف المحمول يسبب الادمان خاصة ادمان الألعاب الالكترونية .

4 - اتضح من خلال البحث أن معظم المعلومات التي تأتي عبر تطبيقات الهاتف المحمول ذات مصداقية ضعيفة وتخضع لنفسية المرسل ومزاجه .

5 - أثبت البحث أن تطور تقنيات الهاتف المحمول أدى إلى ظهور ثقافة الرسائل المحمولة بدل الاتصال الهاتفي خاصة بين الشباب .

المحور الثالث : التأثيرات السلوكية للهاتف المحمول :-

1 - أتضح من خلال البحث أن استخدام الهاتف المحمول زاد من عملية الاغتراب لدى المجتمع.

2 - أثبت البحث أن ادمان استخدام الهواتف المحمولة يؤدي إلى العزلة والانطواء خاصة بين المراهقين .

- 3 - اتضح من خلال البحث أن الهواتف المحمولة ساهمت في انتشار الشائعات بصورة كبيرة .
- 4 - أثبت البحث أن استخدام الهاتف المحمول أسهم في زيادة وعي الجمهور بالقضايا الراهنة وترقية سلوكه الحضري .
- 5 - أثبت البحث أن تطبيقات الهاتف المحمول ساعدت على ارتكاب عمليات الاحتيال والجرائم الالكترونية .

المحور الرابع : التأثيرات المعرفية للهاتف المحمول :-

- 1 - اتضح من خلال البحث أن الهواتف المحمولة أصبحت من أهم الوسائل التي يتم من خلالها الحصول على المعلومات والاستفادة منها .
- 2 - اتضح من خلال البحث أن استخدام الهاتف المحمول أدى إلى تطوير ثقافة المعاملات الالكترونية بالنسبة للأفراد .
- 3 - أكد البحث أن الهاتف المحمول حول الأفراد العاديين إلى مصادر للأخبار والمعلومات من خلال استخدام تقنيات الهاتف للحصول على المعلومات ومن ثم إرسالها .
- 4 - أثبت البحث أن الهاتف المحمول ساعد في عملية الاطلاع الرسائل العلمية والكتب في جميع المجالات العلمية .
- 5 - اتضح من خلال البحث أن تطبيقات الهاتف المحمول أسهمت في زيادة نسب القراءة والمطالعة خاصة بين الشباب .

المحور الخامس : أثر استخدام الهاتف المحمول على العملية التعليمية :-

- 1 - أثبت البحث أن الهاتف المحمول أسهم في زيادة التواصل العلمي بين الأساتذة والطلاب بصورة كبيرة .
- 2 - كما أثبت البحث أن الاستخدام السلبي والمفرط للهاتف المحمول يؤثر على التحصيل الأكاديمي سلباً .

3 - اتضح من خلال البحث أن تطبيقات الهاتف المحمول سهلت من عمليات التعليم عن بعد بالنسبة للطلاب وللمؤسسات التعليمية .

4 - أكد البحث أن الهاتف المحمول يمكن استخدامه كمكتبه إلكترونية صغيرة الحجم والاستخدام ، كبيرة المحتوى .

5 - أثبت البحث أن تكنولوجيا الهاتف المحمول ساعدت المعلمين على إضافة معلومات تعزز وتوضح المادة الدراسية أكثر .

المحور السادس : استخدامات الهاتف لدى الجمهور :-

يمكن اجمال نتائج هذا المحور في أن البحث أثبت أن الأفراد يستخدمون الهاتف المحمول للتواصل في المقام الأول ، ثم كاحتياج اجتماعي ثانياً ، ولاهتمام أكاديمي ثالثاً ، ثم للتسلية رابعاً وأخيراً يمكن أن يستخدم الهاتف المحمول لغرض سياسي .

سادساً : التوصيات

بعد أن توصل الباحث من خلال هذا البحث إلى عدة نتائج ، يقدم بعض التوصيات التي يرى أنها ستساعد في وضع حلول لمشكلة البحث ، وتمثلت توصيات هذا البحث في الآتي :-

1 - يوصي الباحث بضرورة معرفة كيفية التفاعل والتعامل مع الهاتف المحمول أولاً حتى يتسنى للفرد الاستفادة من تطبيقاته وخدماته .

2 - يوصي الباحث بضرورة تغيير الفهم السائد لدى بعض أفراد المجتمع عن الهاتف المحمول ، واعتباره وسيلة تثقيفية تعليمية ومن ثم وسيلة للتواصل والترفيه والتسلية وغيرها .

3 - ضرورة استخدام الهاتف المحمول في تثقيف وتوعية المجتمع بقضايا التنمية والمشاكل الاجتماعية والبيئية والاقتصادية ، مع اعتباره وسيلة إعلامية وإعلانية كوسائل الاتصال الجماهيري .

4 - على المؤسسات التي تتعامل مباشرة مع الجمهور أو تقدم خدماتها له أن تصمم تطبيقات عبر الهاتف المحمول لتقديم النصح والارشاد والتوجيه .

5 - ضرورة استخدام المكتبات الجامعية وحتى العامة لخدمات التعامل الالكتروني مع المكتبة عبر الهاتف المحمول ، وذلك لتسهيل على الطلاب والمتعاملين مع المكتبة الوصول لمعلومات في كل الأوقات وبالسرعة المطلوبة .

6 - على شركات الاتصال تقديم خدمات تثقيفية ارشادية عبر الهواتف المحمولة لتوعية المجتمع بمخاطر الجرائم الالكترونية والحد منها .

7 - يوصي الباحث بضرورة إقامة محاضرات وندوات وورش عمل عن المخاطر الاجتماعية والسلوكية الناجمة عن الاستخدام السلبي للهاتف المحمول للحد من هذه المخاطر وزيادة الوعي لدى أفراد المجتمع .

8 - يوصي الباحث بضرورة عدم تملك الأطفال هواتف رقمية محمولة ومراقبة الأبناء خاصة في سن المراهقة والتعامل بحذر مع تطبيقات الهواتف المحمولة .

9 - ضرورة تضمين الهاتف المحمول وطريقة استخدامه باعتبارها وسيلة اتصال تجمع كل وسائل الاتصال وذات طبيعة خاصة في مختلف مناهج كليات الإعلام .

ما يثيره البحث من بحوث مستقبلية :-

1 - إجراء المزيد من البحوث عن الاتصال الرقمي في السودان وربط ذلك بالتحولات التي طرأت على استخدامات هذا النوع من الاتصال خاصة في المجالات المصرفية والتسويقية والتعليمية .

2 - إجراء بحوث لتثقيف المجتمع بالاستخدامات الأخرى للهواتف الذكية غير الاستخدامات الشائعة عن التواصل مع الآخرين .

3 - اجراء المزيد من البحوث عن تأثيرات الهاتف المحمول على المجتمع اجتماعياً وسلوكياً خاصة مع التطور المستمر لهذه الوسيلة وتغلغلها في حياة الناس .

سابعاً : المصادر والمراجع :-

المصادر :-

القرءآن الكريم .

المراجع العربية :-

- 1 - أبو اصبع، صالح، (1995). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1، عمان: دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع.
- 2 - أبو عيشة، فيصل، (2010). الإعلام الالكتروني، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- 3 - اسماعيل، محمود، (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 4 - اسماعيل، محمد، (2011). مناهج البحث الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 5 - البياتي، ياس، (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، عمان: دار البلدية ناشرون وموزعون.
- 6 - تريان، ماجد، (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية (رؤية مستقبلية)، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 7 - الجمال، راسم، (1999). مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- 8 - جوهر، صلاح الدين، (1980). الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، مجالاته، القاهرة: مكتبة عين شمس.
- 9 - الحسن، عبد الدائم، (1998). الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، عمان: دار الفرقان للنشر.
- 10 - الدبس، ريم، (2010). الاتصالات الرقمية، ط1، عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- 11 - دسه، نادر، (2017). الإعلام المجتمعي، ط1، عمان: الواصفات للنشر والتوزيع.
- 12 - دليو، فضيل، وآخرين، (2003). الاتصال في المؤسسة فعاليات الملتقى الوطني الثاني، قسطنطينة: مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية.
- 13 - الدليمي، عبد الرازق، (2011). الإعلام التريوي، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 14 - الدناني، عبد الملك، (2003). الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 15 - دويدري، رجا، (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط1، دمشق: دار الفكر المعاصر.
- 16 - الرحباني، عبير، (2011). الإعلام الرقمي الإلكتروني، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 17 - رشتي، جيهان، (1987). الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 18 - الزران، جمال، (2007). تدويل الإعلام العربي - الوعاء ووعي الهوية، ط1، القاهرة: دار صفحات للنشر والتوزيع.

- 19 - السكارنه، بلال، (2015). مهارات الاتصال، ط1 عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 20 - الشاري، طارق، (2009). الإعلام الاذاعي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 21 - شفيق، حسنين، (2010). الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. ط1، القاهرة: دار فكر وفن.
- 22 - الشمايلة، ماهر، وآخرون (2015). الإعلام الرقمي الجديد، ط1، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- (2015). تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 23 - شمو، علي، (1999). تكنولوجيا الفضاء واقمار الاتصالات، القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر.
- 24 - صادق، عباس، (2003). صحافة الإنترنت: قواعد النشر الإلكتروني الصحافي الشبكي، أبوظبي: الظفرة للطباعة والنشر.
- (2008). الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، رام الله: دار الشروق.
- 25 - الطنوبي، محمد، (2001). نظريات الاتصال، ط1، الاسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشقاء الفنية.
- 26 - العبد، عاطف، و العبد، نهى، (2010). مدخل إلى الاتصال ، مفاهيمه ، مجالاته ، أنواعه ، وسائله ، تاريخه وتأثيراته، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 27 - العبد الله، مي، (2006). نظريات الاتصال، ط1، بيروت: دار النهضة العربية.
- 28 - عصام سليمان الموسى، عصام، (2012). المدخل في الاتصال الجماهيري، ط7، عمان: اثناء للنشر والتوزيع.
- 29 - عجوة، علي، وآخرون (1989). مقدمة في وسائل الاتصال، ط1، جدة: مكتبة مصباح.
- 30 - عبد الرحيم، أبو السعود، (2009). تكنولوجيا الاتصال ووسائله الحديثة، القاهرة: مركز الأهرام للترجمة والنشر.
- 31 - عمر، أحمد، (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الاول، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- 32 - عبيدات، ذوقان وآخرون، (2002). البحث العلمي ، مفهومه ، أدواته ، أساليبه، الرياض: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- 33 - عبد الحميد، محمد، (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب.

- (2017). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط2، القاهرة: عالم الكتب.
- 34 - علم الدين، محمود، (2008). تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- 35 - العزاوي، رحيم، (2008). مقدمة في منهج البحث العلمي، الأردن: دار دجلة للنشر.
- 36 - عودة، محمود، (1971). أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة: دار المعارف.
- 37 - فان دالين، ب، (1966). مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ت. محمد نبيل نوفل، سلمان الخضري الشيخ وطلعت منصور غبريال، ط6، الأنجلو المصرية، القاهرة
- 38 - فيصل، عبد الأمير، (2014). دراسات في الإعلام الإلكتروني، العين: دار الكتاب الجامعي.
- 39 - فوريستر، توم، (2000). مجتمع التقنية العالية - قصة ثورة تقنية المعلومات، ترجمة محمد كامل عبد العزيز مركز الكتب الاردني، عمان
- 40 - قنديلجي، عامر، (2015). الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 41 - لاكس، ستيف، (2012). الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ط1، ترجمة سندس عصام، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- 42 - اللبان، شريف، (2008). هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- (2001). تكنولوجيا النشر الصحفي - الاتجاهات الحديثة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 43 - مات هاج، مات، (2009). التسويق باستخدام الهاتف المحمول، ط2، ترجمة دار الفاروق، دار الفاروق، القاهرة.
- 44 - مجد هاشم الهاشمي - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري - (دار اسامة للنشر والتوزيع - ط1 الاردن - 2004)
- 45 - محجوب، وجيه، (2001). أصول البحث العلمي ومناهجه، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 46 - المزاهرة، منال، (2012). نظريات الاتصال، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

- 47 - آل مساعد، حصه والعقباري، أحلام (2011). مهارات الاتصال والتفاعل، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- 48 - مكاوي، حسن و السيد، ليلي، (2012). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط10، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- (2009). نظريات الإعلام، ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع .
- 49 - هيبه، محمود، (2005). قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجمهير، الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
- 50 - حجاب، محمد، (2002). أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (2010). نظريات الاتصال، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 51 - الوفائي، محمد، (1979). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- 52 - فوال، نجوى، (1992). القائمون بالاتصال، القاهرة: المركز القومي للبحوث الإجتماعية.

المراجع الأجنبية :-

- 1 - Berlo, David. K.(1960) The Process Of Communication . New York . Rinehart and Winston .
- 2 - Butt. Sarrah. And G.Philips. James.(1986) Personality and Self Reported Mobile.
- 3 - Bittner, R . J . Mass Communication An Introduction 4thed .. N.Y ;Prentice –Hall . Inc.
- 4 - New York: Harper & Row Publishers, 1973 .
- 5 - Campbell, Richard.(2003) Media and Culture. Boston: Bedford/St. Martins.
- 6 - E. Noelle-Neumann, The Spiral of Silence : Public Opinion – Our social skin. Chicago: University of Chicago, 1984, p 676
- 7 - H. Hyman and B. Sheatsley, Some reasons why information campaigns fail, in Public Opinion Quarterly , No. 11, 1947

- 8 - Jang-Sun Hwang (2002) Jang-Sun **Hwang**. Abstract. Interactivity is an often mentioned but seldom operationalized concept associated with the World Wide Web. ... (McMillan & **Hwang**, 2002).
- 9 - Knaap ,M.L. Nonverbal Communication In Human Interaction – N.Y.: Holt, Rinehart & Winston.1972.
- 10 - Kerlinger, F . (1964) Foundations of behavioral research: Educational and psychological inquiry. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc,
- 11 - Kiouisis, Spiro (2002) Dr. **Spiro Kiouisis** is executive associate dean for the College of Journalism and Communications and is ... and Public Opinion during the **2002** Florida Gubernatorial .
- 12 - Littlejohn , Stephen W . Theories Of Human Communication . Columbus : Bell and Howell . CO . 1978
- 13 - M. McLuhan, Understanding Media: The Extensions of Man, N.Y. Mc Graw-Hill Book, 1965,
- 14 - Olien, C.N., Donhue, C.A., & Tichenor, P.J. Community Structure and Media, Journalism Quarterly,
- 15 - Schramm. W. Men, Message, and Media: A Look at Human Communication, N.Y.: Harper & ROW 1973
- 16 - Schramm, Wilbur. Men, Messages, and Media: A Look at Human .
- 17 - UNESCO, Mind Mapping Multimedia,Bangkok 2002 .

الرسائل :

- 1 - النور الكارس أحمد - (دور التلفزيون في تعزيز الهوية الثقافية) بحث ماجستير غير منشور - جامعة امدرمان الاسلامية - كلية الإعلام 2001 .
- 2 - بوكابو سيف الدين وآخرون الاندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي - دراسة حالة برامج اخبارية لقناتي France24 ، BBC عربي رسالة تكميلية لدرجة الماجستير - جامعة 8 ماي 45 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال 2016 .

- 3 - سارة حسن الفضل عباس - تقانة الاتصال والقيم الثقافية للمجتمع -رسالة دكتوراه - جامعة الخرطوم - كلية الآداب - قسم الإعلام 2012
- 4 -صباح عبد الرازق الشهاوي -رسالة دكتوراة العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر - جامعة القاهرة كلية الإعلام - 2015
- 5 - عبد العزيز جاسم قبلان - أثر التعرض للتلفزيون على التفاعل الاجتماعي -دراسة ميدانية - رسالة ماجستير غير منشورة - (القاهرة - قسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 1998)
- 6 - فاطمة فايز عبدة - الجيل الرابع للهاتف المحمول ... الخصائص و الإضافات -ورقة بحثية غير منشورة - موقع Islamonline.com
- 7 - ماريان مراد أنيس - استخدام الجمهور المصري للتلفون المحمول وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي - رسالة ماجستير - جامعة القاهرة - كلية الإعلام 2013
- 8 - مريم ماضي - تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الإجتماعي لدى الطالب الجامعي - رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة الحاج لخضر 2013/2012
- 9 - محمد سليمان عبد الباقي - فعالية تكنولوجيا البث الاذاعي في بناء الرسالة المسموعة والمرئية -رسالة دكتوراه - جامعة امدرمان الاسلامية . 2011
- 10 - محمد مصطفى رفعت - اعتماد الشباب المصري على المواقع الإسلامية - رسالة ماجستير - جامعة القاهرة - كلية الإعلام 2013
- 11 - نزار يوسف عكاشة - دور تقنية المعلومات والاتصال في المجال الاعلامي السوداني - رسالة دكتوراه - جامعة امدرمان الاسلامية 2009 .

المجلات :-

- 1- أحمد سالم الأحمر - العلاقة بين التكنولوجيا والقيم الاجتماعية والقراءة والأسرة - مجلة الباحث - بيروت العدد الأول 1981
- 2- إسلام عبد القادر أبو الهدى - استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وعلاقته بأبعاد الاغتراب لديهم . مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، الجزء الأول، يناير 2011
- 3 - أثر معطيات ومظاهر مجتمع المعرفة على الطفل صحياً واجتماعياً ونفسياً - نحو مجتمع المعرفة -سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية جامعة الملك سعود - الاصدار الرابع والاربعون
- 4 - سعيد يقطين - التنقيف الذاتي والعصر المعرفي - مجلة القدس العربي - مايو 2014

- 5 - طارق علي محمود - ورقة علمية بعنوان : التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول - دراسة مقارنة - (مجلة الباحث الإعلامي العدد 19 - 2013)
- 6- منصور خالد خوجة : الكمبيوتر والتكنولوجيا لنقل المعلومات سمة الالفية الثالثة .مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية : عدد خاص :الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي
- 7 - نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات (رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي) - المجلس الوطني للثقافة والفنون - الكويت 2001

المؤتمرات والندوات :

- 1- جمال علي خليل الدهشان - استخدام الهاتف المحمول في التعليم والتدريب لماذا ؟ وفي ماذا؟ وكيف؟ مشاركة مقدمة إلى الندوة الأولى في تطبيقات تقنية المعلومات والاتصال في التعليم والتدريب - قسم تقنيات التعليم - كلية التربية جامعة الملك سعود 27-29- أبريل 2010
- 2- رضا عبد الواحد أمين (2009): استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 ابريل
- 3- صفاء محمود عثمان - إدراك الجمهور والقائم بالاتصال لوسائل الاتصال الحديثة - بالتطبيق على الخدمات الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول - الجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال AUSACE المؤتمر الدولي السنوي الرابع عشر ، 7-10 نوفمبر 2009
- 4- عزه عبد العزيز عبد اللاه - المهنية والاحترافية عند الصحفي المواطن في التفاعل الإلكتروني - دراسة تقييمية من منظور الصحفي التقليدي في العالم العربي - المؤتمر السنوي الأول - مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية - جامعة الاهرام الكندية 19-21 مارس 2012

مواقع الانترنت :-

- 1 - <http://mawdoo3.com>
- 2 - <http://www.technologya.ps/index.php?index=print&L=17>
- 3 - <http://digital-tunisia.blogspot.com/2011/09/blog-post.html>
- 4 - Park, Namsu. And others. Exploring Problematic Mobile Phone Use. [http://citation.allacademic.com/meta/2010p26\(Accessed in 15/5/2017\)](http://citation.allacademic.com/meta/2010p26(Accessed%20in%2015/5/2017))
- 5 - (2016) / هاجر كنيعو <http://www.maydany.com/news/26071>
- 6 - (2012) / محمد حبش <http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/02/future-of-mobile-phone>

7 - Maad.S., (2004) The potential and Pitfall of Interactive TV Technology: An Emprical Study,

<http://cms.mit.edu./mit/paper/maad.pdf>. (Accessed 3/5/2017)

8 - Putman, P.H (2004) The Basis of Digital Television.,
www.ausfomtom. (Accessed 22/5/2017).

9 - <http://www.alriyadh.com/423767>

10 - Macias, Wendy

(2003)Online:Http://www.Jiad.Org/Vol3/No2/Macias/index.

11 - <http://woman.islammesssage.com/article.aspx?.id=3502> علاء أبو

العنينين 2010 - حياة أفضل بلا بليشتيشن

12 - www.studygs.net/arabic/research.htm