

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم : علوم الاعلام والاتصال

الميدان : علوم إنسانية و اجتماعية

العنوان:

مطبوعة بيداغوجية بعنوان:

الاتصال الرقمي والفضاء العمومي

موجهة لطلبة السنة أولى اتصال تنظيمي

من إعداد الدكتورة:

سيفي نسرين

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tébessi - Tébessa

السنة الجامعية: 2021/ 2020

الفهرس:

الصفحة	العنوان
2 -1	تقديم المطبوعة
4 -3	الفهرس
7 - 5	مقدمة
8	المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في عصر الاتصال الرقمي
16 - 9	المحاضرة رقم 01 :ماهية حملات التسويق الاجتماعي
35 - 17	المحاضرة رقم 02 : عناصر تطبيقات الاتصال الرقمي
38 - 36	المحاضرة رقم 03 : أهمية وأهداف الإدارة الرقمية
44 - 39	المحاضرة رقم 04 : اتصال الأزمات في الفضاء العمومي
47 - 45	المحاضرة رقم 05: تحديات إدارة المعلومات في زمن الاتصال الرقمي
56 - 47	المحاضرة رقم 06: أسس ومبادئ أخلاقيات الفضاء العمومي
57	المحور الرابع : تصميم المواقع الإعلامية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء العمومي
59 - 58	المحاضرة رقم 07: مفهوم الفن الرقمي و أنواعه
60 - 59	المحاضرة رقم 08: مفهوم التصميم في العصر الرقمي وأخلاقيته
64 -60	المحاضرة رقم 09: وسائل ومكونات التطبيقات الذكية
67 - 65	المحاضرة رقم 10 : نشأة وتطور الواقع الافتراضي العمومي
68 -67	المحاضرة رقم 11 :مستقبل الواقع الافتراضي العمومي

69 - 68	المحاضرة رقم 12: واقع الفضاء الافتراضي العمومي
72 - 69	المحاضرة رقم 13: الفضاء العمومي والتحول من الواقعي إلى الافتراضي
75 - 72	المحاضرة رقم 14 : الاتصال الرقمي والفضاء العمومي الافتراضي
82 - 75	المحاضرة رقم 15: أشكال وجمالية الفنون البصرية
85 - 82	المحاضرة رقم 16: أثر الفنون البصرية في التحولات الاجتماعية وشروط تحقيقها
86	خاتمة
91 - 87	قائمة المصادر والمراجع

تقديم المطبوعة:

هذه المطبوعة موجهة الى طلبة السنة أولى ماستر اتصال تنظيمي حيث قدمنا من خلالها أهم حيثيات المادة : الاتصال الرقمي والفضاء العمومي كمادة من مواد الوحدة الاستكشافية للتخصص المبرمجة في السداسي الثاني .

موضوع الاتصال الرقمي والفضاء العمومي اهتماما متزايدا من قبل الباحثين باعتباره النشاط الانساني الذي يهدف إلى تلبية حاجاته الاساسية وتحقيق الامن والاستقرار في المجتمع خصوصا مع ظهور الثورة الرقمية والتي مست جميع القطاعات بدون استثناء حيث ساهمت وعملت على انشاء شبكات اتصالية رقمية ومتطورة والتي بدورها أعطت دفعة قوية وفعالية غيرت من أساليب التواصل وحسنت من أدائه حتى أضحي الاتصال الرقمي ضروري لتحقيق التواصل بين مختلف الهياكل والتنظيمات وإدارات فسيرورة العمل تتطلب اتصالات تتميز بالدقة والمرونة والسرعة وهذا ما توفره أجهزة الاتصال الرقمي و إن الفضاء العمومي (العام) هو بمثابة الممارسة عند هابرماس كما ظهر لديه في سبعينيات القرن الماضي، ويمثل دائرة تتوسط بين الدولة والمجتمع، وهو فضاء يجتمع فيه الافراد لصياغة ارائهم ضمن مجمل النقاشات وتكوين رأي عام من خلال التبادل العقلاني لوجهات النظر .

لذلك تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالبة / الطالب بتطوير مستويات ممارسة العمل الاتصالي في المؤسسات العمومية وأدائه بما يلبي المسؤوليات الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية المنوطة بها ويحقق أعلى إستفادة من إمكانيات الاتصال الرقمي وتكنولوجياته.

كذلك البحث عن سبيل رفع الكفاءة أداء الاتصال الرقمي كرافد إيجابي في عملية التطوير والتنمية .

أهداف المادة:

- التعرف على التسويق الاجتماعي وأهميته وأنواعه.
- التعرف على علاقة الإدارة الرقمية بإتصالات الأزمة.
- التعرف على الفن والتصميم وأخلاقياته .
- التعرف على أثر التطبيقات الذكية والواقع الافتراضي في الاتصال الرقمي.

مقدمة

منذ أن دخلت البشرية في عصر الانترنت وما صاحبها من طفرة في تطوير تكنولوجيا الاتصال ووسائل نشر المعلومات وتداولها، أصبح الاتصال الرقمي فاعلا رئيسيا في مختلف مشاهد الحياة، وتغلغت وسائل الاتصال الرقمي في تفاصيل الحياة اليومية، كما افتتحت مجالات مختلفة ، اقتصادية واجتماعية ، ثقافية ، وسياسية ومسحية، وغير ذلك . وفي ذات الوقت اتسعت دائرة انتشارها بين فئات المجتمع المختلفة ، وتزايدت أعداد مستخدميها وكثافة معدلات استخدامها بوتيرة متصاعدة.

حيث أصبح الاتصال الرقمي حجر الأساس في تسيير العمل وتطوير الاداء بكافة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية وتعاضمت قوة الإعلام الرقمي و أبعاد تأثيره المختلفة، زادت أهمية دور المؤسسات الاعلامية كشريك في صناعة الاحداث والتطورات في المجتمع فالإعلام يمكن ان يخلق بيئة داعمة للتطور او مقاومة له كما انه يمكن ان يقود المجتمع بوعي، أو ان يسهم في تضليله وتزييف وعيه.

لذا تصدرت أهمية الاتصال الرقمي ، كتطبيقات واليات ، ومفاهيم وقيم وتفاعلات إنسانية وتأثيراته في المجتمعات الانسانية، قائمة أولويات اهتمام الباحثين العرب والأجانب في مختلف بلدان العالم، على مدار السنوات الأخيرة.

وتساعد هذا الاهتمام مع تجلي الانعكاسات المختلفة للتطور التكنولوجي بما يحمله من إمكانات متفردة لوسائل الاتصال بين البشر، وتأثير ذلك على مضامين وقيم الرسائل الإعلامية والاتصالية بصفة عامة، إضافة الى ما يحمله أيضا من مخاوف تواجه صناعة الإعلام في العالم الأمر الذي يوجب إعادة النظر

تفصيلا ، والبحث بعناية في تقييم مدى كفاءة الإعلام في الاضطلاع بمستوياته . والعمل على اقتراح سبل واليات محددة عملية لتطوير الاداء الإعلام ي في ضوء ما يواجهه من تحديات تفرضها¹ .

السرعة الشديدة والنقاش الطاحن، وسيولة المعلومات ووقرتها التي بلغت حد التخمة ، وغير ذلك من المفردات التي برزت بقوة في بيئة العمل الإعلام ي را هنا.

من جانب آخر، ارتبط بالاتصال الرقمي تغيرات وتحولات جذرية في علاقة الجمهور بالإعلام ، وفي علاقته بمصادر المعلومات إجمالاً، فتأثرت أساليب ممارسة العمل الإعلام ي، ومفاهيمه ، بسبب الدور الجديد الذي بات الجمهور يقوم به كمنتج ومستخدم للإعلام بعد أن كان متلقيا لجهود طويلة.

فأصبح المحتوى الذي ينتجه الجمهور user generated content ويتبادلونه عبر تعليقات الاتصال الرقمي أحد المصادر المهمة في تشكيل خبراتنا ومعارفنا بما يحدث في البيئة المحيطة.

وظهرت وسائل الاتصال جديدة، وانزوت أخرى ، ويشهد كل يوم تقريبا ظهور العديد من تطبيقات الاتصال التي تتنافس في تطبيق فكرة التخصيص customization لتتناسب احتياجات الأفراد كل حسب اهتمامه وميوله ، وأصبحت وسائل الاتصال الرقمي هي أقرب ما يلزم الإنسان في حياته اليومية .

وتحولت قطاعات عريضة من الجمهور لمتابعة وسائل الإعلام بشكلها الرقمي الجديد، حيث التفاعلية interactivity والشخصنة personalization كلمات مفتاحية في إنتاج واستخدام المحتوى الإعلام ي.

في السياق ذاته ، تأثرت خطط العمل، وبيئته وأعرافه في مجالات العلاقات العامة، والاتصال المؤسسي وفي إدارة الازمات ، كما تجلت أكبر مظاهر التحول التكنولوجي والمهني وما يتبعه من تداعيات في صناعة الصحافة، التي ربما كانت هي الأكثر وسائل الإعلام التي تأثرت تأثرا جذريا بما فتحه لها

¹ إسماعيل محمد حسين: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم ، 2003، ص

الاتصال الرقمي من آفاق للخروج من أزمة المنتج الصحفي الورقي ، وما فرضه عليها أيضا من تحديات تعادل حجم ما منحه لها من إمكانيات.¹

¹ مكاوي حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط5، الدار المصرية، القاهرة ، 2009، ص 98.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في عصر الاتصال الرقمي

محاضرة رقم 01: ماهية حملات التسويق الاجتماعي

المحاضرة رقم 02: محاضر تطبيقات الاتصال الرقمي

المحاضرة رقم 03: أهمية وأهداف الإدارة الرقمية

المحاضرة رقم 04 : اتصالات الأزمات في الفضاء العمومي

المحاضرة رقم 05: تحديات إدارة المعلومات في زمن الاتصال الرقمي

المحاضرة رقم 06: أسس ومبادئ أخلاقيات الفضاء العمومي

محاضرة رقم 01 : ماهية حملات التسويق الاجتماعي

01 - مفهوم التسويق الاجتماعي *Social Marketing*

يعتبر التسويق الاجتماعي أو كما ندعوه باللغة الإنكليزية *Social Marketing* عبارة عن مجموعة من التقنيات التسويقية التي ربما قد سمعت بها من قبل. لكن بدلاً من الترويج لمنتج أو خدمة ما، يرمي التسويق الاجتماعي، وبشكل أساسي، إلى الترويج ونشر فكرة ما تحاول القضاء على مشكلات اجتماعية يعاني منها المجتمع. من خلال ذلك، يتم للترويج والتسويق للعلامة التجارية، لكن ذلك ليس الهدف الوحيد لهذا النوع من التسويق. *Social Marketing* بشكل أساسي، يهدف هذا النوع من الاستراتيجيات إلى إقناع الجمهور المستهدف *target audience* لعلامة تجارية ما من أجل المساهمة بحلول على المشكلات التي تتعلق بالصحة، النقل، الوسط البيئي، التعليم والعديد من الموضوعات الأخرى التي تتعلق بالسياق الاجتماعي¹.

هكذا عندما يقوم رائد أعمال أو شركة معينة بإعداد إجراءات وأعمال لتقليل هذه الأنواع من المشكلات، يتم النظر إلى هذه الشركة على أنها علامة تشعر وتتبنى مسؤولية اجتماعية. بمعنى آخر، لا يهدف العمل التجاري فقط إلى تحقيق الأرباح، بل أيضاً إلى مساعدة الناس المتواجدين من حوله.

هي شركة يمكن النظر إليها على أنها عامل يبعث على التحويل في الوسط والمحيط الاجتماعي، وهذا يعتبر أمراً ممتازاً سواء من أجل الأشخاص الذين يستفيدون من هذه الإجراءات والأعمال، وكذلك من أجل

¹ يوسف أحمد أبو فارة : التسويق الإلكتروني، ط1، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع،، 2003، ص 66.

المحور الثالث : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في عصر الأتصال الرقمي

العمل أو النشاط الريادي، والذي يتم النظر إليه على أنه علامة تجارية تتمتع بالتعاطف *empathy* وتهتم حقاً بالمجتمع.¹

واليوم، لا يريد المستهلكون فقط شركة تحقق المبيعات بأي ثمن. بل تبحث الشركات عن العلامات التي تعد مسؤولة من الناحية الاجتماعية ، وتعبر عن قيمتها وأهميتها ليس فقط في المنتجات والخدمات المقدمة، بل أيضاً في أنها تشكل جزءاً من التغييرات التي تقترحها.

من خلال وجود استراتيجيات معدة بشكل جيد في مجال *Social Marketing* يمكن إقناع جمهورك بالقيام بتغييرات معينة في السلوك، تلك النقاط التي تعيق التعايش الجماعي وفي ظل مجموعات.

لكن، لا ينفع أبداً الإرشاد إلى الطريق وحسب، بل من الضروري أن تشكل الشركة أو رجل الأعمال جزءاً أساسياً وشاملاً من كامل التحولات.

إذاً، يمكننا التوصل إلى أن الشركة التي تتمتع بمستوى جيد من التسويق الاجتماعي *Social Marketing* هي تلك التي تبرز وتقدم ذاتها في عدة موضوعات تحيط بها، وبالأخص، تعمل على تطوير فرص، استثمارات وإجراءات اجتماعية للمساهمة بشكل إيجابي في نمو المجتمع.²

منذ مدة ليست ببعيدة في عام 2013 حدث توافق مهم بين منظمات التسويق الإجماعي العالمية والممثلة للقارات المختلفة.

وننتج عن هذا التوافق تُلخيص مهم لمفهوم التسويق الإجماعي إلى ثلاث نقاط رئيسية:

- استخدام التسويق مع غيره من التخصصات

¹ محمد ابراهيم عبيدات : التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2004 ، ص 111.

² خري عبد الناصر: التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، محاضرة ملقاة بالمعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني للتسيير بالبلدية، يوم 2013/04/08، ص 5.

- للتأثير على السلوك
- بقصد تحقيق منفعة إجتماعية للفرد والمجتمع
- التسويق الذي لا يهدف فقط للتوعية وتحريك المشاعر ولكن يهدف لتغيير سلوكيات الناس للأفضل.
- التسويق الذي لم يبدأ قبل سنة أو سنتين ولا قبل 10 سنين بل قبل 48 سنة في 1971 بمقال من والد التسويق كونترولزالتمان.
- التسويق الذي ظلموه ولم يفرقة بينه وبين وسائل التواصل الإجتماعي Social Media
- التسويق الذي ربطوه بالتسويق الغير ربحي فلم يفهموا تأثيره على القطاع الربحي والغير ربحي بنفس الوقت وتركيزه على التغيير الحقيقي أو وهو تغيير السلوك
- نجاح التسويق في نشر الثقافة الإستهلاكية حول العالم وبالمقابل يسعى التسويق الاجتماعي الى
- توظيف التسويق لبناء مجتمع واعي وناضج يتخلى عن السلوكيات السلبية ويتبنى ما فيه مصلحة الفرد وأسرتة والمجتمع ككل.

02- أمثلة عن التسويق الاجتماعي Social Marketing

لكي تفهم أكثر وبشكل أفضل كيف يمكن لشركة ما القيام بالتسويق الاجتماعي، خصصنا لك بعض الأعمال والأمثلة، والتي من المحتمل أن تكون قد سمعت بها.

❖ مطعم في دبي يقدم وجبات طعام لجميع العاطلين عن العمل بدون أن يدفعوا

فهناك مطعم في دبي، قام بنشر لوحة يدعو فيها كل شخص عاطل عن العمل، ويرغب في تناول

الطعام، أو ليس لديه المال لشراؤه، إلى المجيء إلى هذا المطعم والحصول على وجبة!.

حقاً بهذا يكون المطعم المذكور قد قام بعمل من أعمال التسويق الاجتماعي *Social Marketing* فهو لم يربح المال من ذلك، ولكن بالتأكيد سوف يكسب الكثير والكثير من الزبائن. أنا شخصياً، لو كنت في دبي، سوف أتوجه إليه لتناول طعامي في ذلك المطعم الكريم الذي يشجع على الأعمال الخيرية والرائعة!

❖ مبادرة من شركات تنظيف في الخليج لجمع الملابس و توزيعها على الفقراء.

قامت بعض شركات التنظيف في الخليج العربي من خلال مبادرة بالتعاون مع الهلال الأحمر الإماراتي، بجمع حوالي 295122 قطعة ملابس مستعملة، في ظل جهود استمرت حوالي 7 سنوات من التعاون والجهد المشترك، ليتم توزيعها على الفقراء والمحتاجين عبر العالم بالتعاون مع منظمة الهلال الأحمر في الخليج العربي. حيث قامت شركات التنظيف بجمع قطع الملابس من الناس، وأخذت على عاتقها غسل تلك القطع، ومن ثم سملتها إلى الهلال الأحمر لتوزيعها على الفقراء والمحتاجين عبر العالم. هذا المثال يجسد عملاً نبيلاً من أعمال التسويق الاجتماعي *Social Marketing* الذي ينشر التوعية و الفائدة. من الجدير بالذكر أن هذه المبادرة قد دخلت كتاب (غينيس) للأرقام القياسية¹.

نسعى لتبسيط مفهوم تغيير السلوك والتسويق الاجتماعي في عالم السلوك بين آخر ما استحدثته التسويق من وسائل لتغيير سلوكيات المجتمع وآخر ما توصل إليه علماء النفس من فهم لسلوكيات الناس ودوافعها وكل ذلك في سبيل التأثير عليها.

¹إلهام فخري أحمد حسن ، التسويق بالعلاقات ، الملتقى العربي الثاني ، التسويق في الوطن العربي ، الفرص والتحديات ، 6-8 أكتوبر ، 2003 ، ص 393.

بقصد تحقيق التغيير الاجتماعي المنشود.

03 - المجالات التي يستفيد منها التسويق الاجتماعي:

- التسويق
- علم السلوك
- الإقتصاد السلوكي
- سلوك المستهلك
- السياسات العامة

04- أهمية التسويق الاجتماعي Social Marketing للعلامة التجارية والمجتمع:

- تعلم كيف يمكن لشركتك المساهمة بشكل إيجابي في تقدم وصالح المجتمع.
- إن رائد الأعمال الجيد هو ذلك الشخص الريادي الذي يعلم بالإضافة إلى كيفية تطوير عمله التجاري والحصول على الأرباح، كيفية إحداث تحويل في المجتمع من حوله .
- لا يمكن اعتبار علامة تجارية ناجحة جداً إذا لم تفكر في طرائق تعمل بها على تذليل المشكلات الصغيرة الروتينية لمن يمر بها.
- وعندما نتحدث عن ذلك، لا نفكر فقط في العملاء. من المهم أن نأخذ بعين الاعتبار المجتمع بالكامل، أو على الأقل، جزءاً منه.
- وفي هذا السياق يأتي موضوع التسويق الاجتماعي *Social Marketing* ، والذي يستخدم المعارف والتقنيات السائدة في السوق لإعداد الإجراءات التي تساعد على الترويج للعيش الرغيد والجيد لوسط أو بيئة ما في المجتمع.

- إذا كان لديك عمل تجاري ، سواء أونلاين أم مادي، اعلم أن التسويق الاجتماعي *Social Marketing* يعتبر طريقة ممتازة تساعد بطريقة إيجابية الناس، وفي نفس الوقت، الترويج لماركتك التجارية أكثر¹.

05- القضايا التي يتبناها التسويق الاجتماعي:

تعددت عبر السنين القضايا الاجتماعية التي استهدفها التسويق الإجمالي:

➤ البيئة والطاقة (ترشيد استخدام الكهرباء ،وقف هدر الماء ،القاء النفايات في الأماكن المخصصة).

➤ الصحة (مكافحة التدخين ، تحفيز التغذية السليمة ، التشجيع على الفحص المبكر للأمراض).

➤ الإقتصاد والتخطيط المالي (تشجيع سلوك الإدخار ، التسوق والانفاق المسؤول، الخ .)

➤ الأمن والسلامة (القيادة الآمنة: تحفيض السرعة أثناء القيادة ، عدم استخدام الهاتف في السيارة).

➤ لبس العدة المناسبة في العمل ، اتخاذ الإجراءات الوقائية لتجنب الإصابات، الخ.

➤ الترابط الأسري (قضاء وقت أكبر مع الأطفال، تخطيط الإنجاب، الذهاب للمتخصصين أثناء الخلاف، الخ).

06 - الفرق بين التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري:

نجد الفروقات في عدة عوامل منها:

¹بشرى جميل اسماعيل : مدخل للإعلام الجديد ، المفهوم والنماذج ، مجلة الباحث الاعلامي ، 14 ، العراق ، جامعة

• اختلاف القضايا:

مقارنة بالتركيز التجاري للتسويق التقليدي نرى التسويق الاجتماعي يركز على مختلف القضايا الاجتماعية (البيئة والصحة وغيرها).

ملاحظة:مؤخرا نرى زيادة باهتمام التسويق التجاري بالقضايا الاجتماعية وهنا يجب الانتباه حيث أن الهدف عندهم لا يكون لتغيير السلوك.

• المنافسة:

المنافسة في التسويق التجاري تكون من علامات تجارية منافسة وفي التسويق الاجتماعي نتكلم عن منافسة عادات وسلوكيات تمنع تبني السلوك المرغوب (مثال: وقف التدخين).

• المنتج:

في التسويق الاجتماعي تجد صعوبة نسبية في طرح منتج مادي وملمس الذي يسهل من تبني السلوك. (مثال: الطباشير التي تستخدم أيضا كصابون للأطفال في المدارس للمجتمعات الفقيرة).

• الإتفاق:

حجم الإنفاق على التسويق التجاري يفوق بأضعاف التسويق الاجتماعي الذي غالبا ما يعتمد على كرم الحكومات والقطاع الغير الربحي وفائض الميزانية التسويقية عند القطاع الخاص مما يصعب من مهمة المسوق الاجتماعي¹.

¹نفس المرجع السابق ، ص 26

07- أدوات ووسائل التسويق الاجتماعي

- المزيج التسويقي مع بعد اجتماعي:

اشتهر في التسويق ، المزيج التسويقي أو التسعير ، المنتج ، الترويج ، التوزيع) وللتسويق الاجتماعي نظرة أعمق وموجهة نحو التأثير على السلوك بالإضافة للأبعاد المختلفة مثل (الاقتصاد والقانون والتكنولوجيا وغيرها).

- التسعير: يأتي التسعير مرغبا للسلوك المطلوب (فتنخفض تكاليف الأدوية لتصل لأكثر شريحة ممكنة ونمتنع عن التوزيع بالمجان لكي نضع قيمة لما نحصل عليه).

· المنتج: أما المنتج فغالبا ما نغفل عنه بالتسويق الاجتماعي

والمجال واعد هنا لابتكار حلول للقضايا الاجتماعية والتصميم الاجتماعي مثل أدوات حلقة لكبار السن مصممة بطريقة تمكن الأبناء من الحلقة لأبائهم.

- التوزيع: والتواجد في الأماكن التي تسهل عملية تبني السلوك من الأمور البسيطة التي

يتم تجاهلها (مثال: فحص السكر في رمضان حيث الناس صيام وفي المساجد حيث يجتمعون).

- الترويج والإعلانات: من الوسائل التقليدية والمؤثرة التي يتم الاعتماد عليها في توصيل

الرسائل للشريحة المستهدفة¹.

¹ ياس خضر البياتي : الاتصال الرقمي، أمم صاعدة و أمم مندهشة ، ط1، عمان، دار البداية، 2014، ص ص

المحاضرة رقم 02 : عناصر تطبيقات الاتصال الرقمي

1- عصر الاتصال الرقمي:

المرحلة الخامسة والأخيرة في تطور وسائل الاتصال هي عصر الاتصال الرقمي. والمقصود بالاتصال الرقمي هو جميع الوسائل التي تعتمد على تقنية الكمبيوتر في التعامل مع البيانات. ومن أهمها شبكة الانترنت، وما يتبعها من مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والتطبيقات، والهواتف الذكية، وألعاب الفيديو، والكاميرات الرقمية، وغيرها.

وفي كثير من الأحيان، يطلق على الاتصال الرقمي تسمية (الإعلام الجديد) للتفريق بينه وبين (الإعلام القديم أو الإعلام التقليدي) الذي يشمل الجرائد والإذاعة والتلفزيون. ولكن الواقع أن ما يسمى بالإعلام الجديد هو ظاهرة اندماج وامتداد للإعلام التقليدي، وليس حالة منفصلة عنه¹.

والاتصال الرقمي يتصف بعدة خصائص تميزه عن وسائل الاتصال السابقة، من أهمها التعدد في جهات الإرسال والاستقبال، كما يتميز بسهولة الدخول والمشاركة، فلا يحتاج إلى مهارات أو مؤهلات رسمية لاستخدامه والاستفادة منه. ويتميز بكثافة وتنوع المحتوى، الذي يساهم الجمهور نفسه في إنتاجه، عبر مواقع عديدة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع نشر مقاطع الفيديو مثل يوتيوب وغيرها.

من ناحية أخرى، يثير الاتصال الرقمي العديد من القضايا الشائكة التي يجد المجتمع حالياً صعوبة في التعامل معها، ومحاولة إيجاد الحلول لها، ومن أهمها قضايا مصداقية المعلومات، وحرية التعبير، والخصوصية، وحقوق الملكية الفكرية، وغيرها.

¹ عيساني رحيمة الطيب: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، عالم الكتب الحديث، الاردن، 2008، ص 276.

2. تعريف الاتصال الرقمي:

إن الاتصالات الرقمية هي التي تتعامل بمبدأ النظام الثنائي. ويتصف هذا النوع من الاتصالات بقوتها وجودتها العالية، مقارنة بالاتصالات التناظرية. حيث أن هناك ما يسمى بالضوضاء الكهرومغناطيسية في الطبيعة. هذه الضوضاء تسبب تشوشا في الإشارة التناظرية التي تعتمد على شدة التيار وتردده، لكن في حالة استخدام النظام الثنائي، فإن الإشارات تحسب بمرور نبضة أو عد مرمرها، فلا تتأثر بالتشويش الذي تسببه الضوضاء الكهرومغناطيسية، ومن أمثلة الأجهزة التي تعتمد الاتصالات الرقمية هي: التلفاز الرقمي، اتصالات السوائل، والحواسيب.

ويشار إلى أن الإشارات الرقمية تنتج عن تقطيع الإشارات التناظرية إلى أجزاء، وكل جزء يمثل مجموعة من 0 و 1 وتسمى أيضا بتقنية الديجيتال بالإنجليزية (Digital)، ويمكن التحويل من النظام الثنائي إلى النظام التناظري عن طريق جهاز يعرف بـ "المحول الثنائي التناظري"¹، والتحويل من التناظري إلى الثنائي عن طريق المحول التناظري الثنائي، إما عن طريق التحويل من كلا النظامين إلى الآخر دون استخدام أجهزة التحويل سالفة الذكر باستخدام التحويل اليدوي.

ويعرف كريستي أهو (kristi Aho) (2005) الاتصال الرقمي بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والانتاج، والتوصل، والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتصال الرقمي هو "القدرة على خلق الاتصال الفعال بواسطة الوسائل الرقمية. ولا يبتعد هذا المفهوم كثيرا عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر، أو الاتصال بمساعدة الكمبيوتر، أو الاتصال القائم على الكمبيوتر، وكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية الاتصال.

¹ - ياس خضر البياتي: الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

بحيث لا يمكن أن نغفلها . بوصفها وامتداداتها وعلاقتها من خلال النظم الرقمية . في تعريف الاتصال في هذا المجال.¹

3 . محددات تعرف الاتصال الرقمي:

إن الاتصال الرقمي هو "العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة وهناك سلسلة من المحددات التي تضي معنى الاتصال الرقمي"² نوضحها فيما يلي:

* إذا كنا نصف الاتصال الانساني في أشكاله التقليدية بأنه عملية على أساس الحركة والتدفق والاستمرارية وعلاقتها وعلاقات عناصرها ببعضها البعض، وتأثيرات السياق والبيئة الاتصالية الذي تتم فيها هذه العملية، فإن الاتصال الرقمي يزيد على ذلك بأن العلاقات ليست بين عناصر العملية فقط ولكنها بين عناصر النظم الرقمية التي تعمل على استمرار الاتصال وتطوره.

* إن تأمين العلاقات بين العناصر وأدوارها في إطار التأثيرات الاقتصادية والتقنية والمهنية، وتعتبر هذه أيضا عمليات فرعية في العملية الكلية، تتسم بالتطور والتغير المستمر والتأثيرات المتبادلة مع عناصر عملية الاتصال سواء في تيسير العملية أو تحقيق أهدافها.

* على الرغم من ظهور مفهوم العزلة لوصف تعرض الأفراد إلى الشبكة العالمية للمعلومات . الانترنت- فإن البعد الاجتماعي في عملية الاتصال، مع شبكة المعلومات بجانب الاتصال الثنائي والجمعي، يظهر واضحا في التأكيد على الأدوار الاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها الاتصال عبر الشبكات، والتي تمثلت في كتابات الكثيرين من الخبراء بالإضافة إلى قرارات اليونسكو.

¹- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007، ص ص 24- 25.

²- نفس المرجع السابق، ص 29.

* إن الاتصال بين الأفراد هو اتصال عن بعد مهما كان مستوى الاتصال -ثنائيا أو جماعيا- ومهما كانت التقنيات المصاحبة لعملية الاتصال للتقريب بين الأطراف بالكتابة أو الصوت أو الصورة، وكلها مستحدثات توفر التقريب بين أطراف الاتصال، ولكنها لا تجعله يقترب من مستوى الاتصال المواجهي الذي يقوم على لقاء أطراف الاتصال وجها لوجه في مكان واحد.

* إن الاتصال وإن كان يتم عن بعد، إلا أن مستحدثات النظم الرقمية وفرت مقومات الاتصال المواجهي مثل دائرية الاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وتدعيم وظائفها.

فالنظم الرقمية ومستحدثاتها ضرورية لتحقيق الاتصال ووظائفه، ولا يقوم الاتصال السلبي أو اللاسلبي مقامه ما دام لا يعتمد على النظم الرقمية، لأن النظم الرقمية ومستحدثاتها هي التي أضفت على هذا المفهوم طابعه الخاص بما توفره من مزايا وخصائص لا تتوفر في الأشكال التقليدية للاتصال.

* لا تختلف عناصر الاتصال في هذا المفهوم عن العناصر المعروفة للاتصال بأشكاله التقليدية ولكنه يزيد عنها في ضرورة توفر أجهزة الترميز الرقمية في الإرسال والاستقبال بالإضافة إلى أجهزة الاتصال ذاتها في المستويات المختلفة للاتصال.¹

* تعتبر القراءة والكتابة والثقافة الكمبيوترية من المهارات الضرورية لأطراف الاتصال الرقمي نظرا لمتطلبات التعامل مع وحدات الحاسب وتعليماتها في البداية، ثم طبيعة الرسالة الرقمية التي تحتاج إلى عمليات ومعالجات مكتوبة لتحريرها أو إرسالها واستقبالها.

* يتسم الاتصال المواجه بمعرفة أطراف الاتصال لبعضهم البعض وتؤثر هذه المعرفة في مستويات تأثير عملية الاتصال بجانب تأثير الرسالة ذاتها ففي الاتصال الجماهيري من خلال وسائل الإعلام فإنه

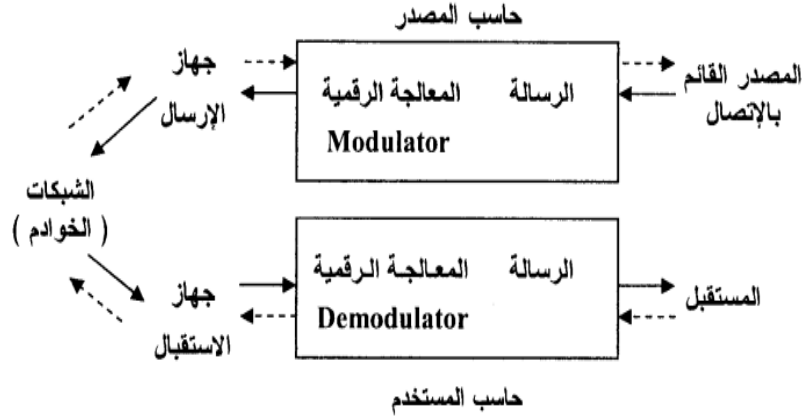
¹ عبد الحميد محمد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 89.

عادة ما يكون القائم بالاتصال معروفا لدى جماهير المتلقين أيضا، بينما لا يكون جمهور المتلقين معروفا لدى القائم بالاتصال. أما في الاتصال الرقمي فإنه ما لم يستهدف الاتصال شخصا بذاته أو جماعة معينة من خلال وسائل الاتصال الرقمي مثل البريد الإلكتروني والحوار والمحادثات ومجموعات الأخبار أو قوائم البريد أو الأصدقاء، فإنه في كثير من الاحوال لا يكون القائم بالاتصال معروفا في المواقع المختلفة التي يستهدفها المتلقي أو المستخدم. ففي هذه المواقع، سوف يتجول المتلقي بين مليارات الصفحات لموضوعات متعددة لباحثين أو كتاب معروفين والغالبية العظمى لآخرين مجهولين بالنسبة للمتلقي.

4 . عناصر الاتصال الرقمي:

لا تختلف عناصر الاتصال الرقمي عن عناصر الأشكال الأخرى من الاتصال سوى بإضافة الطابع الرقمي عليها برقمته المصدر القائم بالاتصال وأيضا جهاز الاستقبال، وبالمعالجة الرقمية للرسالة، والشكل التالي يوضح عناصر الاتصال الرقمي:¹

¹ سلامة عبد الحافظ محمد :وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم ، ط1، دار الفكر للنشر والتعليم، عمان، 2003 ، ص 69.



عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات¹

5 . مستويات الاتصال الرقمي:

ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة، وتوفير أشكال حديثة منها. بحيث تؤدي في النهاية إلى تعظيم قدر الاستفادة من توظيف هذه التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات، وعلى العموم هناك ثلاثة منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت.

* الأولى هي المنظومة الفردية - الجمعية (المدونات، منتديات الحوار، البريد الإلكتروني، الدردشة، مواقع الويكي Wiki).

* أما الثانية، فهي المنظومة المؤسساتية (مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية والجمعيات الحكومية).

¹ - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 41.

* الثالثة هي المنظومة الإعلامية (المواقع الإعلامية والإخبارية)؛ ويمثل المضمون مقياساً رئيسياً يمكن اعتماده لتشخيص منظومة ما.¹ وتبعاً لهذه المنظومات الثلاث وفي فلها تتعدد مستويات الاتصال الرقمي والتي حددها محمد عبد الحميد² كما يلي:

أ- **الاتصال بالحاسب وبرامجه:** في هذه الحالة يكون جهاز الحاسب بما فيه من برامج -تمثل قاعدة بيانات- طرفاً في عملية الاتصال، مادامت هذه البرامج هي الرسائل المستهدفة التي تتسم بالتفاعلية وتوفر للمتلقى المعلومات التي يريدها في الوقت والمكان الذي يحدده. إذ يتفاعل مع هذه البرامج وفق أسلوب تصميمها والهدف من هذا التصميم سواء كان لأغراض التعليم أو البحث في قواعد البيانات أو التسلية والترفيه.

ب - **الاتصال بقواعد البيانات:** أما في هذه الحالة، تعتبر الحواسيب أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي يتم تخزينها فيتصل بعدد من الحواسيب تكون فيما بينها شبكة محلية داخل المؤسسة أو المنظمة. تتيح هذه الشبكات لكل مسئول أو مستخدم الدخول على قواعد البيانات والاستفادة منها من خلال الاتصال الكابلي أو تكنولوجيا الموجات الإذاعية بين الحواسيب والحاسب الرئيسي أو بين الحواسيب وبعضها في تنظيمات معينة للاتصال. أو باستخدام شبكات الانترنت داخل التنظيم المؤسسي، والاكسترنال للاتصال بالعملاء والمساهمين والفروع أو المؤسسات الأخرى في الخارج -كما سبق أن أوضحنا- من خلال شبكة الانترنت.

ج - **الاتصال المباشر من خلال الشبكات:** يقترب هذا الاتصال من شكل الاتصال المواجهي وإن كان يتم من بعد On-Line حيث يعتمد على الشبكات في الاتصال بالآخرين سواء كان إتصالاً

¹- ياس خضر البياتي: الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، مرجع سبق ذكره، ص 106.

²- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 39- 42.

شخصيا أو بالمجموعات الصغيرة. لذلك يعتبر كارت الترميز الرقمي (modem) مع أجهزة التليفون ضرورة لتحويل الإشارات الصوتية أو المصورة، أو الرسائل المكتوبة إلى رموز رقمية عند الإرسال ثم إعادة الترميز الرقمي إلى الرموز اللغوية المكتوبة أو المسموعة أو الإشارات المصورة.

في هذه الحالة، يمكن الاتصال من خلال الحوار المباشر الذي يتم في شكل الحوار المكتوب بتبادل الرسائل على الشاشة أو الصوت. ويمكن أن يكون الاتصال بفرد واحد، أو بأفراد آخرين في شكل مجموعات. ولا تقف الرسائل المتبادلة في هذه الحالة عند حدود الرموز المكتوبة، ولكن تبادل الصور والرسوم بأنواعها خلال هذا الحوار.

كما يمكن أن يكون الاتصال مصورا، كما في أحوال المؤتمرات بالفيديو الذي ينقل الحوار بالصوت والصورة عبر الشبكات. وتتسم الأشكال السابقة بالتزامن في الحوار أو تبادل الرسائل. ويمكن تبادل الرسائل لا تزامنيا كما في أحوال البريد الإلكتروني.

د - الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية: نظرا للتزايد الضخم في عدد مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) والشبكات العاملة عليها، والاحتمالات المرسومة بانصراف مستخدميها عن التعرض إلى وسائل الإعلام واستبدال الانترنت بها. فقد سعت وسائل الإعلام إلى استئجار مواقع دائمة لها على الشبكة لجذب مزيد من جمهور المتلقين إلى المواد الإعلامية التي تعرضها على هذه المواقع.

لقد ساعد على تشجيع ذلك خدمة النص الفائق التي بدأتها الشبكة العنكبوتية، وأتاحت بذلك التجول المتعاقب والمرتبط بالنصوص ذات العلاقة ببعضها، وتطور استخدام الوسائل المتعددة على الشبكة، بالإضافة إلى ما تتميز به من مزايا ترتبط بتكنولوجيا الاتصال الرقمي وأهمها التفاعلية. هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، نرى أن جمهور المستخدمين للشبكة، أصبح فيها الوسيط المناسب لأشكال الاتصال التقليدي الأخرى . الشخصي والجمعي - باستكمال الاتصال بين أجهزة الحاسب الخادم في الشبكات المحلية والجهاز الخادم لهذه الشبكة وتميز الاتصال بذلك بعالمية الاتصال من خلال الانترنت.¹

وما دام قد تم الاعتراف بالإنترنت بين المستخدمين كوسيط مناسب لعالمية الاتصال، فإن وسائل الإعلام سارعت بالتالي لاستخدام هذا الوسيط للوصول إلى أكبر عدد ممكن من جمهور المتلقين الذين يستخدمون الشبكة، لتحقيق وظائف هذه الوسائل. وبالتالي الوصول إلى قيمة مضافة من جمهور المتلقين إلى الجمهور الذي يتعرض إلى هذه الوسائل فعلا من خلال الصحف المطبوعة أو أجهزة الراديو والتلفزيون؛ وإذا كنا نختلف على تقييم وضع شبكة المعلومات الدولية بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيري فإننا لم نعد نختلف على أهمية هذه الشبكة كوسط لوسائل الإعلام باعتبارها مجالا مضافا للنشر والبت الإذاعي والتلفزيوني يصل إلى مستخدمي شبكة الانترنت أيضا.

6 . مزايا نظم الاتصالات الرقمية:

يتيح استخدام نظام الاتصال الرقمي² العديد من المزايا عند مقارنته بنظام الاتصال التماثلي، لعل أبرزها: مقاومة التشويش، التداخل بين الموجات، الحفاظ على قوة الإشارة طول مساحة الاتصال، تتسم الشبكة الرقمية بالذكاء والنشاط والمرونة، الشمول في نقل أنواع مختلفة من الاتصالات.

الحفاظ على سرية المعلومات وإتاحة المجال لربط الجهات المختلفة من خلال شبكات الاتصال بدرجة كافية.

وقد حاول الباحث أبو السعود ابراهيم التفصيل في هذه المزايا كما يلي:

¹ نفس المرجع السابق ، ص 43.

² - حسن جعفر الطائي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، عمان: دار البداية، 2013، ص 116.

- أولاً: في حالة الاتصال التماثلي يعمل نظام الارسال بشكل مستقل عن نظام الاستقبال، ويؤدي ذلك إلى وجود قدر عال من التشويش حيث تؤثر ظروف البيئة وأحوال الطقس على الإشارة التماثلية أثناء ارسالها. وعلى النقيض من ذلك يتخذ الاتصال الرقمي شكل (الشبكة الرقمية) من بداية الارسال إلى منفذ الاستقبال، وتكون مراحل الارسال 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 أو التداخل في كل مرحلة من مراحلها، فهي تجسد نظاماً متكاملًا من المعالجات يقوم بتوجيه المحتوى الأصلي ويتحكم في عملية الارسال، وفي القناة وفك كود الرسائل على مراحل مختلفة، مما يحقق مزايا أكبر من الاتصال التماثلي، ويحل مكانه تدريجياً.

- ثانياً: يتسم نظام الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة والتي تجعل الاتصال مؤسسا ومصاننا كوحدة متكاملة عالية الجودة، وخاصة في البيئات التي يكون فيها أسلوب الاشارات التماثلية مكلفا وغير فعال.¹

فكلما كانت عملية الاتصال صعبة، بسبب ظروف البيئة، تفوق الاتصال الرقمي على الاتصال التماثلي. كما يتفوق الاتصال الرقمي في نقل المعلومات إلى مسافات بعيدة من خلال استخدام وصلات الألياف الضوئية والتي تحافظ على قوة الاتصال من البداية إلى النهاية، ذلك على عكس الاتصال التماثلي الذي يضعف كلما طالت المسافة التي يقطعها. وتظهر قوة الاتصال الرقمي وفعاليتته من خلال عدة أبعاد مثل مقاومة التشويش، مقاومة التداخل في الحديث، تصحيح الأخطاء الكترونيا والحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاستواء.

¹- أبو السعود ابراهيم: تقنيات الاتصال والمعلومات، القاهرة: شركة الاسلام مصر للطباعة، 2005، ص ص 114-

- **ثالثا:** تتسم الشبكة الرقمية بقدر عال من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغيير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحح مسارها. بينما لا يمكن تحقيق ذلك في حالة استخدام الاتصال التماثلي، ويتضح ذكاء الشبكة الرقمية من خلال عاملين:

1 . تحقيق التوافق الصوتي أو التناغم بين الأصوات، حيث تتجه قنوات الارسال الأصلية سواء كانت سلكية أو لا سلكية إلى إحداث تحريف أو تشويه للإشارة الرقمية، ويمكن ان يؤثر هذا التشويش في نظام التشكيل.

2 . التحكم في الصدى، فالمشكلة الثانية التي يمكن أن تحدث أثناء عملية الاتصال هي ظاهرة الصدى. ويمكن إدراك هذه الظاهرة باعتبارها انعكاسا لارتداد الإشارة من جهاز الارسال إلى نفس جهاز الارسال. إذ يحدث ذلك عند استخدام الاتصال التماثلي.

اما الاتصال الرقمي فيمكن استخدام أداة معينة تشبه أداة تقوم بتخزين اللغة المستخدمة إلى محطة الارسال، والوقت الذي تستغرقه الرحلة حتى يصل الاتصال إلى الطرف النهائي المستهدف. وبالتالي يتم تقادي حدوث الصدى الذي يقع في حالة الاتصال التماثلي.

- **رابعا:** تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة، حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب برامج بالحاسب الالكتروني مما يسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام.

- **خامسا:** يتسم الاتصال بالشمول حيث يسمح النظام الرقمي بنقل البيانات في شكل نصوص وصوت وصورة ورسوم بقدر عال من الدقة، وتتم كل أشكال الاتصال السابقة عن طريق استخدام الاشارات الرقمية. كما يمكن أن تنقل الشبكة الرقمية العديد من المحادثات او الأصوات المركبة في وقت واحد.

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

أما عن أهم العوامل التي أدت إلى بروز وتعميق هذه الميزات فقد حددها ياس خضر البياتي¹ كما يلي:

1- بدأ استعمال الألياف البصرية التي تحمل كميات هائلة من المعلومات الرقمية.

2- اكتشاف خاصية النقل اللاتزامني التي تسمح بنقل الرسائل بسرعة شديدة، خاصة الصور المتحركة.

3- الضغط الرقمي الذي يسمح بخفض المعدلات المطلوبة لبث الصور التلفزيونية بمقدار عشرة أضعاف.

4- التقدم الذي حققته الأقمار الصناعية في حل المعدلات الرقمية العالية.

7 . مميزات الاتصال الرقمي:

لقد ساهمت كل من ميزات الرقمنة وميزات نظم الاتصالات الرقمية، التي كنا قد فصلنا في كل واحد منها على حدة سابقا، في رسم معالم الاتصال الرقمي وإضفاء خصائص مميزة له والمتمثلة² في:

¹- ياس خضر البياتي: الإعلام الجديد (الدولة الافتراضية الجديدة)، مرجع سبق ذكره، ص 101.

²- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، عمان: دار الإعصار العلمي، 2015، ص ص 69-72.

أ . التفاعلية:

هي السمة التي تميز الاتصال المواجهي، والقصد منها انتهاء فكرة الاتصال الخطي في اتجاه واحد، من المرسل إلى المستقبل. بحيث يصبح الاتصال في اتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار. ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه.

وهذا ما يترتب عنه:

. يصبح المستقبل والمتلقي مشاركين في عملية الاتصال ومؤثرين في بناء عناصرها باختياراتهما المتنوعة وليس متلقين سلبيين.

. لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى أو المضمون النهائي في عملية الاتصال، بل تمتد إلى التأثير في هذا المحتوى.

. تعدد المشاركين في عملية الاتصال في إطار متزامن.

ب . التنوع:

أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل للعملية الاتصالية بما يتفق مع حاجات الفرد وتوقعاته. ويتمثل التنوع في الاتصال الرقمي بـ:

. تنوع اشكال الاتصال عبر الحاسب (اتصال صوتي- بريد الكتروني- جماعات النقاش- المؤتمرات عن بعد- الاتصال بالمواقع الالكترونية ومواقع محطات التلفزيون).

. التنوع في المحتوى سواء على مستوى وظائفه أو على مستوى مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال عبر الوسائل- التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص).

ج . التكامل:

تتيح عملية الاتصال الرقمي مختلف نظم الاتصال وهياكله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة أو تسجيل أو إرسال، لأنه نظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

د . الفردية والتجزئة:

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعطي من شأن الفردية.¹

كما يؤكد الاتصال الرقمي على سرية الاتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.

كما أدى تنوع مجالات المعلومات، المتاحة على شبكة الإنترنت، الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين (المهتمين بالرسم- بالرياضة- بالخياطة)، وهذا الاتصال يتيح لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية إيصالها. ويؤدي في نفس الوقت إلى تفتيت جمهور المستخدمين وإلى تجزئته وهو (أيضاً يقوم بنفس الوقت بتجميعه حسب الاهتمامات والعوامل الأخرى كما يحصل في المنتديات أو المدونات).

هـ . تجاوز الحدود الثقافية:

¹ عبد الرحمان فراج: مفاهيم أساسية في المكتبات الرقمية ، مجلة المعلوماتية ، المملكة العربية السعودية، بيروت ، 2012، ص 56.

شبكة الإنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد يوم ويزداد معها عند المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية، وما حرص الكثير في الدول والمجتمعات على إنشاء طرق المعلومات السريعة، إلا تعبيراً عن إدراكها لأهمية الاتصال الثقافي في العالم، وتدعيماً للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الإلكترونية العالمية.

و . تجاوز الزمان والمكان:

إن الاتصال الرقمي، اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان واحد وفي نفس الوقت (التزامن). اللهم إلا في عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد. لقد أدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال، نظراً لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال، الإرسال والتخزين والتحميل. وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب. وقد ارتبط هذا اللاتزامن، بأشكال اتصال أخرى مثل: البريد الإلكتروني، التعرض للمواقع الإعلامية كالصحف ومحطات التلفزيون.

ز . الاستغراق في عملية الاتصال:

شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي، على عملية الاتصال الرقمي، والاستغراق في البرامج المتاحة بغية التعليم وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي. كما ساعد انتشار الرسائل الفائقة والنصوص الفائقة على الابحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار.

10 . وظائف الاتصال الرقمي:

مع حداثة الدراسات الخاصة بالاتصال الرقمي بصفة عامة، والاتصال بالانترنت بصفة خاصة، تصدرت البحوث الخاصة بأسباب الاستخدام ودوافعه الاتجاهات البحثية التي ما زالت في المرحلة المبكرة. ومن خلال استقراء نتائج البحوث المحددة التي أجريت في هذا المجال، في إطار النظريات الخاصة بعلمي النفس والاجتماع¹، يمكن أن نوجز الوظائف الأساسية للاتصال الرقمي في الآتي:

* تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة أمام الحاسب الشخصي، بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي. فتجاوز قيود العزلة هذه إلى الاتصال بالآخرين، من خلال برامج الحاسب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي، يرسم اطراف الاتصال حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته. بدءا من الصداقات الجديدة مع آخرين في ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها والتجول خلالها بما يلبي حاجة الفرد إلى الاتصال بهذه الثقافات وأفرادها. في هذا يسود الاعتقاد بأن الفرد في الاتصال الرقمي قام بتوسيع دائرة علاقاته، ولكن في إطار واقع جديد يرسمه الأفراد لأنفسهم، أو ترسمه عمليات التخيل والنقص التي تتم في عمليات الاتصال الرقمي التي تتسم بتباعد الأفراد عن بعضهم لمسافات طويلة، وثقافات بعيدة أيضا عن بعضها.

* تنشأ في إطار الوظيفة السابقة ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد، مثل مناهضة العنصرية، الدعوة إلى الديمقراطية، تحرير الجنس والنوع، الخروج عن المفاهيم والمبادئ المستقرة للمجتمعات ونظم الحكم فيها..... وغيرها من الأهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الجديدة.

¹ - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص ص 51 - 56.

* تقدم المواقع الإعلامية المعروفة على الانترنت، الآلاف أو مئات الآلاف من المواقع الأخرى التي تتيح الخدمة الإعلامية- مجهولة المصدر- حول الوقائع والأحداث والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هذه المواقع.

فالفرد في اتصاله بالإنترنت، قد يقرأ الكثير عن الوقائع والأحداث التي تجري في بلاده دون أن يدري عنها شيئاً بالداخل، حيث لم تصبح الحقائق ملكاً خاصاً للسلطة أو لوسائل الإعلام المحلية والوطنية وحتى العالمية منها.¹

وساعد على الارتباط بالوظيفة الإخبارية لهذه المواقع سهولة الاتصال بها، وفورية الإعلام.

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

يتكون هذا الرأي العام من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها. مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع وأدوارها "المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات، وتسهم بالتالي في تنمية المشاركة الديمقراطية وفقاً للنظرية الخاصة بها التي ترى الحد من المؤسسات الإعلامية الضخمة وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع في ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال من خلال تعدد وتنوع المصادر الإعلامية بعيداً عن السيطرة الرأسمالية والاحتكارات وتأثيرات التمويل الشهاري.

¹ نفس المرجع السابق ، ص 57

* إذا كان التعدد والتنوع يسهم في إرساء المبادئ الخاصة بالمشاركة الديمقراطية وتفعيلها، فإن غياب المصادر وتحدي المصداقية ترسم شكوكا حول هذه الوظائف التي تمثل الصورة الإيجابية لها. لأنها من جانب آخر قد تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم - في جانبها السلبي - في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية خصوصا لو علمنا أن نسبة الفروع المضيفة للحاسبات على شبكة الانترنت تصل إلى حوالي 90% من جملتها البالغة أكثر من 30 مليون فرع تقع في أوروبا وأمريكا الشمالية.¹

* بجانب وظائف الاتصال بالآخرين والوظائف الإخبارية، وما يرتبط بها من أهداف ووظائف تجد اهتماما من الفرد والجماعات، تنصدر وسائل الاتصال الرقمي كافة الوسائل الأخرى في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمعرفي الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات، وكل التخصصات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.

لذلك فإنه ليس غريبا الاستفادة من الاتصال الرقمي كمصدر للمعلومات في استخدام وسائل الاتصال الرقمي وأهمها شبكة الانترنت، وليس غريبا أن تنصدر هذه الوظيفة كافة الوظائف الأخرى لدى فئات الجماهير والعاملين في مجالات الإعلام، لتصل إلى نسبة من 75-90% من أسباب استخدام الحاسب وشبكة الانترنت في البحوث الأجنبية والعربية التي درست اسباب ودوافع استخدام الاتصال الرقمي.

¹ نفس المرجع السابق ، ص 58

* وفي جانب آخر نجد توسعا في استخدام الحاسب في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرامجه في التعليم وإعتماد التعليم عليه خصوصا في التعليم الفردي أو التعلم الذاتي، وانتشار المفاهيم الخاصة بالتعلم القائم على الكمبيوتر أو التعلم بمساعدة الكمبيوتر.

- نظرا لأن الوظائف السابقة في معظمها كخدمات مجانية للإنترنت أو نظير مقابل رمزي . ما لم تكن الوظيفة هادفة اقتصاديا مثل التعليم من بعد- فإن هذه المواقع تعتمد في تمويلها على الاشهارات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات التي تعرض على هذه المواقع. وبالتالي أصبحت وظيفة التسويق والاشهار تجد صدى كبير لدى المعلنين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى. ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا إلى اتخاذ القرارات الشرائية، بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة عليها سواء كانت مجانية او مدفوعة.

- ومع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب مستويات عمرية عديدة، فإن الاتصال الرقمي يسهم بذلك في تحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تساهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

ومنه، فإن وظائف الاتصال الرقمي لا تختلف، في جوهرها أو مضمونها، عن وظائف الاتصال الفردي والجمعي والجاهيري. لأنها في النهاية مستويات وأشكال مختلفة للاتصال الانساني الذي لا تختلف حاجاته ودوافعه من مستوى إلى آخر، أو من وسيلة إلى أخرى. ولكن هذه الوظائف قد تختلف في أهميتها وفي دعمها لعملية الاتصال بصفة عامة بتأثير التطورات السريعة في مستحدثات تكنولوجيا الاتصال التي تميزت بالفورية والتفاعلية والعالمية.... وغيرها من المزايا التي تضع بصماتها

على صور تحقيق هذه الوظائف وتأثيراتها الايجابية والسلبية التي سوف تشهد توسعا في دراستها وتقنيها في إطار النظريات الخاصة بالتحليل الوظيفي وأهدافها.

المحاضرة رقم 03 : أهمية وأهداف الإدارة الرقمية

01 - الإدارة الرقمية:

- من الممكن أن تحوي الادارة الرقمية الاتصالات الداخلية والخارجية لأي منظمة، لجعل الشفافية عالية وكاملة مما يؤدي إلى تحسين الإدارة الإلكترونية داخل المنظمة.
- ويجب على أي إدارة إلكترونية أن تلبي احتياجات العملاء بمركزية أكثر من منظمة مركزية، كما أنه يجب عدم الاعتماد على أفراد معينين بعينهم وجعل الشفافية التامة أساس العمل وجوهره، وهناك أمثلة كثيرة جداً عن الادارة الرقمية منها حساب المصاريف والجدول الزمنية على الإنترنت، ويمكن أن يتم استخدام الإدارة الرقمية لتخفيض تكاليف أي نوع منظمة¹.

• - الإدارة الرقمية معترف بها قانونياً:

- في أكتوبر 2018 منح المكتب الاتحادي لأمن تكنولوجيا المعلومات (BSI) شهادة لمقدمي خدمات تحديد الهوية إلى الإدارة الرقمية، والآن أول مزود لهذه الخدمة تماشياً مع المادة 21 ب من القانون الألماني الخاص ببطاقات الهوية والتعرف الإلكتروني، وتفي تحديد بطاقة الهوية بجميع متطلبات أهم الأعمال المتعلقة بفحوصات الهوية مثل القانون الألماني لتشجيع الحكومة الإلكترونية، وقانون غسل

¹الصادق رابح : فضاءات رقمية ، قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2013،

الأموال الألمانية، وقانون الاتصالات الألماني، بالإضافة إلى قانون حماية البيانات الفيدرالي، ولائحة حماية البيانات العامة للاتحاد الأوروبي.

- الإدارة الرقمية يقصد بها استخدام تقنية المعلومات وكل وسائل الاتصال المتاحة في العمليات داخل وخارج الإدارة وتسهيلها لرقى وتحسين وسرعة وزيادة إنتاج الإدارة وقطاعاتها المختلفة عن طريق استخدام التقنيات الحديثة، وهي منظومة إلكترونية متكاملة تعمل على تحويل العمل الإداري من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الكمبيوتر عن طريق الاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد على اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف.¹

02 - أهداف تطبيق الإدارة الرقمية :

1. تعمل على سهولة حصول المعلمين والمشرفين والموظفين على الخدمات التي يحتاجون عن طريق الكمبيوتر وشبكاته من بيوتهم أو مكان عملهم أو كافيها الإنترنت وكبائن الهواتف.
2. تتميز بالشفافية في التعامل وتحديد المسؤوليات والمهام والعمل على إنهاء سلبيات التعامل مع غير الكفاءات.
3. الحصول على الخدمات في أي زمان ومكان.
4. قلة الاعتماد على العمالة غير المدربة، مما يشجعها على الصعود بمستواها العلمي والعملية، أي أن تكون إدارة بلا مكان ولا زمان ولا أوراق.

¹ أبو عيشة فيصل : الإعلام الإلكتروني، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2010 ، ص 98.

5. تعمل على تطوير وتحسين سرعة إنتاج الإدارة وقطاعاتها عن طريق استخدام التقنيات والوسائل الحديثة¹.

03 - أول توقيع بالإدارة الرقمية:

أول توقيع تم في ألمانيا، والتوقيعات الرقمية تلبى المتطلبات الصارمة لتنظيم التوقيعات عن بعد، وقد قامت وكالة الشبكة الفيدرالية الآن بتضمين تسجيل الدخول في قائمة الإدارة الرقمية الوطنية الموثوقة، وهذا يعني أن تسجيل الدخول هو أول حل توقيع عن بعد متوافق مع الإدارة الرقمية في ألمانيا.

04- مزايا التوقيع عبر الإدارة الرقمية

- كفاءة العمليات بالكامل وتقليل التكاليف.
- تحسين سير العمل، وتخفيض معدلات الإلغاء للعقود وتحسن رضا العملاء.
- ملائمة في أي وقت، فقط قم بالتسجيل عبر الإنترنت مع جهاز لوحي أو هاتف ذكي، بدون بطاقة توقيع أو قارئ.
- بسيطة الاستخدام.
- معترف بها قانوناً، وتفي بمتطلبات النموذج المكتوب.
- مرنة وسهلة الاندماج في مواقع الويب وبرامج لإدارة المستندات وأرشفتها.
- سريعة وسهلة وأمنة، وطريقة تحديد الهوية الجديدة عبر الإنترنت.

ويمكن لمقدمي الخدمات عبر الإنترنت مثل البنوك أو شركات الاتصالات، التعرف على عملائهم الجدد بطريقة بسيطة ولكن آمنة، واسم هذه الطريقة الجديدة لتحديد الهوية هو "تحديد بطاقة الهوية"

¹نصر الدين عياضي: فضاء عمومي أم مخيال إعلامي مقارنة نظرية لتمثل التلفزيون من المنطقة العربية، حوليات الاداب والعلوم الاجتماعية، الكويت ، 2011، ص ص 8-128.

الذي تم تطويره بالاشتراك عن طريق الإدارة الرقمية، ويعتمد على وظيفة الهوية عبر الإنترنت الخاصة ببطاقة الهوية الإلكترونية الألمانية أو تصريح الإقامة الإلكتروني، وهذا ما يجعل هذه الطريقة الرقمية أسرع وأقل تكلفة من الحلول السابقة¹.

المحاضرة رقم 04 : اتصال الأزمات في الفضاء العمومي

1- تعريف اتصال الأزمات:

لقد تعددت التعاريف في هذا الشأن وكلها تصب في إطار توضيح هذا المصطلح من عدة زوايا، فهنا من يرى في اتصال الأزمات بأنه " يتمثل في تنفيذ سلسلة من الأنشطة الاتصالية والتي من الناحية الشكلية.

لها أثر في رصد الاشارات المبكرة للأزمة ، وتخفيف وقعها والمرافقة في الرجوع إلى الوضع المعروف بـ " العادي " بل و " الرسملة في الأزمة " ، بمعنى الاستفادة من هذه الاخيرة في تحسين الوضع الاصلي وبالتالي يبدو أن الاتصال هو عنصر ملازم لإدارة الازمات، وقطعة أساسية في عدتها أنه يتواجد في كل مراحلها مثلما يتبين لنا من خلال التعريف السابق.

كما أن هناك من عرفه بأنه " نظام دفاعي " فبالرغم من بساطة وإيجاز هذا التعريف إلا أنه يحمل في طياته فكرة جوهرية، تتمثل في أن المنشآت قد تتعرض خلال الازمات إلى مضايقات ومساءلات من قبل عدة أطراف كوسائل الاعلام والجمعيات المدافعة على البيئة .

ويتبع ذلك أن تتصف اتصالات الأزمة بكونها تجرى في ظروف غير اعتيادية، وفي جو مشحون بالسلبية والعداء من قبل وسائل الاعلام ومن قبل واحد أو أكثر من الجماهير الإستراتيجية للمؤسسة

¹ سحر قدوري ، الإدارة الإلكترونية وإمكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة ، مجلة المنصور ، العدد 14/ خاص ، ج 1 ، 2016 ، ص 59.

ويكون الهدف الأساسي من اتصالات الازمة هو تخفيف حدة السلبية العامة التي تغمر المؤسسة وظروف عملها والتي تهدد بالتفاقم لتشمل تدخل أطراف أخرى الامر الذي يهدد سمعة المؤسسة بل واستمرارية عملها ونتاجيتها وبقائها وما يمكن استنتاجه من التعريف السابق هو طبيعة العلاقة التي تربط بين المنشآت ووسائل الاعلام والتي يسودها على كشف الحقائق في الحصول على المعلومة ، وبثها لمختلف الجماهير المختلفة لكل جديد يساعدها على كشف الحقائق التي تخفيها الأزمات وهذا لا يعني بالضرورة وجود علاقة صراع أبدية ومطلقة بين الطرفين السابقين.

02- خصائص اتصال الأزمات:

لاتصال الأزمات خصوصيات تجعل منه نوعا متميزا من أنواع اتصال المنشأة فهو يتسم بمجموعة من السمات يمكن عرضها فيما يأتي¹:

➤ عدم الاستقلالية :

يعد اتصال الأزمات فرعا من فروع اتصال المنشأة هذه الأخيرة ذا لم تتوفر على استراتيجية شاملة للاتصال فإن ذلك سوف يؤثر بشكل كبير على فعالية اتصالها خلال الازمات وذلك بالنظر إلى أن دعائم استراتيجية اتصال الأزمات (كالرسائل والمستهدفين والوسائل) لا تعدو أن تكون سوى توابع مشتقة من الركائز الأساسية التي تقوم عليها الاستراتيجية العامة لاتصال المنشأة فنجاح الاستراتيجية الأولى مرتبط أساسا بوجود الإستراتيجية الثانية ، وهو ما يدل على تبعية اتصال الازمات بشكل مطلق وتام لاتصال المنشأة.

¹ إحدان زهير : مدخل لعلوم الاعلام والاتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2014 ، ص 78.

➤ التشتت والاندماج مع أنواع الاتصال الأخرى:

يستند اتصال الازمات في اصله على مرجعية اتصالية مؤسساتية ولا يمنع ذلك استلهامه من مختلف جوانب الاتصال المنشأة بما في ذلك الاتصال الداخلي، نظرا لأن الجمهور الداخلي يعد من أبرز المعنيين باي ازمة كما أن اتصالي المنتج والعلامة يمثلان محور الأنشطة الاتصالية في اي عدة لإدارة الأزمات.

تجدر بنا الإشارة إلى أنه بالإضافة إلى الخاصيتين السابقتين: يتميز الاتصال الازمات بخصائص أخرى ترتبط أساسا بشكل مختلف من خلاله على الاتصال الكلاسيكي أي الاتصال التجاري أو الإعلان ، وهو ما يتضح لنا من خلال الجدول الآتي :

الجدول يوضح الفرق بين الاتصال الازمات والاتصال الكلاسيكي

فرق أساسيين بين الإعلان واتصال الازمات	
الاتصال الكلاسيكي	اتصال الازمات
الجمهور المتلقي مشبع بالرسائل وبالتالي يجب جذب اهتمامه	الجمهور المتلقي هو بصدد البحث عن معلومات عن الازمة
الجمهور المتلقي حيادي وغير متحيز	الجمهور المتلقي غير متسامح وشكاك

المصدر: Marion Brasseur et Bernard Fourgues , « Communiqué en Temps de

Crise ; Française de Gestion , Vol 28/137 ; Paris ; (2002) ; pp ; 61-70

قراءة الجدول السابق ، تمكننا من معرفة الفرق بين نوعي الاتصال بكل وضوح فالاتصال الكلاسيكي يكون جمهوره المتلقي مشبعا بالرسائل الاعلانية المنبعثة من عدة دعائم إعلانية، وسائطية دون أن تتم استهداف الجمهور بشكل جيد فقد تصل الرسائل الإعلانية إلى جمهور غير معني بها، وهو ما ينتج عنه تصرف المتلقين بشكل حيادي وغير متحيز تجاهها في حين تتبنى الأطراف المستقبلية الاخرى إما سلوكات مساندة للاتصال التجاري أو معادية له.¹

أما في حالة اتصال الأزمات نجد بأن الجمهور المتلقي يكون في موقف الباحث عن المعلومات هذه الأخيرة تكون غير متوفرة كما ونوعا خاصة في بداية الازمة، كما أن عدم اعتراف المسؤولين بالازمة وتجاهلهم وإنكارهم لها يزيد الوضع غموضا وتأزما مما يبقى الرأي العام في حالة حرمان وتلهف متزايدين لمعرفة الحقيقة وهو ما يدفعه الى تبني سلوك عدم التسامح والتشكيك في كل ما يصدر من طرف المنشأة من معلومات متأخرة وما يدعم هذا الموقف العدائي أكر هو انتشار الشائعات والتأويلات.

03- مبادئ اتصال الأزمات :

يتوفر اتصال الأزمات على مجموعة ممن المبادئ التي تعطي دفعا قويا لادارة الأزمات في حالة ما إذا تم احترامها ومن هذه المبادئ نذكر ما يأتي:²

➤ السرعة في رد الفعل:

¹دليو فيصل: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 2010، ص 123.

²هوارى حمزة : مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية للفضاء العمومي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،

الجزائر، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، ص ص ، 221-232.

تعد الخفة في التصرف الاتصالي من بين أهم عوامل النجاح في اتصال الأزمات فكلما تأخرت المنشأة في رد فعلها الاتصالي تجاه مخلفات الأزمة كلما ازدادت الإشاعات وخيمت الشكوك حول مدى قدرتها على التعامل الجيد مع الازمة مما يدفعنا للقول بأنه:

❖ ينبغي التفرقة بين السرعة والتسرع .

❖ لتجسيد السرعة في التصرف الاتصالي.

❖ عمليا من أجل تلاقي كل العراقيل.

❖ الاستباق على المدى المتوسط:

تعد الاستجابة الفورية كما رأينا سابقا ضرورة ملحة تملئها متطلبات إدارة الأزمات عموما وإدارة اتصال الأزمات خصوصا ولكن هذا لا يعني في المقابل التقليل من شأن مقارنة التفكير على المدى المتوسط. إذ لا يستحسن توقع أعضاء خلية الأزمة وانغلاقهم على أنفسهم باتخاذهم من كل ما هو تسيير للقريب العاجل مبدأ متفردا ومفضلا في إدارة أي أزمة.

➤ التواجد كمصدر معلومات ذو مصداقية:

يتضمن النشاط اليومي لكل منشأة حجما كبيرا من العمليات كالإنتاج والتوزيع والتخزين ،مما يضاعف من احتمال التعرض لعدة مخاطر تنجر عنها العديد من الحوادث التي قد تخلف خسائر مادية وبشرية وبيئية جسمية وهو ما يولد ردود فعل متفاوتة لدى مختلف الأطراف الفاعلة ما بين متعاطف وحيادي وغير متعاطف.

على هذا الأساس تتجلى أهمية البروز كأول مصدر للمعلومات بامتياز من خلال بث رسائل واضحة ووافية ودقيقة ومنسجمة وهو ما يكسب المنشأة ثقة وسائل الاعلام وباقي فئات جمهورها الداخلي والخارجي ويضفي على إجراءاتها المتخذة وبياناتها المصرح بها المصداقية والموثوقية التامة.

التواجد في نفس المستوى مع طبيعة وادراك الجمهور الخارجي للحوادث:

تحدث الازمة أثناء وقوعها اختلافا في ادراك تبعاتها بين المنشأة وجمهورها الخارجي ، إذ لا يمكن أن نتصور تفسير الرأي العام ووسائل الاعلام لكل ما يحسونه ويسمعونه عبر قنوات التلفزيونية والانترنت من مظاهر الازمات وفق منظور موضوعي بحث، خال من كل ذاتية وأحاسيس مرهفة مجبولة عليها الذات البشرية في حين تحاول المنشأة من جهتها اضعاف العقلانية على رسائلها الموجهة لهذه الأطراف الخارجية، وذلك من خلال توظيف المعطيات التقنية والإحصائية لوحدها في خطاباتها وتصريحاتها.¹

ففي حالة مخلفات أزمات ذات أبعاد صحية وأمنية لا ننتظر من الرأي العام ووسائل الإعلام أن يتعاطفان أو يتسامحان مع المنشأة المتسببة في هذه الأوضاع المتأزمة ولهذا تكون الرسائل الحسية والرمزية بالواقعية ، المدعمة بالإجراءات الفعالة ميدانيا والكفيلة باحتواء المخلفات الصحية والأمنية أكثر تقبلا واقناعا وهو ما يسمح بالتقريب بين ادراك المنشأة و جمهورها الخارجي لكل ما يتعلق بالازمات .

¹ كمال عبد اللطيف : المعرفي ، الايديولوجي ، الشبكي، تقاطعات ورهانات ، ط1 ، بيروت ، مركز الدراسات العربية،

2007، ص 234.

اتخاذ موقف واضح من الأزمة:

على المنشآت أن تتخذ مواقف صريحة من الأزمات التي تمر بها وهو ما يعكس جليا توجهاتها المؤسسية ويحدد التزاماتها تجاه الغير فبمجرد حدوث أزمة تحرص المنشأة على ترك بصمتها من خلال الإجراءات المتخذة والتي ترى بأنها كفيلة بمعالجة الوضع المتأزم من جهة .ومن جهة أخرى.

تسمح هذه التدابير بكسب تأييد ورضا الرأي العام وهو ما يعزز في الأخير صورتها ويدعم سمعتها لدى جمهورها الخارجي ولعل أبرز مثال على ذلك هو السحب الفوري للمنتجات الذي تقوم به المنشآت حرصا منها على سلامة وصحة زبائننا مما يوحي بتمسكها بمواطنتها قبل كل شيء .¹

المحاضرة رقم 05: تحديات إدارة المعلومات في زمن الاتصال الرقمي

01 - مفهوم إدارة المعلومات:

إدارة المعلومات لا تعني الأنظمة أو التقنيات كما هو الحال مع نظم المعلومات أو تقنية المعلومات إنما هي مجموعة من الأنشطة والعمليات والممارسات التي تهدف إلى تحقيق الكفاءة في المؤسسة. وقد ازداد الاهتمام بإدارة المعلومات في الآونة الأخيرة نتيجة التدفق الكبير للمعلومات عبر الإنترنت ووسائل الاتصالات الحديثة مما أجبرت الشركات والمؤسسات على ايجاد الطرق والوسائل المناسبة لتنظيمها وفلترتها ومعالجتها بغرض الاستفادة منها في اتخاذ القرار و التنبؤ على الخطوات المستقبلية حول شؤون إدارة عمليات الشركة.

المعلومات التي يتوجب إدارتها من قبل أي المؤسسة تشمل كلا من المعلومات الإلكترونية وغير

¹بخوش أحمد : الإعلام الرسمي في الجزائر والكيان الإعلامي في مرحلة التحول الديمقراطي ، الملتقى الوطني الاول

الإعلام والديمقراطية، الجزائر، جامعة ورقلة ، يومي 12-13 ديسمبر، 2012 ، ص 187.

الإلكترونية, حيث يجب أن يكون الهيكل التنظيمي في المنظمة قادر على إدارة ومعالجة جميع مراحل دورة حياة المعلومات بغض النظر عن مصدرها وطبيعتها.

والمعلومات هي التي نتجت عن معالجة البيانات Data والتي بدورها تتحول إلى معرفة بمجرد اختلاطها بخبرة المتلقي والمهارات التي يتمتع بها وبالتالي فالمعلومات هي أساس المعرفة. مجالات إدارة المعلومات.

والمعلومات هي التي نتجت عن معالجة البيانات Data والتي بدورها تتحول إلى معرفة بمجرد اختلاطها بخبرة المتلقي والمهارات التي يتمتع بها وبالتالي فالمعلومات هي أساس المعرفة¹.

02 - مجالات إدارة المعلومات.

ينطوى ضمن بيئة إدارة المعلومات المجالات التالية والتي تغطي كافة أنواع المعلومات المتداولة في أي منشأة:

- إدارة المحتوى Enterprise Content Management

- إدارة المعرفة Knowledge Management

- إدارة السجلات والأرشيف Record management and Archiving

- إدارة أتمة الأعمال Business Process Management

- إدارة محتوى الإنترنت Web content management

- إدارة أدوات الإعلام الاجتماعي Socail media management

- ذكاء الأعمال Business Intelligence

- إدارة البيانات الرئيسية Master Data Management

¹ موسى عبد الناصر ، محمد قريشي : مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي ، مجلة الباحث، العدد 09، 2011، ص 75.

وتعتمد عملية إدارة المعلومات على المبادئ التالية¹:

* أن المعلومات هي أحد أصول المنظمة التي لها تأثير كبير على إنتاجيتها وبالتالي يجب الاهتمام بها والحفاظ عليها.

* يجب أن تتوفر المعلومات بين من يحتاجها داخل أي منشأة وفقا لصلاحيه كل واحد منهم وبالتالي فإن التشارك في المعلومات بين العاملين أمر أساسي لنجاح أي منشأة.

* يجب الاهتمام بالاحتفاظ بالمعلومات وتسجيلها لتبقي لأطول فترة ممكنة حسب حاجة العمل ويتم ذلك من خلال توفير البرامج والأجهزة ووضع السياسات التي تضمن ذلك.

03 - دورة حياة المعلومات.

بشكل عام فإن دورة حياة المعلومات تتكون من المراحل التالية:

- مرحلة الاستحواذ وتجميع المعلومات من مصادرها المختلفة الإلكترونية وغير الإلكترونية.
- مرحلة الإدارة والمعالجة والتشارك بين من يحتاجها داخل المنظمة.
- مرحلة توفير المعلومات للأخرين وتوزيعها عبر قنوات ووسائل مختلفة كالتقارير وأدوات البحث والتنقيب والتطبيقات الإلكترونية المختلفة.
- مرحلة الاحتفاظ بالمعلومات وتخزينها بأمان لفترات زمنية طويلة كسجلات إلكترونية أو ورقية².

¹ عبد السلام حيدوري : الفضاء العام ومطلب حقوق الإنسان ، هابرماس ، نموذجاً، دار نهى، صفاقس، 2000، ص

² نفس المرجع السابق، ص 46.

المحاضرة رقم 06: أسس ومبادئ أخلاقيات الفضاء العمومي

01- الفضاء العمومي: رؤية هابرماسية

عرف هابرماس الفضاء العمومي على أنه فضاء للنقاش الحر والنقد العقلاني ، يسمح بإثارة القضايا العامة من طرف الأفراد، وبأن يتحول الرأي الخاص في الشأن العام والنقد الشخصي إلى فكرة عامة تصل لعموم الناس.

وعرف ' هابرماس ' المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في المكان معروف أو مميز في أي فضاء فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار والتي تسعى لتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي يعتمد المجال العام على حرية الدخول والتحول الى الطابع العالمي كلما أمكن وكذلك درجات التحرر التي يتمتع بها المواطنون ورفض الهيروكرية.¹

وبالتالي فالفضاء العام هو وسيلة لتجديد الراي العام حتى يكون قوة سياسية فاعلة تعمل على ترشيد السياسة وتحقيق مصلحة المجتمع، فالفضاء العام هو الفضاء الذي يتفاعل الفرد من خلاله مع غيره من افراد المجتمع من اجل تحقيق الحقوق التي يضمنها له القانون، وهذا يعني أن الفضاء العام هو الحلبة المثلى ، للمجتمع المدني النشط والفعال الذي يقوم بدوره في المجتمع كقوة مضادة للسلطة التي

¹ عبد اللطيف بن صافية : وسائل الاعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، تونس،

اتحاد الاذاعات العربي، 2011، ص 9-19.

تريد ان تتفرد بالقرارات والتي قد تتحاز لمصالحها الضيقة أو تتحاز لفئة في المجتمع على حساب الفئات الاخرى.

وقد طور هابرماس مفهومه للفضاء العام من خلال دراسته المرجعية لعصر التنوير الذي شهدته أوروبا في القرنين السابع عشر والثامن عشر من خلال انتشار الصالونات العمومية والمقاهي والنوادي والصحف، وفي هذه الأماكن كانت تناقش القضايا العامة التي تهم الافراد والمجتمع على حساب الفئات الاخرى.

وقد طور هابرماس مفهومه للفضاء العام من خلال دراسته المرجعية لعصر التنوير الذي شهدته أوروبا في القرنين السابع عشر والثامن عشر من خلال انتشار الصالونات العمومية والمقاهي والنوادي والصحف، وفي هذه الاماكن كانت تناقش القضايا العامة التي تهم الأفراد والمجتمع بكل ديمقراطية وحرية بهدف الوصول الى الحكم الديمقراطي الرشيد.

ولا يوجد بالضرورة معرفة بين المشاركين في المجال العام ببعضهم البعض، ولكن لديهم إدراك وفهم القضية أو الاهتمام أو الأحداث معينة أو التعبير عن وجهة نظر تجاه المجتمع او العالم، ويمكن لأي شخص ان يشارك بأرائه او مساهماته ، بعد ان ساعدت وسائل الاعلام الجديدة في الخروج من النطاق

الخاص الى المجال العام الاوسع والأكثر استقطابا للعديد من الافراد ومع هذا الانتقال التحول من قضايا فردية الى اخرى ذات طبيعة عامة وكذلك يتم الانتقال من ردود الأفعال المادية التي تتم من خلال المظاهرات في الشارع او الاعتصامات او حتى أعمال الشغب الى فضاء جديد لديه وسائل جديدة واليات متنوعة يتم استخدامها للتعبير والاحتجاج تجاه المجتمع أو الدولة ، وبذلك اتسع المجال

السياسي ومجال النخبة ليضم فاعلين آخرين لديهم القدرة على التأثير في الرأي العام باستخدام تلك الوسائل الجديدة.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الاعلام الإلكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية " هابرماس " ويعتمد على أن يكون الرأي العام في حركة المعلومات وتبادل الافكار بين المواطنين ، فالانترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد .

وتؤكد نظرية " المجال العام " على أن وسائل الإعلام الالكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيرا في القضايا العامة تؤثر على الجهة الحاكمة .

والمجال العام يمكن رؤيته كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام ، ويؤكد " هابرماس " على إمكانية خلق حوار خارج السيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلا عن التأثير السياسي للانترنت بين الأفراد.

المجال العام هو مجموعة من أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة¹ فالمجال العام بشكل عام هو : " تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما - يفضلونه ويصلون لقرار في " كيف سيعيشون معال ويعملون معا بشكل جماعي خلال المستقبل " ، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميز المجال عام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة، وثانيها أنه يساوي بين الأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية وز الاقتصادية ، ثالثها أن اية قضية فيه تكون قابلة للنقاش.

¹ نفس المرجع السابق ، ص 20.

وبنفس المعايير التي وضعها هايرماس لبناء مجال عام في المجتمعات الديمقراطية والرأسمالية فيمكن سحب هذه المعايير على الوضعية القائمة حاليا في المجتمعات العالمية والتي أخذ الاعلام الجديد دوره ومكانته فيها بقوة متنامية، وهذه المعايير هي التي سرعت في حجم الانتشار والتأثير لوسائل الاعلام الاجتماعي بشكل خاص ضمن منظومة الاعلام الجديد.

وهذه المعايير أو القضايا التي تساعد على نجاح مفهوم المجال العام في المجتمع :

أ - المنزلة الاجتماعية : في خضم الجدل والتداول النقاشي في المجال العم ، يتم في الأغلب التغاضي عن المنزلة الاجتماعية لاي فرد من المجتمع .

ب- سلطة التفسير: في العصور الوسطى كانت سلطة تفسير الأحداث والمواقف هي من ممتلكات الدولة والكنيسة ، وليس من حق أي فرد خارج نطاق هاتين المؤسستين أن يحاول تفسير الحياة ووقائع الاحداث في تلك المجتمعات، ومع تحول المجتمعات الاوروبية الى مجتمعات ديمقراطية فقدت الدولة والكنيسة سلطة التفسير ن وبانت في يد الراي العام من المواطنين العاديين، وهذه الميزة عي التي ساعدت على تداول القضايا في المجال العام، وأصبح المواطن صاحب سلطة لتفسير ما يراه في أي موضوع وقد وفرت وسائل الاعلام الجديد من شبكات اجتماعية ومنتديات ومدونات وغيرها سبل دخول المواطن في عمليات تفسير الاحداث والوقائع في المجتمع ، وهذا ما نشاهده في المنتديات ووسائل الاعلام الاجتماعي حيث تخضع كل وقائع و أحداث العالم المحلي والإقليمي والدولي لتفسيرات فردية بكيفما طريقة شاء الفرد أن يعبر بها.

ج- الشمولية: لا توجد استثناءات في الاستبعاد من المشاركة في الجدل السياسي أو الاجتماعي وبالتالي أي فرد يمكن أن يشارك في هذه الجدليات ، ومما ساعد على هذه الشمولية دخول الاعلام في صناعة القضايا والموضوعات وهي ذات توجهات جماهيرية عامة، ولا تقتصر على فئة دون أخرى أو جماعة

دون أخرى ، وقد كسر الانترنت بتطبيقاته المختلفة حواجز اجتماعية كثيرة، وبنيت مفاهيم نوعية في تداول النقاش والتحاور بين مختلف الناس دون تفریق بين جنس أو دين أو عرق أو لون أو طبقة.

الشبكة هنا باتت كما لو أنها الفضاء العمومي الرقمي الجديد حقا باعتباره تعبيراً عن تصاعد مد الديمقراطية الرقمية ، وتجاوزاً للفضاء المادي الذي أطر " السوق السياسي " طيلة الأزمنة السابقة على انفجار الشبكات، صحيح أننا بإزاء مجال يتسع أفقه لباقي المجالات ، سيما للفئات التي كانت عرضة للإقصاء أو للتهميش.¹

وبدأت الأدبيات الإعلامية تعود على نظرية المجال العام في محاولة إيجاد غطاء نظري تستظل به وسائل الاعلام الجديد بما فيها الاعلام الاجتماعي لدراسات الفيسبوك، تويتر واليوتيوب وغيرها، فقراءه المجال العام ليورغن هابرماس سيساعد على معرفة الاثر الكبير الذي تحدثه التقنية الاتصالية للانترنت على المجتمعات ، واستطاع الانترنت أن يوجد الديمقراطية حتى قبل وجود الانترنت وتقليص المساحة بين الفضاء العام من شأنه أن يحدث تغييرات نوعية تشهدها تواليا المجتمعات في العالم. وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعريفات على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار حول الاحتجاجات الشعبية، في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة ، وتبادل المعلومات والافكار في هذه القضية ، ومعرفة دوره في حفزهم للمشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالاصلاح كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج وذلك نظرا للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الاصدقاء ، تمكنهم من ابداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري سياسيا واقتصاديا واجتماعيا.

¹ عبد السلام الأشهب ، أخلاقيات المناقشة في فلسفة التواصل لدى هابرماس ، الاردنية للنشر والتوزيع ، ط1، 2013، ص 164.

02- أسس الفضاء العمومي الهابرماسي:

يشترط نجاح الفضاء العمومي وفقا لهابرماس توفر العديد من الأسس وهي :

أ - فضاء للنقاش وخلق الرأي العام:

يعتبر هابرماس أن الفضاء العمومي مصدرا لتشكيل الرأي العام من خلال التبادل في النقاشات المثارة حول العديد من قضايا والتي تستدعي العديد من المؤشرات الاجتماعية والثقافية وكذا السياسية ، ولتحقيق هذه الميزة يؤكد هابرماس على مبادئ العلن والكونية من خلال الفصل بين ما هو عام وما هو خاص.

العلن: شخصه هابرماس في التزام الدولة بالتبليغ والإعلان عن أفعالها وقراراتها ومشاريعها واطلاع مواطنيها عليها بمختلف السبل بشكل مباشر أو غير مباشر حتى يستطيع المواطنون الخوض في الشأن العام والانخراط فيما يثيره من منافسات عامة.

ب - الكونية والفصل بين ما هو عام وخاص:

تتضمن الكونية عند هابرماس تراضيا بين المعنيين يقوم بواسطة حوار يتم أثناءه دفاع كل طرف عن مقفه بكل حرية فوحدة النقاش الذي يتم تداوله بموازين (الصدق، المصادقية، الحقيقة).

يؤدي إلى الموافقة المشتركة على معيار لموضوع المناقشة وذلك بدوافع معقولة وميزان كوني .

يؤكد هابرماس على أن تشكل الفضاء العمومي في ظل البرجوازية الصاعدة في أوروبا تم بفضل الفصل بين العام والخاص إذ أن السياسة لا تمارس في أطر خاصة بل في الساحة العامة وأمام الملاء،

لأنها تتطلب الطوعية والالتزام الفردي والمشاركة بين رب الاسرة وأولاده بين الأبناء والبنات وما تفرضه التزامات اجتماعية.¹

يرى نصر الدين أن هناك صعوبة في الفصل بين العام والخاص في الحياة المعاصرة التي تزداد تعقيدا خاصة بعد أن أثبتت تكنولوجيا الاتصال الحديثة مقدرتها الكبيرة على هدم الحدود الفاصلة بين الحياة الخاصة والعام.

ج- العقل وأخلاقيات النقاش:

يؤكد هابرماس على العقلانية في الحوار لضمان تجسيد الفضاء العمومي من خلال :

الاعتماد على العقل: يحيل العقل في نظر هابرماس إلى الأنوار ، أي إنارة الشيء وتوضيحه والاعلام عنه، إذ أن الفضاء العمومي ككيان روزي للوساطة يدار على أسس الاستخدام العام للحجة والتي تفترض المساواة بين الأشخاص في النقاش العام والمشاركة فيه تصبح غير مرتبطة بتوفر الإرادة السياسية فقط بل هي مرهونة أيضا بامتلاك الجميع جملة من الكفاءات الذاتية ذات الطبيعة السياسية والتي تسمح لهم بخصوص غمار النقاش العام الذي يكون مآله تشكيل الرأي العام.

هـ- أخلاقيات النقاش:

لا يذهب هابرماس إلى حد القول بتشكيل العقل نهائيا وبالافلاس الكامل للحدثة ، بل يفتح أمام العقل الحديث أفقا أخرى أوسع تتمثل في إمكانات الحوار التواصل الكامنة في اللغة المتداولة بين الناس وبلورة الحقيقة أو الحقائق عبر عمليات التواصل والتفاهم ، وتبادل الأدلة والحجج.

مسبقا على معايير منطق الخطاب وصفاته (الصدق ، الصحة، الدقة ، المسؤولية ، المعقولية) ،

¹ نفس المرجع السابق، ص 165

وكلها شروط التواصل العقلاني ، وعليه فإن أخلاقيات التواصل التي ينادي بها هابرماس تقوم على المحاجبة والافتناع، ويدعو إلى الحوار عقلاني يمتلك فيه الإنسان المعاصر الرؤيا والشجاعة اللازمتين لامتحان آراءه مع الأناس فليس من حق الفرد أن يدعي أن آراءه وحقائقه أهم وأبلغ من الآخرين¹.

والقواعد التي اقترحها هابرماس في أخلاقيات النقاش هي كالتالي:²

- لكل كم هو قادر على الكلام والفعل نصيب كامل في النقاش.
- لكل الحق في إثارة أي إشكال أو اعتراض على تأكيد كيفما كان.
- لا يحق منع أي كان من المتحاورين من النقاش ولا استعمال أسلوب الاكراه عليه.

وينطلق هابرماس في صياغته لأنموذج الديمقراطية التشاورية من ثلاثة مفاهيم أساسية:

العقلانية : وهي شرعية بسيطة تعمل على تكوين السلطة.

السلطة: توجد بداخل الإدارة وتعبّر عن طبيعتها لارتباطها بالتكوين الديمقراطي للرأي وعملها لا يتوقف عن المراقبة.

الرأي العام : يفضل الإجراءات العمومية يتحول الرأي العام إلى سلطة تواصلية قادرة على توجيه استعمال السلطة العمومية .

¹ نفس المرجع السابق، ص 166.

² يورغنهابرماس ، **الحدائث وخطابها السياسي** ، ترجمة جورج ثامر ، دار النهار، بيروت، 2002، ص 170-171.

03- دور المجتمع المدني في التشكيل الفضاء العمومي:

يلعب المجتمع المدني دورا مهما في تحديد الفضاء العمومي، فهو يشمل مختلف صيغ الفعل الجماعي المنظم ، سواء اتخذ شكل منظمة غير حكومية أو هيئة فدرالية أو جمعية محلية، كما يتبلور من خلال جميع العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والمؤسسات الاجتماعية التي تتدخل فيها الدولة بشكل مباشر.¹

¹ نفس المرجع السابق، ص 172

المحور الرابع : تصميم المواقع الإعلامية عبر الوسائط الذكية المختلفة لمؤسسات الفضاء

العمومي

المحاضرة رقم 07: مفهوم الفن الرقمي و أنواعه

المحاضرة رقم 08: مفهوم التصميم في العصر الرقمي وأخلاقيته

المحاضرة رقم 09: وسائل ومكونات التطبيقات الذكية

المحاضرة رقم 10 : نشأة وتطور المواقع الافتراضي العمومي

المحاضرة رقم 11 : مستقبل المواقع الافتراضي العمومي

المحاضرة رقم 12 : واقع الفضاء الافتراضي

المحاضرة رقم 13 : الفضاء العمومي والتحول من الواقعي إلى الافتراضي

المحاضرة رقم 14 : الأتصال الرقمي والفضاء العمومي الافتراضي

المحاضرة رقم 15: أشكال وجماليات الفنون البصرية

المحاضرة رقم 16 : أثر الفنون البصرية في التحولات الاجتماعية وشروط تحقيقها

المحاضرة رقم 07: مفهوم الفن الرقمي و أنواعه

01- مفهوم الفن الرقمي:

الفن الرقمي دجيتال آرت مصطلح ينطوي على الممارسات الفنية التي تستخدم التكنولوجيا الرقمية، ومنذ عام 1970 م تم استخدام أسماء عديدة لوصفه بما في ذلك فن الكمبيوتر وفن الوسائط المتعددة حيث أثرت التكنولوجيا الرقمية مختلف فروع الفنون البصرية.

ومنذ نهاية تسعينات القرن العشرين حدثت طفرة كبيرة في تقنيات التصميم المستخدمة لتنفيذ العمال الأعمال الفنية وذلك بعد سنوات من اختراع الكمبيوتر وتطور برامجه واستخداماته وصولا لاستخداماته الحال في الفنون البصرية.

02- أنواع الفن الرقمي:

الطباعة الرقمية: تعني نقل معلومات من ذاكرة رقمية في انتاج مزيد من السرعة ، الجماليات التنوع اللوني وتنوع الملامس حيث تتم عملية الطباعة بشكل آلي باستخدام الكمبيوتر كبديل للعنصر البشري وهناك العديد من أنظم الطباعة الرقمية المستخدمة في انتاج الأعمال الفنية التي بلغت مراحل تجهيزات ما قبل الطباعة المتبعة في الطباعة التقليدية مع امكانية التعديل والتغيير من طبعة اخرى وعند إعداد الطباعة يمكن الحصول على نفس الجودة السابقة.

- 03- الصورة الرقمية: عبارة عن صورة مكونة من مئات الالاف او ملايين المربعات الصغيرة التي تدعى عناصر الصورة وتعتمد جودة الصورة الرقمية على عدد البيكسلات المكونة لها فكلما زادت حصلنا على صورة أفضل وتحتاج الصورة التقليدية للكثير من العمل لتحويلها لتتساق رقمي¹.

المحاضرة رقم 08: مفهوم التصميم في العصر الرقمي وأخلاقيته

- 01- تعريف التصميم: هو كل ما يقوم به المصمم، وهو عملية تنظيمية للعناصر و الوحدات المكونة للعمل التصميمي، بحيث تتفاعل هذه العناصر و الوحدات في علاقات متبادلة فيما بينها في إخراج عمل متناسق يرتبط بشكل أساسي بالفكرة المصممة لتحقيق الهدف التصميمي في جذب انتباه الراي ، و هو أهم منجز يحاول المصمم تحقيقه من خلال صياغة الفكرة و بلورتها و إيصالها إلى المتلقي بشكل واضح مفهوم ، و عليه فإن هذا يتطلب من المصمم الاختيار الصحيح للفكرة و اختيار أفضل الطرق المؤدية إلى تحقيقها من خلال عملية تنظم العناصر و الوحدات المكونة للعمل التصميمي في كيان موحد يحقق الجذب و التشويق و بالتالي يحقق الغرض التصميمي.

كما تعرف الدراسة إجرائياً التصميم بأنه: مجموعة من العناصر المجتمعة المكونة من خطوط وأشكال وأحجام مختلفة تنتج عنها عناصر نفعية.

- 02- تعريف التصميم الرقمي: بأنه تصميم الدوائر الإلكترونية الرقمية، وله أسماء أخرى مثل التصميم المنطقي، ودوائر التشغيل، والمنطق الرقمي، والنظم الرقمية، وتستخدم الدوائر الرقمية في تصميم نظم الحواسيب الرقمية، والآلات الحاسبة الإلكترونية أو أجهزة التحكم الرقمية، ومعدات الاتصال الرقمية، وتطبيقات أخرى عديدة تتطلب معدات رقمية إلكترونية.

¹أقندليجي عامر ابراهيم ، علاء الدين عبد القادر الجناي: نظم المعلومات الإدارية ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، 2002، ص 245.

3 - أخلاقيات التصميم الرقمي : فجانبا برامج التصميم الفني المتنوعة تمكن الفنانين من استعمال آلة التصوير الرقمي لالتقاط الصور ثم إجراء التعديلات عليها بالكمبيوتر من خلال برامج التصميم وتعديل الصور، ومن مميزات استخدام التصميم الرقمي والطباعة الرقمية في إنتاج الأعمال الفنية توفر الوقت والجهد تقليل الأخطاء وذلك كنتيجة للاعتماد على التكنولوجيا، إمكانية الحصول على نسخ كبيرة متطابقة إمكانية التعديل في التصميم وطباعته على أكثر من خامة بنفس الشكل والجودة.

المحاضرة رقم 09: وسائل ومكونات التطبيقات الذكية

01- تعريف التطبيقات الذكية:

يمكن أن تعرف التطبيقات الذكية بأنها : التكنولوجيا الداعمة للهواتف المحمولة، كالمعايير وأنظمة التشغيل ومنصات العمل والمتصفحات وبرمجيات تهيئة الملفات¹، المخصصة لعرضها اعتمادا على الهاتف المحمول.²

ويقصد بها أيضا : واحدة من الخدمات التي تقدمها الهواتف الذكية، وهي برامج تصميمها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه من متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف، وتقدم هذه التطبيقات خدماتها للمشارك، والتي تفيده في حياته اليومية .

¹ مطلق طلق الخطيبي : استخدامات الشباب للهواتف الذكية دراسة اثنوجرافية بمكة المكرمة ، مجلة جامعة ام القرى للعلوم الاجتماعية، العدد1، السعودية، 2014، ص10

² شهد طارق حميض، واقع تصميم المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير والتصميم الجغرافي، قس التصميم الجغرافي، جامعة الشرق الاوسط، 2017، ص7.

وفي شتى المجالات كالتطبيقات الرياضية، الاخبارية، أو للتواصل الاجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أو تطبيقات ترفيهية، دينية، علمية، تعليمية، سياحية، وغيرها الكثير.

02- أنواع التطبيقات الذكية :

• تطبيق الويب: Web Apps

وهي التطبيقات المتوفرة على الموقع الالكتروني، وال تتطلب من المستخدم تحميلها وتثبيتها على الهاتف الذكي الخاص به، وتعمل هذه التطبيقات تلقائيا على أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي، أو جهاز محمول أو جهاز الحاسوب، متوافقة مع معايير متصفح الويب.

والجدير بالذكر أن المضمون في تطبيق الويب، معنيون بتقديم تصاميم للواجهة بشكل كامل عكس التطبيق الاصيل فإن عناصر الواجهة تكون محددة، ومعلومة تلقائيا ن قبل شركتي آبل وجوجل.¹

• التطبيق الهجين أو المختلط Apps Hybrid:

ويعتبر مزيج من التطبيق الاصيل وتطبيق الويب، ليلائم الاجهزة المحمولة كافة ويكون متاح من خلال الموقع الالكتروني للخدمة.

• تطبيقات مؤسسة Condor:

• متجر Condor:

هو متجر للتطبيقات والمحتوى الالكتروني يستخدم على شكل "آبل ستور" و "غوغل ستور" في مختلف الهواتف واللوحات المصنعة من قبل الشركة، ويضمن محتوى جزائريا وعربيا مطابقا للمقاييس الدولية،

¹ نفس المرجع السابق ، ص 10

ويحتوي المتجر على حوالي 12000 تطبيق أندرويد في مختلف التخصصات ومن بينها أكثر من تطبيق خاص بالألعاب.

• تطبيق Thème Park

مع هذا التطبيق ستجد الكثير من السمات المميزة، التي تستطيع تحميلها، فهذه السمات تشمل اختلاف في الايقونات والخلفيات.

• تطبيق Condor ECU

يستخدم التطبيق ECU في حالة الطوارئ، هو وسيلة بالاتصال في حالة الحريق، اسعاف، رجال الشرطة، رجال الاطفاء، الدرك الوطني، وتسمح أيضا بحفظ معلومات ممون الصحة الخاص بك (طبيب أسنان، طبيب مستشفى، صيدلية) تسمح بتقديم معلوماتك الصحية لرجال اسعاف في حالة وقوع حادث لك (فصيلة الدم، سوابق مرضية، والادوية التي تتناولها) تسمح أيضا بإرسال SOS الذي يقصد به النجدة).

• تطبيق Tcore Condor

يقوم التطبيق بمزامنة وجمع المعلومات، عن طريق Tcore يقوم بتحديد الاهداف ومتابعتك المستمرة، الإحصائيات نشاطاتك البدنية ونظام الغذاء Condor Smart Remate: .تطبيق يساعدك بالتحكم الافتراضي لأجهزة الالكترونية والكهرومنزلية¹.

¹ نفس المرجع السابق ، ص 13

• تطبيق Aurora

تطبيق متاح بشكل مجاني، لكافة مستخدمي هواتف الشركة الجزائرية لتسهيل عملية التحكم بأجهزتهم، بشكل أفضل.

يستخدم هذا التطبيق إدارة الملفات حيث يمكن المستخدم، من التحكم في هاتفه الذكي Condor من حاسوبه حيث يمكن استخدامه عبر أنظمة التشغيل الثالثة ويندوز، ماك، لينيكس، هذا التطبيق يمكنك من مزامنة هاتفك الذكي مع الحاسوب، وستتمكن من التحكم في كل ما هو موجود على هاتفك الذكي (التطبيقات، العاب، الرسائل النصية القصيرة، وحتى جهات الاتصال). وفي حالة ضياع الهاتف الذكي، يمكن للمستخدم استرجاع كل محتوياته بطريقة سهلة انطلاقا من ايجابي في هذا التطبيق.

03- مكونات التطبيقات الذكية:

• الفعاليات (Activistes):

تستخدم الفعاليات لعمل الواجهات التفاعلية، وهي أول هذه المكونات توفر للمستخدم واجهة تفاعلية تمكنه من تنفيذ أمر ما مثل تصفح الاخبار، البحث عن المعلومة، الاتصال الهاتفي، التقاط الصور، عرض خريطة أو أي مهمة أخرى.

• الخدمات (Services):

الخدمة هي مكون يعمل في الخلفية لتنفيذ عمليات يحتاج تشغيلها لفترة طويلة، التي توفر واجهة للمستخدم حيث تعمل في الخلفية بدون تدخل من المستخدم، على سبيل المثال يمكن تفعيل خدمة

تشغيل الملفات الصوتية في الخلفية بينما يقوم المستخدم بالتفاعل مع تطبيق مختلف، أو خدمة تنزيل بيانات عبر الشبكة دون عرقلة تفاعل المستخدم مع التطبيقات الأخرى.

• المحتوى مزودات: (Content providers)

مزود المحتوى يتحكم في مشاركة قواعد بيانات أو ملفات، يمكنك من تخزين البيانات في نظام الملفات أو في قاعدة البيانات.

• النشر مستقبلا: (Brradcas.Rec)

هو المكون الذي يستجيب للرسائل المرسله من النظام أو التطبيقات الأخرى على سبيل المثال عند انخفاض مستوى شحن البطارية أو إعادة تشغيل الجهاز يقوم النظام ببث رسائل الابلاغ عن هذا الحدث.¹

• مناهج:

هي عبارة عن أرضية للتعليم عن بعد، والتي تمكن التلميذ والطلبة من متابعة الدروس المحفوظة على الانترنت دون التنقل، هذه الأرضية يمكن أن تستعمل من طرف المدارس العمومية والخاصة، وستكون متوفرة في نسختين على الواب والهاتف وستحمل مسبقا على الهواتف الذكية واللوحات من Condor.

¹ اياد محمد القاسم الاغا: اساسيات برمجة تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام نظام اندرويد، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية ، 2015، ص3-12 .

• اقرأ:

هي عبارة عن مكتبة افتراضية متوفرة كتطبيق على الهاتف، محملة مسبقا على الهواتف الذكية واللوحات Condor مجانا، و تضم عشرات الكتب المختارة لكل أفراد العائلة وتعرض هذه الخدمة منهج ثري في القراءة.

المحاضرة رقم 10: نشأة وتطور الواقع الافتراضي العمومي

01- تاريخ الواقع الافتراضي :

يعود أصل تسمية الواقع الافتراضي إلى العام 1935 حيث ورد المصطلح في قصة خيال علمي قصيرة للمؤلف ستانلي ج. وينبون تحمل اسم "نظارات بجماليون (Pygmalion'sSectacles)" يصف فيها نظام واقع افتراضي يستند إلى نظارات مع ميزة التسجيل الهولوجرافي للتجارب الخيالية واستخدام حاستي الشم واللمس.

وفي العام 1962 ابتكر العالم مورتون هيلينغ نموذجا أوليا من آلة "سنسوراما"، وهي آلة ميكانيكية ضخمة بحجم ماكينات ألعاب الفيديو في مراكز الترفيه، وقد صنع لها خمسة أفلام قصيرة وظف فيها حواس متعددة، مثل البصر والسمع والرائحة واللمس.

لكن الجهاز الذي ابتكره إيفان سوزرلاند بمساعدة تلميذه بوب سبرول عام 1968 يعتبر على نطاق واسع أول جهاز واقع افتراضي وواقع معزز يرتدى على الرأس، لكنه كان بدائيا من حيث واجهة المستخدم والواقعية، وكان ثقيلًا جدا لدرجة أنه يتدلى من السقف، ولذلك حمل ذلك الجهاز اسم "سيف ديموقليس" (The Sword of Damocles).

لكن المعنى العصري للواقع الافتراضي شاع بفضل العالم جارون لانير من خلال شركته "قي بي آل ريسيرتش" التي أسسها عام 1985 وامتلكت العديد من براءات الاختراع المتعلقة بالواقع الافتراضي منتصف ثمانينيات القرن الماضي، وقد طورت هذه الشركة العديد من أجهزة الواقع الافتراضي، وكان بينها أول جهاز عرض حقيقي يرتدى على الرأس يحمل اسم "آيفون. (EyePhone)".

وحتى أواخر الثمانينيات ظلت أغلب الأفكار بشأن هذه التقنية نظرية بسبب محدودية القوة الحاسوبية في تلك الفترات، والتكلفة العالية للتقنية التي جعلت تبنيها صعبا جدا على المستهلكين.

وفي العام 1991 أعلنت شركة "سيغا" عن نظارة الواقع الافتراضي "سيغا في آر" لألعاب الأركيد ومنصة ألعاب "ميغا درايف"، واستخدمت النظارة شاشات "أل سي دي" وسماعات رأس وحساسات داخلية تتيح للنظام أن يتتبع ويستجيب لحركة رأس المستخدم.

وخلال تلك الفترة طرحت عدة أجهزة للواقع الافتراضي، مثل جهاز "فيرتشواليتي" وجهاز "فيرتشوال بوي" لشركة نينتندو، وجهاز "في أف أكس 1 (VFX1)" لشركة "فورتري" الذي يعمل بوصله بالحاسوب الشخصي، ودعمته حينذاك بعض الألعاب، مثل "سيستم شوك"، و"كويك وديسنت".

04- تعريف الواقع الافتراضي:

يعرف الواقع الافتراضي بأنه تقنية حاسوبية تتضمن محاكاة بيئة حقيقية أو ثلاثية الأبعاد تعمل على نقل الوعي الإنساني إلى تلك البيئة ليشعر بأنه يعيش فيها، وقد تسمح له أحيانا بالتفاعل معها. وأبرز الأمثلة على تقنية الواقع الافتراضي هو مشاهد الفيديو المصورة بتقنية 360 درجة التي تضع المستخدم افتراضيا في عين المكان ليختبره من كافة الزوايا وكأنه موجود هناك.

كما يستخدم المصطلح لوصف تشكيلة واسعة من التطبيقات المرتبطة به التي تتضمن بيانات ثلاثية الأبعاد يتفاعل المستخدم معها باللمس أو الصوت كألعاب الواقع الافتراضي الحالية، إلى جانب استخدام التقنية في الأغراض الطبية والهندسية.

05- تطور الواقع الافتراضي:

تعتبر غوغل رائدة في مجال تقنيات الواقع الافتراضي، ويعود ذلك إلى العام 2007 عندما طرحت الشركة خدمة "ستريت فيو" الشهيرة التي تظهر مشاهد بانورامية لمواقع عالمية، وتتيح للمستخدم التجول في شوارع العديد من المدن والمناطق السياحية حول العالم.

وفي العام 2010 صمم بالمر لوكي -الذي أسس لاحقا شركة "أوكولوس في آر" أول نموذج أولي من نظارة الواقع الافتراضي "أوكولوس ريفت"، ورغم أنها كانت تعرض في البداية صورا ثنائية الأبعاد وغير مريحة عند ارتدائها فإنها جاءت بمجال رؤية يبلغ تسعين درجة وهو ما لم يكن معهودا في ذلك الوقت، وتطور ذلك النموذج لاحقا ليصبح الأساس الذي جاءت منه التصاميم اللاحقة.

المحاضرة رقم 11: مستقبل الواقع الافتراضي العمومي

01- مستقبل تقنية الواقع الافتراضي: أصبحت التقنية شائعة وفي متناول المستهلكين مع طرح

شركات التقنية مزيدا من النظارات ودعم فيسبوك فيديو الواقع الافتراضي وتخصيص يوتيوب قناة لمثل هذه النوعية من الأفلام، وقد ساعد على كل ذلك بدء ظهور كاميرات تصوير استهلاكية تصور بزوايا 360 درجة، وانتشار نظارات الواقع الافتراضي الرخيصة.

ويمكن فعليا تقسيم نظارات الواقع الافتراضي إلى ثلاثة أقسام: نظارات تعتمد على وصلها بالحاسوب الشخصي مثل نظارتي "أوكولوس في آر" و"أتش تي سي فايف"، ونظارات تعتمد على وصلها بمنصة

ألعاب الفيديو، مثل نظارة سوني بلايستيشن في آر، ونظارات تستخدم الهواتف الذكية وهي الأكثر شيوعاً مثل نظارة سامسونغ غير في آر.

وتستثمر شركات التقنية وشركات صناعة الأفلام ملايين الدولارات في هذه التقنية التي ينظر إليها على أنها ستكون "منصة" للحوسبة، مثل الهواتف الذكية والحواسب الشخصية، وآخر ابتكارات السينما المستقبلية. وتقدر شركات الأبحاث أن يشهد سوق تقنيات الواقع الافتراضي شحن أكثر من 64 مليون وحدة بحلول العام 2020، وأن تتجاوز إيراداتها عام 2016 مبلغ 2.3 مليار دولار.

المحاضرة رقم 12: واقع الفضاء الافتراضي

01- الفضاء الافتراضي: (الرمزي، الإلكتروني، الرقمي، السبراني)

يحمل هذا المفهوم عدداً من المعاني المختلفة ففي رواية جيبسون أين ظهر هذا اللفظ للمرة الأولى ، كان يعني شبكة ضخمة من المعلومات ترتبط بأسلاك أو تتصل مباشرة بأجهزة المستخدمين العصبية كما يعني عالم بديل مصنوع من كم هائل من المعلومات القادمة من الشركات والحكومات والأفراد التي يدخل إليها المستخدم ليس عبر النظر إلى شاشة كمبيوتر ولكن عبر اتصال كهربي مباشر الخ. إن التساؤل المحوري يدور حول كينونة الفضاء التقني/ الإلكتروني الذي أوجد بيئة تكنولوجية موازية لعالم الإنسان، والتي ستظل بيئة افتراضية وعالمها يصنع رموزه وكائناته المعبرة. لذا هناك من أطلق عليه "الواقع الافتراضي"، مستوحياً فكرة جورج أرويل في روايته الشهيرة¹ سنة 1983 التي تخيلت وجود لغة جديدة في العالم واتصالات عديدة وهو ما تحقق.

¹ - مصطفى عطية جمعة: شعرية الفضاء الإلكتروني (قراءة في منظور ما بعد الحداثة)، ط1، القاهرة: شمس للنشر والإعلام، 2016، ص 37.

إن مفهوم الفضاء الرقمي مجسدا لمفهوم طريق المعلومات فائق السرعة وصاهرا داخله المؤسسات الاجتماعية والثقافية بأنواعها واقترن هذا الفضاء بمفاهيمه السايبرية المختلفة، حيث انعدام جغرافيا المكان الطبيعي، وظهور جغرافيا الإبحار المعلوماتي في شتى الاتجاهات وفي ذات الآن، وليس هناك إلا الزمن الالكتروني تطابقا مع تشعب التفكير البشري الآني.¹

عرف كل من آسيا بريغز وبيتربورك على أنه: "ذلك الفضاء الذي ينخلق عندما يدخل المرء إلى الانترنت أو الحاسب ويتخلل من واقعه المادي ويذوب في الواقع الجديد الذي تتيحه الشبكة أو الحاسب. ويصبح جزءا منه، فيكون اللاعب الذي بداخل لعبة الحاسب مثلا. والجدير بالذكر أن الفضاء الرمزي حسبهما وعلى خلاف التلفزيون ومثل القراءة التي لا تخضع للرقابة، لا يقف على أبوابه حراس".

المحاضرة رقم 13: الفضاء العمومي والتحول من الواقعي إلى الافتراضي

01- الفضاء العمومي والتحول من الواقعي إلى الافتراضي:

وفقا لما طرحه يورغن هابرماس عن كون الفضاء العمومي معطى رمزي لا يوجد بالضرورة في فضاء مميز ومحدد ولكنه في شكله المثالي، يظهر إلى الوجود من خلال كل حوار يتجمع فيه الأفراد الخصوصيون لتشكيل هيئة عامة تساعد في وضع وتحديد حاجات المجتمع مع الدولة. وبذلك يكون عبارة عن شبكة لإيصال المعلومات والتواصل بين الآراء ووجهات النظر المختلفة التي تعبر عن اتجاهات إيجابية أو سلبية تجاه أمر ما، وأنه يتم من خلاله ترشيح وتهذيب ومزج وتركيب تيارات الاتصال المختلفة لتندمج في داخل الرأي العام بخصوص الموضوع محل الاهتمام.

¹ محمد علي رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونموذجة منظومتها الاجتماعية)، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 270.

وبما أن الفضاء العمومي هو "عبارة عن حيز من حياتنا الاجتماعية، يشكل فيه رأي عام، ويعبر فيه المواطنون عن آرائهم بحرية كاملة. كما يدور بينهم حوارات وتفاعلات ومناقشات نقدية حول اهتمامات إجتماعية مشتركة، في مجموعة من القضايا الخلافية الخاصة بالصالح العام".¹

وانطلاقاً مما أشرنا له سابقاً من خصائص للاتصال الرقمي، وللفضاء الإلكتروني ومن خلال تأكيدنا على الآثار الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيا يمكن القول أن الفضاءات الافتراضية أضحت اليوم تشكل فضاءات عمومية بالمفهوم الهابرماسي.²

إذن، لكل زمان مقاهيه التي تترجم عقلية ولغة وثقافة الزمن الذي أنشئت فيه. لذا فلئن كان للقرن التاسع عشر مقاهيه التي استوعبت النقاش العمومي الدائر بين مواطني تلك المرحلة، فإن "الفضاءات العمومية الرقمية اليوم ترسم حدودها بأسلاك إلكترونية. لقد أضحت المقاهي والنوادي أيضاً بصيغة رقمية، أساسها روابط توجهها كائنات افتراضية تختزل الزمن، وتذيب المسافة، وتجعل الكل يتحرك في عالم افتراضي".

فما هي، إذن، محددات الفضاء العمومي الرقمي؟. وما هي خصائصه التي تضيف عليه معناه الخاص؟. وما هي الأدوار التي أضحي يقوم بها؟.

لأجل تبني أطروحة هابرماس حول الفضاء العمومي على الاتصال الرقمي وما يتيح من فضاءات افتراضية، يجب الاعتراف بإمكانية هذا الاتصال في نقل المعلومة وتبادلها وتخزينها داخل سياق

¹ - إسلام حجازي: الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي: ظاهرة الفاييبوك في مصر نموذجاً، مرجع سبق ذكره، ص ص 6-7.

² - حجبية قافو: "الفضاء الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية"، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين: المركز الديمقراطي العربي، ع1، يناير 2018، (ص ص 167-195)، ص 169.

سياسي وثقافي لماهية الاتصال الاجتماعي. ولبلوغ هذا، على الفضاء العمومي واقتصاد السوق - بالاعتماد على مجتمع المعرفة بشقه الاقتصادي والسياسي - أن يندمجا وأن لا يتنافرا.

ويمكن ذلك عندما يستطيع الذكاء الجماعي لا الفردي في نسخته السياسية أو الاقتصادية أن يحقق وحدة الاتصال والإعلام بوصفها ظاهرة تطبق عليها التقنية والمعلومة كصيورة من التواصل الانساني هدفه إنارة الفعل الجماعي. وعلى العموم يظهر الأساس الاجتماعي والبعد الإنساني في التقنية الاتصالية انطلاقا من تنظيم وهيكلية الاتصال داخل المجتمع.

إن الاتصالات الرقمية والتي تبرز البعد التكنولوجي في الاتصال كظواهر اجتماعية يتمثل في نقل واستقبال بث الأفكار والآراء والمعلومات التي تشغل بال المواطن في علاقته بقضايا الشأن العام، وهي بذلك فضاء ميديا تيكي¹ (Espacemédiatique) جزء من الفضاء العمومي (Espace public) الذي فيه يتفاعل المواطن بشكل حر ومستقل عن أطر الدولة التي تنظم حياة الأفراد ككتلة ووحدة متماسكة، وحنة استقلالية الفضاء الاتصالي تأتي من كون هذا الفضاء يجب أن يكون متعددًا، ولا بد من الإشارة في هذا السياق إلى أن الاتصالات الرقمية الحديثة تبدو منسجمة مع طبيعة الفرد التحررية وقاعدة المجتمع المتعدد عندما تقع هيكلتها وتنظيمها من خلال تقديم البعد الاتصالي الثقافي وليس الاتصالي التقني الذي قد يقع إخضاعه إلى قواعد التسويق أو الاحتكار.

إن الفضاء العمومي الافتراضي هو فضاء الكتروني يجمع الأشخاص مع بعضهم البعض على اختلاف عرقهم، جنسهم، دينهم والطبقة الاجتماعية، كما أن هذا الفضاء الافتراضي غير محدد مكانيا

¹ - جمال الزرن: "أنسنة الثقافي في تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي"، مرجع سبق ذكره، ص ص 71 - 72.

إذ يمكن لأي شخص دخول المحادثة وإعطاء رأيه، وهو إعادة تشغيل الفكرة القديمة للفضاء العمومي أي التي جاء بها هابرماس.¹

إنه يشكل انعكاسا للواقع السياسي الفعلي الذي ينهل منه موارده على اختلاف أشكالها مؤرخا بذلك لأهم لحظاته التي يسجلها ضمن ذاكرته الرقمية. "ومواطنو هذا الفضاء يثبتون حضورهم عبر التفاعل والمشاركة في النقاش العمومي الإلكتروني حول الموارد المنشورة. إنه فضاء للتعبير بلا قيود أو حدود بلا ضوابط ولا سلطة عليه.

المحاضرة رقم 14 : الاتصال الرقمي والفضاء العمومي الافتراضي

01 .الاتصال الرقمي والفضاء العمومي الافتراضي:

وصل الإنسان، عبر التاريخ البشري الطويل، أخيرا إلى التمثيل والتوسط في وسط تكنولوجيا اتصالي جديد، وسط الاتصال الإلكتروني ليس له من علاقة بأوساطنا التكنولوجية السابقة سوى أنه يجمع بين مختلف أنواعها في آن واحد. ومن ثم يمثلنا في كيانه، برمزية تجريدية جديدة، أصلها هي الأخرى من حياتنا وعقلنا وتفكيرنا المجرد، بصورة عامة الـ "تعم" والـ "لا" الفتح والغلق، الوصل والفصل: ثنائية الاستمرار والاستقرار أو الواحد والصفير.²

ولأجل كل هذا انتقلت الظاهرة الاجتماعية بمختلف جوانب تمثلاتها، الثقافية والتقنية والسلوكية والاقتصادية والسياسية والقانونية... من أنها فقط تتمثل طبيعيا في المجتمع البشري الطبيعي، إلى أن

¹ - رباب بن عياش: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر (دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" (خلال الانتخابات الرئاسية أبريل 2014 - من 1 جانفي -30 ماي 2014)، مرجع سبق ذكره، ص 114

² ماجد محمد الزويدي : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المشروع تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي في تنمية المهارات ، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد 5، اليمن، 2005، ص 145.

تتمثل أيضا صناعيا (رمزيا - رقميا - آليا) وأيضا بمختلف جوانب تمثلاتها الأصلية، إلا أنها أصبحت في شكلها الإلكتروني (المصنع) من الذرة إلى الالكترن، لتصبح الحياة الاجتماعية انطلاقا من هذا المعطى الجديد "حياة رقمية".¹

ففي سياق الحياة الاجتماعية، التي أضحت اليوم رقمية، نجد أنفسنا نتواصل وبشكل متزايد من خلال الرسائل النصية والبريد الإلكتروني أكثر بكثير من التواصل المباشر وجها لوجه. فلدينا مئات "الأصدقاء" على الإنترنت، ومع ذلك قد لا نعرف الجيران الذين يسكنون بجوارنا. فضلا عن أن أول مكان نبحت فيه عن المعلومات هو محرك البحث غوغل.

"لعل أبرز ما يترتب على كل هذا الانتشار التكنولوجي الواسع والطوفان الإلكتروني الغامر حدوث تحولات جوهرية في المواقف والسلوك"². فالتكنولوجيا كما يشير محمد سبيلا "ليست فقط آليات وأدوات يتم استعمالها، بل إنها تحمل معها ثقافة ونظام قيم ورؤية للعالم ومنطقا يتعين استيعابه، بل إنها تحمل وتبث تغيرا في معنى الحياة ذاتها. فهي تنفذ إلى كل شرائح الحياة والوجود في المجتمعات، وتحدث تغييرا عميقا في المجال الإدراكي وفي المجال الذهني".³

إن التغيرات في الوسائط تؤدي إلى نتائج اجتماعية وثقافية مهمة كما سبق وأن أشرنا تعد حقيقة تحظى بقبول واسع، في حين أن الشيء محل الخلاف هو طبيعة ومدى هذه النتائج: فهل هذه النتائج سياسية أم نفسية في الأساس؟ وحتى من الناحية السياسية تثار أسئلة مثل: هل تدعم الديمقراطية أم

¹ - علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي (مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب)، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2008، ص ص 22-23.

² - ريتشارد واطسون: عقول المستقبل (كيف يغير العصر الرقمي عقولنا، ولماذا نكثر، وما الذي في وسعنا)، ط1، تر: عبد الحميد نحمد دابوه، القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2016، ص 14.

³ - محمد سبيلا: مدارات الحداثة، ط1، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2009، ص 208.

الدكتاتورية؟ فعصر الإذاعة مثلا لم يكن فقط عصر "روزفلت" و"تشرشل" بل كان أيضا عصر "هتلر" و"موسوليني" و"ستالين"، ومن الناحية النفسية تثار أسئلة مثل هل القراءة تشجع التوحد مع الآخرين أم تشجع الانسحاب إلى العالم الخاص؟ هل التلفزيون أو "الشبكة" تدمر المجتمعات أم تخلق أنواعا جديدة من المجتمعات لا يهتم فيها القرب المكاني؟¹

إن صعوبة الفصل في هذا الجدل وعلاقته بمفهوم الفضاء العمومي في السياق العربي، يشير إليه كمال الزرن معبرا عنه: "إن الفكر العربي المعاصر لم يرفع معرفيا من شأن فكرة الاتصال أو ما يطلق عليه هابرماس بالتواصل لتتحول إلى حقل اشتغال سياسي وفكري أصيل، ليهجم علينا الاتصال الرقمي مع بداية الألفية دون سلاح معرفي نحتمي به ونغرل على هديه ما يقذف به الفكر الإنساني والآلة الاتصالية من نظريات وممارسات."²

والواضح أن هناك انقساما بين الباحثين حول صلاحية الفضاءات الافتراضية في تكوين الفضاء العمومي بالمعنى الهابرماسي، حيث يؤكد المسح السريع لأدبيات دراسة العلاقة بين المجتمعات الافتراضية والفضاء العمومي كما يشير اسلان حجازي: "أنها أسفرت عن اتجاهين متضادين، يرفض أحدهما وجود علاقة بين المجتمع الافتراضي والفضاء العمومي بسبب ما يتميز به الحيز الافتراضي من مادية وعدم إنسانية. وهو ما لا يتوافق مع طبيعة الفضاء العمومي القائم على التفاعلية الاجتماعية بين مختلف الأفراد الخصوصيين. بينما يذهب الاتجاه الثاني إلى إمكانية مساهمة الحيز الافتراضي في بناء الفضاء العمومي، خاصة في ظل قدرة الأفراد الخصوصيين على استخدام الفضاءات التقليدية

¹ - آسيا بريغز، بيتر بورك: التاريخ الاجتماعي للوسائط (من غتبرغ إلى الإنترنت)، تر: مصطفى محمد قاسم، الكويت: عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2005، ص 23

² - جمال الزرن: "أسنة الثقافي في تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي"، ص ص 69 - 103، في: سالم لبيض وآخرون/ أسنة التكنولوجيا، ط1، اللجنة الثقافية المحلية بجرجيس، 2006، ص 98.

نتيجة خضوعها للسيطرة من جانب قلة من أفراد المجتمع. وهو الأمر الذي قد يمنع تشكيل الهيئة العامة المكونة للفضاء العمومي في داخل الأطر التقليدية المعروفة".¹

المحاضرة رقم 15: أشكال وجمالية الفنون البصرية

01- الفنون البصرية *Visual arts* : هي مجموعة الفنون التي تهتم أساساً بإنتاج أعمال فنية تحتاج لتذوقها إلى الرؤية البصرية المحسوسة على اختلاف الوسائط المستخدمة في إنتاجها. والفنون المرئية هي لفظة.

هي مجموعة الفنون التي تهتم أساساً بإنتاج أعمال فنية بحاجة لتذوقها إلى الرؤية البصرية المحسوسة على اختلاف الوسائط المستخدمة في إنتاجها فهي الأعمال الفنية التي تشغل حيزاً من الفراغ كالرسم والتلوين والنحت (تأخذ شكلاً) وبالتالي يمكن قياس أبعادها بوحدة قياس المكان (كالتر والمتر المربع) وهي بهذا تختلف عن الفنون الزمانية كالرقص والشعر والموسيقى والتي تقاس بوحدة قياس الزمن (الدقائق والثواني) لتصبح لدينا الفنون السبعة بجمع الفنون التشكيلية والزمانية وتلك التي تحمل الصفتين معاً كالسينما (تشكيلية/زمانية).

فمصطلح الفنون البصرية تأسس ضمن مفاهيم فكر ما بعد الحداثة، هي التي تهتم أساساً "مجموعة الفنون بإنتاج أعمال فنية تحتاج لتذوقها إلى الرؤية البصرية المحسوسة على الوسائط المستخدمة في إنتاجها فهي الأعمال الفنية "كما تعرف الفنون البصرية على "أنها تمثل الأعمال الفنية المرئية والتي لها حضور بصري ومستندة على الأشغال بالمكونات والخامات في الواقع والطبيعة، وهي تشمل الفنون التشكيلية التقليدية تشكيل الخزف، الرسم ، وأيضاً الحديثة الفني، النحت، العمارة، تشكيل

¹ - إسلام حجازي: الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي: ظاهرة الفيسبوك في مصر نموذجاً، مرجع سبق ذكره، ص 7.

المعادن، الطباعة، الخط، فنون التشكيل الحروفي الفنون البصري المتمثلة في التصوير الفوتوغرافي، السينما، الفيديو وصناعة الأفلام بأنواعها، التصميم الجرافيكي، الفن الرقمي وفن الليزر وكذلك العديد من العروض الفنية التي تعتمد على أساس بصري، ومنها: الفنون المسرحية، فن الرقص، الفنون التطبيقية الحديثة المتمثلة في: التصميم الداخلي، فن الأثاث، الباليه، العروض الرياضية، السيرك وأيضا فنون النسيج، التطريز، الأزياء، المكياج، فن تصميم الحلوي، فن نقش الحناء، فن تصفيف الشعر، فن تنسيق الزهور، وتنسيق المائدة فهي جميعا تنطوي تحت الفنون البصرية، تُكَيَّف الفنون البصرية مع فكر ما بعد الحداثة. يتلخص تعريف الفنون البصرية لدي الناقد شاكر عبد الحميد استاذ اكااديمية الفنون الجميلة " في أنها تلك الفنون التي تعتمد في إنتاجها على فعل الرؤية، بشقيها الفيزيقي والوجداني، أي تلك الفنون التي تعتمد في إنتاجها وإبداعها وفي تذوقها وتلقيها على حاسة الإبصار، أو على فعل الرؤية كي يتسع المعنى المقصود بالإبصار ليشمل الرؤية البصرية الخارجية والرؤية العقلية والخيالية والوجدانية الداخلية" وبالتالي فالإبصار والمظهر الخارجي المرئي من الأمور الحاسمة في تصنيف الفنون البصرية التي تشتمل على الرسم والتصوير.

التصميم بشكل عام هو التخطيط والإنشاء المبدئي لفكرة أو مشروع معين بهدف نقله من عالم الخيال والتفكير إلى الواقع والحقيقة، فهو الأساس والأصل الذي تقوم عليه الصناعات والأعمال المختلفة، وكثيرًا ما يُستخدم هذا المصطلح في المجالات الفنية والهندسية، فالأعمال الفنية بأشكالها كافة المتعلقة بالفنون التشكيلية والتطبيقية والصناعية بحاجة إلى تصميم أولي، وكلما كان التصميم أكثر إحكامًا وملائمةً للواقع فإنَّ العمل الناتج عن هذا التصميم سيكون أكثر جودة وإتقان، ولهذا الفن مبادئ وأصول لتعلّمه والإبداع فيه، كما أنّ له أفرعًا عدّة: كالتصميم الفني والتصميم المعماري والتصميم

الهندسي، بالإضافة إلى تصميم الأزياء ومواقع الويب وغير ذلك من الأعمال التي لا بدّ فيها من وجود هيكل ومخطط أولي.¹

02- فروع الفنون البصرية :

✚ فن صناعة الأفلام : صناعة الأفلام أو صناعة السينما مصطلح يُستخدم للدلالة والتعبير عن الهيئات والكوادر التي تعمل وتتضافر جهودها لإنتاج فيلم معيّن، وتشمل هذه الهيئات: الشركات التجارية المنتجة واستديوهات التصوير والعاملين فيها والتصوير السينمائي وتحريك الصور وغير ذلك، كما أنّ صناعة الأفلام تعني أيضًا فن صناعة الصور المتحركة وهي أفلام الكرتون، فالفيلم يحكي قصة يتم تجسيدها بطريقةٍ ما، وقد تطوّرت السينما والأفلام بشكل ملحوظ، ففي البداية كانت السينما صامتة ثمّ أدخلت فيها تقنيات سمحت بوجود الكلام مع الصورة فأصبحت ناطقة، إلى غير ذلك من التطورات المذهلة التي جعلت منها إحدى فروع الفنون البصرية ذات الإقبال الواسع بين البشر في مختلف أنحاء العالم.

✚ فن التصوير إنّ فن التصوير هو أحد أنواع الفنون البصرية التي تتطلّب قدرًا كبيرًا من الإبداع والموهبة، بالإضافة إلى إمكانية تطويرها بالتدرب والتعلم، حالها حال جميع الفنون والأعمال الإبداعية، وله أنواع عديدة منها: التصوير الفوتوغرافي، التصوير الرقمي والحراري، والتصوير بالأشعة، فالتصوير هو عملية نسخ منظر ومشهد حقيقي وواقعي وتحويله إلى صورة، ويكون ذلك بالاعتماد على أدوات معينة ومثال ذلك التصوير بالرسم، الذي يحتاج إلى فرشاة وألوان وغير ذلك من أدوات الرسم، أمّا التصوير الفوتوغرافي فيحتاج إلى آلة التصوير المسماة بالكاميرا، ومع تطوّر العلم والانتشار المذهل للتكنولوجيا والتقنيات الحديثة فقد تمّ إنتاج الكثير من الكاميرات ذات الدقة العالية.

¹ نفس المرجع السابق، ص 182.

✚ فن الحرف اليدوية كيف تطوّر فن الحرف اليدوية جيلاً بعد جيل؟ فن الحرف اليدوية هو فن ناتج عن أعمال وصناعات بسيطة تكون فيها اليد هي العامل الرئيس والأداة الأبرز لإنتاجها دون الحاجة إلى استعمال آلات حديثة، ومصطلح الحرف اليدوية يُطلق على الكثير من الأعمال مثل: صناعة النسيج والحياسة والتطريز والفخار والخزف وصناعة السفن، وأنواع أخرى كثيرة، وقد طوّر الإنسان بعض الأدوات واستخدمها في مجال الأعمال اليدوية فساعد ذلك في زيادة جمال المصنوعات والأشغال المنتجة بهذه الطريقة وزيادة فائدتها. ولهذا الفن أصول تقليدية وتراثية عريقة وأهمية ثقافية ودينية كبيرة، فالناس توارثوا فن الحرف اليدوية جيلاً بعد جيل ليساعدهم ذلك في إنشاء بعض السلع التي يحتاجون إليها، ثم أصبح الغرض الفني هو الأساس في هذه الحرف، لا سيما مع تطوّر الصناعة بشتّى مجالاتها.

✚ فن العمارة كيف تطور فن العمارة على مر العصور والحضارات؟ إنّ فن العمارة هو أحد الفنون الإنسانية العظيمة التي تطوّرت على مر العصور وأعطت صوراً مذهلة عن الدول والحضارات التي تعاقبت في مختلف بقاع الأرض، فالسكن وإيجاد المأوى هو هدف الإنسان الأول من البناء وإنشاء البيوت، إلا أنّ فن العمارة قد طوّر هذا المفهوم وأضفى على عملية البناء صبغة فنية.¹

03 - أنواع الفنون البصرية

✚ يوجد عدد كبير من الفنون المرئية، ومع ذلك، يمكن تقسيمها إلى ثلاث مجموعات كبيرة:

✚ التمثيلات التقليدية:

¹ عبد الحميد صلاح : يمني عاطف : الإعلام والفضاء الإلكتروني ، ط1، أطلس للنشر والتوزيع الاعلامي، الجيزة، 2015، ص 221.

هي مرتبطة بمفهوم "الفنون الجميلة" ، الذي تمت صياغته في القرن الثامن عشر ، للإشارة إلى التعبيرات التي يمكن أن تبهج العين بجمالها وذوقها الجيد. يتم تضمين الرقص والرسم والنقش والنحت والسيراميك والعمارة هنا¹.

تمثيلات القرن العشرين:

يبدو أن بالدافع الإبداعي الممنوح من قبل مختلف الطليعات والاستكشافات باستخدام المواد والتقنيات. يمكن هنا تضمين الفن الحضري ، والأفلام ، والفن الحركي ، وفن الأرض ، والتمثيلات التصويرية التجريدية ، وفن الكتابة على الجدران ، والتصوير الفوتوغرافي ، والفن البصري ، والأداء.

التمثيلات الرقمية والمعاصرة:

يحدث ذلك مع ظهور أجهزة الكمبيوتر والوسائط الجديدة ، مما أتاح إمكانيات جديدة للإبداع الفني. في ما يلي التصوير الرقمي المُجمَع ، وفن الوسائط المتعددة أو فن الفيديو ، والمنشآت المختلطة (حيث تتلاقى التقنيات التقليدية والطليعية المختلفة) ، والتوضيح الرقمي والفن التفاعلي.

تقنيات وموارد الفنون البصرية:

يستخدم كل من الفنون المرئية أنواعًا مختلفة من التقنيات والموارد. يتم عرض بعض من الأكثر استخدامًا أدناه ، وفقًا لنوع التمثيل:

هو رسم:

¹ماركوس ، أ. وسيط الكمبيوتر في العملية الإبداعية للفن الرقمي، 2009 تم الاسترجاع من موقع Researchgate.net

تعتبر هذه التقنية هي اللغة المشتركة العالمية ، كونها أول لغة يستخدمها البشر لتمثيل ونقل أفكارهم وقصصهم. تحتاج فقط إلى مساحة مسطحة وعنصر يتناقض لونه مع لون المساحة المسطحة ، مما يسمح لك برسم شكل عليه.

بالنسبة للتقنيات ، يتم تصنيفها حسب نية الرسم. ستجد هنا رسومات فنية وهندسية ومعمارية وتقنية وجيوديسية ورسوم متحركة ورسومات يدوية.

لوحة إلى جانب الرسم ، يعد من أقدم أنواع التمثيل المرئي الذي استخدمته البشرية. في الأساس ، يحتاج الفنان إلى سطح وأصباغ وأدوات لتطبيقها. عادةً ما يكون السطح المستخدم عبارة عن ورق أو قماش ، ومع ذلك ، يمكن أيضًا التدخل في الجدار¹.

بالنسبة للتقنيات ، تعتمد هذه على طريقة تحضير الأصباغ وتثبيتها على السطح. بعضها عبارة عن طلاء باستيل ، وطلاء زيتي ، وطلاء أكريليك ، وغواش ، والعديد من التقنيات المختلطة التي تدمج مزيجًا من العديد من الأصباغ والمجلدات في نفس العمل.

النحت:

تستخدم مواد ناعمة أو صلبة لتشكيل قطع ثلاثية الأبعاد. يمكن أن تكون المواد المستخدمة من أي نوع ، مثل المعادن أو الخشب أو الطين أو الورق أو الزجاج أو القماش أو المطاط أو البورسلين. تشمل تقنيات النحت الأكثر استخدامًا الحفر بالأزميل والنحت والصب أو القوالب والترصيع والخشب الرقائقي.

¹إيسانو ، أو ما هو الفن المعاصر؟، 2012 ، تم الاسترجاع من موقع mitpressjournals.org

التصوير:

تسعى التقنيات المستخدمة في التصوير الفوتوغرافي إلى التقاط صورة من خلال العدسة والنقش اللاحق لها على ركيزة أو وسط رقمي.

تستخدم جميع أنواع التصوير الكاميرات لتوليد أجزاء ، ولكن في حالة التصوير الفوتوغرافي التناظري من الضروري تسجيل الصور من خلال عملية كيميائية ، بينما يستخدم التصوير الرقمي فقط ذاكرة و شاشة لعرضك.

تشير تقنيات التصوير الفوتوغرافي بشكل أساسي إلى تكوين العناصر الملتقطة ونسبتها داخل إطار الصورة.

الفن الرقمي:

يستخدم هذا النوع من التمثيل فقط استخدام العناصر التكنولوجية والرقمية ، مثل أجهزة الكمبيوتر ، لتنفيذ العملية الفنية للإبداع الفني.

هناك العديد من التقنيات التي تسمح بتطبيق هذا النوع من الفن المرئي ، مثل الرسم الرقمي ، والفركتال ، والفن الخوارزمي ، و Datamoshing ، والرسم الديناميكي.

أمثلة الفنون البصرية:

قد تكون بعض الأمثلة على الفنون البصرية ، المطبقة في مختلف المجالات ، كما يلي¹:

✚ -المجوهرات: وهي أحد تطبيقات النحت ، المنفذة بشكل أساسي ب مواد معدنية وغير معدنية ، وترصيع بالأحجار الكريمة.

✚ -صناعة الخزائن: هو فرع متخصص من النجارة ، يستخدم النحت والنحت على الخشب لعمل القطع المقلوبة والنقوش البارزة والقوالب.

✚ -الخط: هو تطبيق رسم لتوليد علامات تسمح بكتابة جميلة ومزخرفة.

✚ -التركيبات الفنية: تمثل معاصر يمكن أن يشمل أنواع مختلفة من الفنون المرئية والتقنية والمادية.

المحاضرة رقم 16: أثر الفنون البصرية في التحولات الاجتماعية وشروط تحقيقها

01- التحولات الاجتماعية:

يشهد العالم تحولات اجتماعية هامة يقودها تأثير العولمة، والتغير المناخي العالمي والأزمات الاقتصادية والمالية الناتجة عن أوجه عدم المساواة المتنامية، والفقر المدقع، والاستبعاد والحرمان من حقوق الإنسان الأساسية. وتظهر هذه التحولات الحاجة الملحة إلى حلول ابتكارية تفضي إلى قيم عالمية تتصل بالسلام، والكرامة الإنسانية، والمساواة بين الجنسين واللاعنف وعدم التمييز. والنساء والرجال الشباب الذين هم أكثر تأثراً بهذه التغييرات، هم بالتالي الجهات الفاعلة الأساسية في مجال التحولات الاجتماعية.

¹أرلاندر ، خصائص الفنون المرئية والمسرحية.2011، تم الاسترجاع من موقع Academia.edu

02- شروط تحقيق التحولات الاجتماعية:

وعلى هذا الأساس تم وضع شروط أساسية لكي تتحقق التحولات الاجتماعية:

- التغييرات الملامسة للمجتمع الشامل ينبغي أن تكون لا رجعة فيها (أي قوى المحافظة يمكنها تغيير موازين القوى مع كتلة التغيير).

- التحقق والتأكد من الانتقال من بنية إلى بنية أخرى مغايرة.

- الانتباه إلى كون طبيعة المجتمع الشامل هي المسؤولة عن صعوبة معاينة أو فهم التحولات الموجودة داخل المجتمع. لأنه كنظام غير قادر على تسوية البنيات وترسيخها كبنيات معاصرة ومتوافقة فيما بينها، في حين يحتوي بناءه على عناصر موروثه من الماضي (الاستمرارية) وعناصر حديثة (جزء الحاضر الذي له الأسبقية) والعناصر المحتملة كجزء من تصور المستقبل (جزء من الاحتجاج والتغيير). والتوافق الوحيد الذي يحرص على استمراره هو الوقوف في وجه المخاطر المهددة للنظام الاجتماعي، ولا يسمح بإنجاز التغييرات إلا تلك التي تضمن الحفاظ على النظام الذي يحرسه هو نفسه. ولتأكيد هذا التصور، تستعمل الأنثروبولوجيا المعاصرة مصطلح "التحول" لوصف التباسات الوضع الحالي، وغموض القيم، وفقدان المعالم، أي تلك الفترة التي تتعايش فيها الأشكال القديمة للمجتمع، مع أشكال لم تتبلور بعد كأشكال جديدة. زمن التحول يصبح بهذا المعنى، "زمن معلق" والتغيير الذي يحدثه في الحاضر، يجعل المستقبل غير موثوق به. إذا كيف يمكن تأكيد التحولات السياسية في بنية لا تتحقق فيها القطاعات ولا التجديد القائم على الابتكار وليس إعادة إنتاج القديم في حلة جديدة Traditionalisation، ولا التطورات العميقة المتجاوزة بشكل جذري للموروث الثقافي العتيق وكل أشكال "الحجر" التي تمارسها قيم لا تؤهلنا للتصالح مع الذات والكون معا.

03- أثر الفنون البصرية في التحولات الاجتماعية:

تعد الفنون واجهة صادقة للتعرف على ثقافات المجتمعات في العالم، وما يهمننا كشعوب عربية هو الحفاظ على ثقافتنا وصون هويتنا العربية، وبخاصة في ظل الظروف الراهنة والتحديات التي تواجهنا والمتمثلة في التقدم التكنولوجي الذي يعد سلاح ذو حدين فكما يمكننا الاستفادة منه من منظور معلوماتي والتعرف على ثقافات أخرى.

كذلك أصبح يمثل خطراً على هويتنا وثقافتنا العربية - التي تمتاز بأنها ثقافة إنسانية أصيلة شاملة لمظاهر الروح والمادة وتتميز بقيمة فكرية وجمالية ذات عراقية تاريخية - ولعل وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا وأهمها وأكثرها انتشاراً نظراً لأنها - وسائل التواصل الاجتماعي - متاحة للاستخدام لفئات مختلفة من حيث العمر والجنس والمستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي وكذلك مستوى الوعي المعرفي والادراك القيمي.

ولعل الفنون هي المرآة التي تعكس تلك الأمور من التشويش الثقافي القادم من مصادر عدة تعبر عن تيارات واتجاهات فكرية لا تلائم وتناسب طبيعة ثقافتنا وهويتنا العربية.

للأسف الشديد يوجد تقصير ملموس من المؤسسات الثقافية والفنية في بلادنا العربية، وأيضا النخبة من المثقفين والمبدعين ويتمحور ذلك الأمر في عدم الاهتمام بالقيمة الفكرية والجمالية التي يجب أن تكون هي الهدف الأساس لكل عمل فني، والمسئولية هنا تقع على عاتق كل من المبدع والمنتج والناقد والمتلقي ولا أعفى أحداً.

علماً بأن الحل غير شاق وليس ببعيد، بل هو في صميم منظومة حياتنا اليومية والتي تتشكل منها ثقافتنا وتعبر عن هويتنا العربية.

لذا يجب أن تكون مرجعية المضمون الفكري والجمالي لأي عمل فني مبنية على القيم الإيجابية

المستخلصة من ثقافتنا العربية والمعبرة عن هويتنا.

وبخاصة مع وجود أجيال شابة تستمد معلوماتها وتبنى تكوينها المعرفي من خلال الفضائيات ووسائل

التواصل الاجتماعي بدون رقابة واعية على ما يقدم من غث، أو كل ما هو مخالف ومضاد لقيمنا

الاجتماعية والتي يجب أن نتمسك بها ونحافظ عليها بل وننميها.

وإذا تأملنا تراثنا الشعبي سواء المصري أو العربي سنجد زخراً بكل جوانب الابداع الفني المرتبط

بعاداتنا وتقاليدينا واحتفالاتنا ومناسبات حياتنا، ولذلك يجب علينا الاهتمام به وحمايته والحفاظ عليه

لأنه يحمل قيم فكرية وجمالية وخصائص قومية صنعها مجتمعنا المصري والعربي على مر الزمن

والتاريخ وحينما نسعى إلى تنميته وتطويره فإنما نسعى إلى الكشف عن محاولات جديدة لإلهام أصيل

يسهم في التكوين المعرفي والإدراك القيمي للأجيال الشابة الحالية وما يليها من أجيال. وعندما تفكر

في كيفية الاستفادة من العناصر الفنية والابداعية التي يضمها تراثنا الشعبي في مواجهة المخاطر

الثقافية والفنية التي تجلبها التكنولوجيا وتؤثر بالسلب على ثقافتنا وهويتنا.

ونجد أن السينما هي الوسيلة الأفضل في توظيف موضوعات من التراث الشعب بشكل يتناسب مع

ظروف العصر الحالي ويتوافق مع التكوين النفسي والمزاجي للمشاهد وبخاصة الشباب لرسم المثل

الأعلى للشباب، ويفضل أن يكون كل المشاركين في العملية الفنية من الأجيال الشابة التي تملك

موهبة وفي حاجة إلى تأكيد ذاتها وتأكيد انتمائها لأوطانها وحماية الثقافة والهوية .

خاتمة

وفي الأخير يمكننا القول أننا حاولنا من خلال هذه المطبوعة تقديم أهم المصطلحات التي لها صلة بالاتصال الرقمي أولاً فالفضاء العمومي ثانياً ، فالعصر الرقمي يتميز ببروز عدة دعائم ووسائل اتصال جديدة، إفترضت على المهنيين تبنيها في مختلف المجالات ، بعد أن تم إدراك فائدتها من قبل الكثير من المؤسسات والمراكز .

إذ يعتبر الاتصال الرقمي هو مفهوم من المفاهيم الأكثر شيوعاً في المجتمع والمؤسسات ككل، إذن نستنتج من خلال ما قدمناه في المحاضرات بأن الاتصال الرقمي أحد ركائز التي أصبحت تعتمد عليها المؤسسات لتحسين وتطوير أدائها، وخاصة أن الاتصال الرقمي بعد بمثابة النافذة الأساسية التي يطل من خلالها الافراد على العالم وفي نفس الوقت يتواصلون بها.

فالاتصال الرقمي هو محورا رئيسيا لتبادل المعلومات والأفكار والمعارف وتداولها وتدققها بين الافراد في ظل تزايد مستوى الاعتماد عليه كمصدر للحصول على المعلومات إذ يعد أبرز سمات عصرها الحالي فالتطور الذي حصل في مختلف المجالات بما فيها مجالالات الاتصال والذي استعملت فيه تكنولوجيا الرقمية الحديثة فأصبح الاتصال رقمياً.

كما يرى هابرماس أن الفضاء العمومي الذي هو ساحة عامة وفضاء للنقاش الحر، والذي هو بمثابة مركز التوصل الى قرار من خلال قوة الحجاج والاقناع ويؤكد هابرماس أن العمومية هدفت إلى الوصول الى المجتمع مدني يقيم الحق على نحو شامل، بمعيار العملي لتأسيس عمومية تنويرية ، فهي بحاجة للعقلية التواصلية الحوارية بين الذوات تتأسس على الحوار والنقاش والتداول بين مجموعة الذوات ، يرتكز على الإجماعبارتكازه على واقع الممارسة الاجتماعية .

قائمة المراجع والمصادر:

• الكتب :

- 01 - أبو السعود ابراهيم: تقنيات الاتصال والمعلومات، القاهرة: شركة الاسلام مصر للطباعة، 2005.
- 02 - أبو عيشة فيصل : الاعلام الالكتروني، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2010 .
- 03 - إحدادن زهير : مدخل لعلوم الاعلام والاتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2014 .
- 04 - إسماعيل محمد حسين : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم ، 2003.
- 05 - حسن جعفر الطائي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، عمان: دار البداية، 2013.
- 06 - دليو فيصل: التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال ، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 2010.
- 07- سلامة عبد الحافظ محمد : وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم ، ط1، دار الفكر للنشر والتعليم، عمان، 2003 .
- 08- الصادق رايح : فضاءات رقمية ، قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2013.
- 09 - عبد الحميد صلاح ، يمنى عاطف : الاعلام والفضاء الالكتروني ، ط1، أطلس للنشر والتوزيع الاعلامي، الجيزة، 2015.
- 10- عبد الحميد محمد: الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 11- عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007.

- 12 - عبد السلام الأشهب : أخلاقيات المناقشة في فلسفة التواصل لدى هايرماس ، الاردنية للنشر والتوزيع ، ط1، 2013.
- 13- عبد السلام حيدوري : الفضاء العام ومطلب حقوق الإنسان ، هايرماس ، نموذجاً، دار نهى، صفاقس، 2000.
- 14- عيساني رحيمة الطيب: مدخل الى الاعلام والاتصال ، ط1، عالم الكتب الحديث، الاردن ، 2008.
- 15- قنديلجي عامر ابراهيم ،علاء الدين عبد القادر الجنابي: نظم المعلومات الادارية ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، 2002.
- 16- كمال عبد اللطيف : المعرفي ، الابدولوجي ، الشبكي، تقاطعات ورهانات ، ط1 ، بيروت ، مركز الدراسات العربية، 2007.
- 17- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، عمان: دار الإعصار العلمي، 2015.
- 18- محمد ابراهيم عبيدات : التسويق الاجتماعي الاخضر والبيئي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2004.
- 19- محمد سبيلا: مدارات الحداثة، ط1، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2009.
- 20- مصطفى عطية جمعة: شعرية الفضاء الالكتروني (قراءة في منظور ما بعد الحداثة)، ط1، القاهرة: شمس للنشر والإعلام، 2016.
- 21- مكاوي حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط5، الدار المصرية، القاهرة ، 2009.

- 22- نصر الدين لعياضي: فضاء عمومي أم مخيال إعلامي مقارنة نظرية لتمثل التلفزيون من المنطقة العربية، حوليات الاداب والعلوم الاجتماعية، الكويت ، 2011.
- 23- ياس خضر البياتي : الاتصال الرقمي، أم صاعدة و أم مندهشة ، ط1، عمان، دار البداية، 2014.
- 24- يورغنهابرماس : الحدثة وخطابها السياسي ، ترجمة جورج ثامر، دار النهار، بيروت، 2002.
- يوسف أحمد أبو فارة : التسويق الالكتروني، ط1، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
- التقارير والمؤتمرات و الملتقيات :**
- 25- إلهام فخري أحمد حسن :التسويق بالعلاقات ، الملتقى العربي الثاني ، التسويق في الوطن العربي ، الفرص والتحديات ، 6-8 أكتوبر ، .
- 26- بخوش أحمد : الاعلام الرسمي في الجزائر والكبت الاعلامي في مرحلة التحول الديمقراطي ، الملتقى الوطني الاول الاعلام والديمقراطية، الجزائر، جامعة ورقلة ، يومي 12-13 ديسمبر، 2012 .
- 27- بوشناقة أحمد وناصري نفيسة ، الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي في المجال السياحي، مداخلة ضمن الملتقى الخامس ، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 13-14 مارس ، 2012.
- 28- حسني محمد نصر: "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة (دراسة تحليلية للانتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة)"، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، الرياض: 10-11 مارس 2015.
- 29- خري عبد الناصر: التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، محاضرة ملقاة بالمعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني للتسيير بالبلدية، يوم 08/04/2013.

30- محمد علي رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونموذج منظومتها الاجتماعية)، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.

المجلات :

31- بشرى جميل اسماعيل : مدخل للاعلام الجديد ، المفهوم والنماذج ، مجلة الباحث الاعلامي ، 14 ، العراق ، جامعة بغداد ، 2011.

32- حبيبة قاقو: "الفضاء الالكتروني والتعبئة السياسية الذكية"، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين: المركز الديمقراطي العربي، ع1، يناير 2018.

33- سحر قدوري : الإدارة الالكترونية وإمكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة ، مجلة المنصور ، العدد 14/ خاص ، ج 1 ، 2016 .

34- عبد الرحمان فراخ: مفاهيم أساسية في المكتبات الرقمية ، مجلة المعلوماتية ، المملكة العربية السعودية، بيروت ، 2012.

35- عبد اللطيف بن صافية : وسائل الاعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، تونس، اتحاد الاذاعات العربي، 2011.

36- ماجد محمد الزويدي : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المشروع تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي في تنمية المهارات ، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد 5، اليمن، 2005.

37- مطلق طلق الخطيبي : استخدامات الشباب للهواتف الذكية دراسة اثنوجرافية بمكة المكرمة ، مجلة جامعة ام القرى للعلوم الاجتماعية، العدد1، السعودية، .

38- موسى عبد الناصر ، محمد قريشي : مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، العدد 09، 2011.

رسائل جامعية :

39- اباد محمد القاسم الاغا: اساسيات برمجة تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام نظام اندرويد، الكلية

الجامعية للعلوم التطبيقية ، 2015.

40- شهد طارق حميض: واقع تصميم المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية، رسالة مقدمة لنيل شهادة

الماجستير والتصميم الجغرافي، قس التصميم الجغرافي، جامعة الشرق الاوسط، 2017.

41- علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي (مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر

الحاسوب)، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2008.

42- هوارى حمزة : مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية للفضاء العمومي، مجلة الباحث في العلوم

الانسانية والاجتماعية ، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة .

المواقع الالكترونية:

43- ماركوس ، أ. وسيط الكمبيوتر في العملية الإبداعية للفن الرقمي، 2009 تم الاسترجاع من موقع

.Researchgate.net

44- إيسانو ، أو ما هو الفن المعاصر؟، 2012 ، تم الاسترجاع من موقع.mitpressjournals.org

45- أرلاندر ، خصائص الفنون المرئية والمسرحية.2011، تم الاسترجاع من

موقع..Academia.edu