

علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين

تأليف
الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق محمد الدليمي



البيازوجي

المقدمة

إن المعرفة موضوع أساسي لإنماء شخصية الإنسان وتطوير سلوكه وتفعيل دوره في هذه الحياة، وهنا نبين العلاقة بين المعرفة والاتصال، بمعنى بيان طبيعة العلاقة بين العمليات الاتصالية والمعرفة

فمن طريق الاتصال يكتسب الإنسان اللغة وما تحمله من دلالات ومعان ورموز للتعبير عن عالم الأشياء والظواهر في الحياة. فيساعده على النمو في التفكير ويمثل المفاهيم المختلفة لموضوعات الحياة وظواهرها.

وعن طريق الاتصال، يكتسب الإنسان مفاهيم ومبادئ وقوانين وأدوار النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، فيتمكن من التفاعل معه والتكيف لظروفه، وكل ذلك بفضل القدرات المعرفية والإدراكية التي يكتسبها عن طريق العمليات الاتصالية.

وعن طريق الاتصال يكتسب الإنسان المعرفة المتصلة بخصائص موضوعات المفاهيم والمبادئ التي يقوم عليها العالم الطبيعي. وعن طريق هذه المفاهيم والمبادئ يزداد الإنسان فهما ووعيا لهذا العالم، فيتمكن من تفسير الظواهر المختلفة فيه وإدراك قوانينها، والتحكم بها، والتنبؤ بما يمكن أن تكون عليه من سلوك في المستقبل.

وعن طريق الاتصال يستطيع الإنسان أن يفهم المعرفة الدينية ويتعرف على موضوعاتها المختلفة، ويشكل علاقة وعي بينه وبين هذه المعرفة فيما يتعلق بتوحيد الله، وتشريعات المجتمع، وعبادة الخالق،

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
المقدمة.....	٥
الفصل الأول: مفهوم الاتصالات.....	٩
أهمية الاتصالات.....	١٢
الاتصال في المنزل.....	١٢
الاتصال في المدرسة.....	١٢
الاتصال في الأعمال والصناعة.....	١٣
الاتصال في الشؤون العالمية.....	١٤
تطور الاتصال.....	١٦
ما قبل التاريخ.....	١٦
خلال الأزمنة القديمة.....	١٧
خلال العصور الوسطى.....	١٨
بداية الطباعة.....	١٩
القرنان السابع عشر والثامن عشر الميلاديان.....	٢٠
بداية القرن التاسع عشر الميلادي.....	٢١
أواخر القرن التاسع عشر الميلادي.....	٢٣
بداية العصر الإلكتروني.....	٢٥
تطور الاتصال الحديث.....	٢٧
التلفاز.....	٢٧
الهاتف النقال.....	٢٨
اتصالات المستقبل.....	٢٩
دراسة الاتصالات.....	٣١
المجالات الأساسية لدراسة الاتصالات.....	٣١
علم الاجتماع وعلم النفس.....	٣١

٣٢	علم اللغة.....
٣٢	علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات.....
٣٣	دراسة الاتصالات غير الكلامية.....
٣٤	الهدف من علم الاتصالات.....
٣٤	المفاهيم الأساسية:.....
٣٤	نظام الاتصال:.....
٣٤	أوساط النقل:.....
٣٥	إشارة المعلومات:.....
٣٥	أنواع التعديل:.....
٣٧	الفصل الثاني: مفهوم الاتصال بشكل عام.....
٣٩	مفهوم الاتصال بشكل عام.....
٣٩	منظومات الاتصال.....
٤٠	انجازات اتصالية تاريخية.....
٤٣	تعريفات لبعض المصطلحات والمسميات.....
٤٣	الإشارة:.....
٤٣	الشكل الموجي:.....
٤٣	مولد الإشارة:.....
٤٣	إشارة محددة:.....
٤٣	إشارة عشوائية:.....
٤٣	إشارة مضمنة:.....
٤٤	إشارة معلوماتية:.....
٤٤	إشارة دورية:.....
٤٤	الدورة والتردد:.....
٤٤	السعة والطور:.....
٤٤	المتوسط الزمني:.....
٤٤	القدرة والطاقة:.....
٤٥	الشكل الموجي للإشارة.....

٤٦.....	اتصالات البصريات الليفية.....
٤٧.....	النشر الإلكتروني (Electronic Publishing أو ePublishing).....
٤٧.....	التعريف.....
٤٨.....	التطور.....
٤٩.....	الفرق عن النشر المكتبي.....
٤٩.....	الفرق بين النشر الإلكتروني وبين النشر المكتبي:.....
٥٠.....	ميزات النشر الإلكتروني.....
٥٠.....	مراحل تطور تقنية المعلومات وصولاً للنشر الإلكتروني:.....
٥٠.....	أسباب اللجوء للنشر الإلكتروني:.....
٥١.....	متطلبات صناعة النشر الإلكتروني.....
٥١.....	صيغ إلكترونية من الوسائط التقليدية:.....
٥١.....	صيغ إلكترونية جديدة:.....
٥١.....	نماذج أعمال.....
٥٢.....	المكتبة الرقمية.....
٥٢.....	انتشار المكتبات الرقمية.....
٥٣.....	تاريخ المكتبات الرقمي.....
٥٣.....	مشاريع رائدة.....
٥٣.....	مشروع غوتنبيرغ.....
٥٣.....	واير تاب.....
٥٤.....	المكتبات الرقمية التجارية.....
٥٧.....	المكتبات الرقمية عربياً.....
٥٧.....	المزايا.....
٥٩.....	المشاكل والتحديات.....
٦٠.....	حقوق النشر والتأليف.....
٦١.....	حفظ المواد الرقمية.....
٦١.....	البنية والتنظيم.....
٦٢.....	معايير اختيار المجاميع الرقمية.....

- ٦٣..... المكتبة الرقمية العالمية.
- ٦٣..... تاريخ الإنشاء.
- ٦٤..... اللغات.
- ٦٥..... الفصل الثالث: وسائط (اتصالات).
- ٦٧..... تاريخ.
- ٦٨..... وسائل الإعلام الإلكترونية.
- ٧٠..... التأثير الاجتماعي.
- ٧١..... الاتصال غير المتزامن.
- ٧٢..... الطبقة الفعلية.
- ٧٢..... طبقة ربط البيانات والطبقات الأعلى.
- ٧٣..... طبقة البرامج التطبيقية.
- ٧٣..... الاتصال عبر واسطة إلكترونية.
- ٧٣..... ديموقراطية إلكترونية.
- ٧٣..... ظهور المفهوم.
- ٧٤..... الديموقراطية الإلكترونية المباشرة.
- ٧٥..... دور الإنترنت.
- ٧٥..... المشاكل السياسية.
- ٧٦..... الإنترنت.
- ٧٧..... المصطلح.
- ٧٨..... التعريفات.
- ٧٩..... التقنيات.
- ٧٩..... التاريخ.
- ٨١..... التطبيقات.
- ٨٢..... البريد الإلكتروني.
- ٨٢..... الشبكة العالمية.
- ٨٣..... الدخول عن بعد.
- ٨٣..... الأنظمة التعاونية.

٨٤.....	الاتصال الصوتي.....
٨٥.....	خدمة التلقيح.....
٨٥.....	التسويق.....
٨٦.....	السلبيات.....
٨٦.....	حول العالم.....
٨٧.....	الفصل الرابع: الإنفوميديا.....
٩٣.....	ضرورة الإنفوميديا.....
٩٣.....	مراحل نمو وتطور صناعه أجهزة الكمبيوتر.....
٩٣.....	المرحلة الأولى.....
٩٣.....	المرحلة الثانية.....
٩٤.....	المرحلة الثالثة.....
٩٤.....	المرحلة الرابعة.....
٩٥.....	طبيعة التقارب التكنولوجي:.....
٩٥.....	مغناطيس لاستثمار ضخمة:.....
٩٦.....	الوسائط المتعددة.....
٩٦.....	تصنيفات الوسائط المتعددة.....
٩٧.....	الخصائص الرئيسية للوسائط المتعددة.....
٩٧.....	تطور الوسائط المتعددة.....
٩٩.....	استخدامات وتطبيقات الوسائط المتعددة.....
٩٩.....	الصناعات الإبداعية.....
٩٩.....	الاستخدامات التجارية.....
١٠٠.....	الترفيه والفنون الجميلة.....
١٠٠.....	الصحافة.....
١٠١.....	هندسة.....
١٠١.....	صناعة.....
١٠١.....	الطب.....
١٠٢.....	الإعاقة.....

- متنوعة..... ١٠٢
- تطبيقات الوسائط المتعددة في العملية التعليمية..... ١٠٢
- هيكلية المعلومات في شكل الوسائط المتعددة..... ١٠٣
- جهاز سي دي أو جهاز القرص المضغوط (Compact Disc player)..... ١٠٤
- طريقة عمله..... ١٠٤
- مكوناته..... ١٠٤
- شريط سمعي..... ١٠٥
- القرص المضغوط:..... ١٠٧
- تاريخ الظهور..... ١٠٧
- المواصفات..... ١٠٨
- الأنواع..... ١٠٩
- السعة التخزينية..... ١٠٩
- ما هي الملتيميديا؟ What is multimedia?..... ١١٠
- النصوص TEXT..... ١١٠
- الصوت Sound..... ١١٢
- الصورة Image..... ١١٤
- أشهر صيغ تمثيل الألوان:..... ١١٦
- نظام المعلومات الجغرافية Geographic Information System GIS..... ١١٦
- مؤثرات الحركة Animation Effects..... ١١٨
- الحركة المتعاقبة في Cel Animation..... ١١٩
- الفيديو الرقمي Digital Video..... ١٢٠
- الفصل الخامس: علوم الاتصال والإعلام..... ١٢١
- المفهوم التقليدي للاتصال..... ١٢٣
- مفهوم الاتصال:..... ١٢٤
- الاتصال كعملية إعلامية:..... ١٢٦
- مكونات عملية الاتصال:..... ١٢٧

- أنواع الاتصال..... ١٢٩
- أولاً: الاتصال المباشر (الشخصي)..... ١٢٩
- مزايا وخصائص الاتصال المباشر:..... ١٣٠
- ثانياً: الاتصال الجماهيري..... ١٣١
- خصائص الاتصال الجماهيري:..... ١٣٢
- وظائف الاتصال الجماهيري:..... ١٣٣
- الاتصال والاتصال الجماهيري:..... ١٣٥
- جذور علم الاتصال:..... ١٣٥
- الموقف الاتصالي عند ابن خلدون..... ١٣٦
- الكتابة بوصفها أداة اتصالية:..... ١٣٦
- مفهوم حق الاتصال:..... ١٤١
- الأصول النظرية للاتصال:..... ١٤٢
- نظرية الإعلام:..... ١٤٢
- نظرية المجال:..... ١٤٢
- نظرية النظام:..... ١٤٢
- أهمية الاتصال:..... ١٤٣
- أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل والمستقبل..... ١٤٣
- وظائف الاتصال:..... ١٤٤
- مهارات الاتصال..... ١٤٥
- مكونات عملية الاتصال..... ١٤٥
- معوقات الاتصال..... ١٤٦
- مبادئ الاتصال الفعال..... ١٤٧
- الفصل السادس: لغة الجسد..... ١٤٩
- لغة الجسد هي الجزء الأهم..... ١٥٣
- بعض النواحي المهمة في لغة الجسد..... ١٥٦
- الحوار..... ١٥٨
- هدف الحوار:..... ١٥٨

- أهمية الحوار: ١٥٨.....
- كيف يمكن أن يكون الحوار مفيداً؟ ١٥٨.....
- قواعد جوهرية في إدارة الحوار: ١٦٠.....
- الإقناع..... ١٦٢.....
- فن الإقناع..... ١٦٤.....
- كيف تقنع الآخرين بفكرة؟ ١٦٤.....
- ملاحظات مهمة..... ١٦٦.....
- كيف تجذب انتباه من حولك؟ ١٦٧.....
- المظهر اللائق..... ١٦٧.....
- اكتساب الثقة..... ١٦٧.....
- المشاركة بقوة..... ١٦٧.....
- نقاط للتذكر..... ١٦٨.....
- التفاوض والقدرات التفاوضية..... ١٦٩.....
- نصائح حول مهارات التفاوض..... ١٧٠.....
- مهارات اجتماعية تساعد على التفاعل مع الآخرين..... ١٧٣.....
- كيفية طرح الأسئلة الصحيحة؟ ١٧٧.....
- الفصل السابع: الإعلام..... ١٨١.....
- الإعلام لغة:..... ١٨٣.....
- مفهوم مصطلح الإعلام:..... ١٨٤.....
- التعريف العام للإعلام:..... ١٨٦.....
- وظائف وسائل الإعلام:..... ١٨٧.....
- خصائص ومزايا الإعلام:..... ١٩١.....
- المصطلحات المقاربة للاتصال والإعلام..... ١٩١.....
- المعلومات:..... ١٩١.....
- العلاقات العامة:..... ١٩٣.....
- الإعلان:..... ١٩٤.....
- نظريات الإعلام:..... ١٩٥.....

- مفهوم نظريات الإعلام:..... ١٩٥
- علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام:..... ١٩٥
- ١- نظرية السلطة:..... ١٩٦
- ٢- نظرية الحرية:..... ١٩٧
- ٣- نظرية المسؤولية الاجتماعية:..... ١٩٨
- ٤- النظرية السوفيتية (الاشتراكية):..... ١٩٩
- ٥- النظرية التنموية:..... ٢٠٠
- ٦- نظرية المشاركة الديمقراطية:..... ٢٠١
- الفصل الثامن: الصحافة الوسيلة الأقدم في العالم**..... ٢٠٥
- اختراع الطباعة..... ٢٠٩
- أنواع الطباعة القديمة..... ٢١٠
- الطباعة في العالم العربي:..... ٢١١
- أبرز الابتكارات الاتصالية الأخرى:..... ٢١٢
- الصحافة..... ٢١٤
- المفهوم العلمي للصحافة:..... ٢١٤
- أولاً: المدخل اللغوي:..... ٢١٤
- مفهوم الصحافة اصطلاحاً..... ٢١٥
- ثانياً: المعنى اللغوي للصحافة في اللغة الإنجليزية..... ٢١٦
- معنى كلمة نيوز NEWS..... ٢١٧
- المدخل القانوني:..... ٢١٧
- المدخل الأيديولوجي:..... ٢١٧
- المدخل التكنولوجي:..... ٢١٨
- وظائف الصحافة..... ٢١٨
- ١- وظيفة الاستطلاع أو مراقبة البيئة:..... ٢١٨
- ٢- الوظيفة الإخبارية:..... ٢١٩
- ٣- وظيفة الخدمات العامة:..... ٢٢٠
- ٤- وظيفة توثيق الأحداث:..... ٢٢١

- ٥- وظيفة الشرح والتفسير والتحليل..... ٢٢٢
- ٦- وظيفة الإعلان:..... ٢٢٣
- ٧- وظيفة تكوين الرأي العام:..... ٢٢٣
- تأثير محتويات الصحيفة على الرأي العام..... ٢٢٤
- ٨- وظيفة التسلية والترفيه:..... ٢٢٦
- ٩- وظيفة تنمية العلاقات الاجتماعية (البيئية)..... ٢٢٦
- أشكال الصحافة..... ٢٢٦
- معايير لتحديد أنواع الصحف وتقسيماتها..... ٢٢٩
- بعض المبادئ الأساسية في صناعة الخبر..... ٢٣٣
- أكثر الأخبار شيوعاً..... ٢٣٥
- التحقيق الصحفي..... ٢٣٩
- قواعد وأسس تحرير التحقيق الصحفي:..... ٢٤١
- الصحافة الإلكترونية.. تصورات عن النشأة والمفهوم..... ٢٤٢
- أنواع الصحف الإلكترونية:..... ٢٤٥
- بعض سمات الصحافة على الإنترنت:..... ٢٤٦
- الأخبار: نظرة جديدة..... ٢٤٨
- أصل وتعريف الأخبار..... ٢٤٨
- مصطلح الأخبار..... ٢٥٠
- الواقعية والموضوعية..... ٢٥١
- مدخلات ومعطيات الأخبار..... ٢٥٢
- الأخبار المفضلة..... ٢٥٥
- عادات القراءة..... ٢٥٦
- مفهوم الأخبار الحديثة..... ٢٥٦
- الفصل التاسع: العلاقات العامة..... ٢٥٩
- تعريف العلاقات العامة..... ٢٦١
- وظائف العلاقات العامة..... ٢٦١
- التوعية العامة:..... ٢٦٢

- ٢٦٢.....كسب أعضاء جدد:
- ٢٦٢.....كسب التأيد:
- ٢٦٢.....تنمية الموارد المالية:
- ٢٦٣.....واقعية أعمال المنظمة:
- ٢٦٣.....خطوات العلاقات العامة:
- ٢٦٣.....البحث والتحري:
- ٢٦٣.....التخطيط:
- ٢٦٤.....التنفيذ:
- ٢٦٤.....القياس والتقويم:
- ٢٦٤.....التوثيق:
- ٢٦٤.....أهمية العلاقات مع العاملين:
- ٢٦٥.....برنامج العلاقات العامة:
- ٢٦٦.....أهمية العلاقات الداخلية مع العاملين:
- ٢٦٨.....الأخطاء الأكثر شيوعاً في العلاقات العامة:
- ٢٦٩.....العاملون في أجهزة العلاقات العامة:
- ٢٦٩.....أولاً: الإطار العام لمواصفات العاملين في أجهزة العلاقات العامة:
- ٢٧٣.....ثانياً: الخصائص الواجب توفرها بالعاملين في أجهزة العلاقات العامة:
- ٢٧٧.....الفرق بين العلاقات العامة والإعلان:
- ٢٧٨.....الفرق بين العلاقات العامة والدعاية:
- ٢٧٨.....العلاقات العامة والإنترنت:
- ٢٨٣.....استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة:
- ٢٨٣.....أهم الخدمات التي تقدمها الإنترنت للعلاقات العامة:
- ٢٨٧.....العلاقات العامة الإلكترونية:
- ٢٩٩.....الفصل العاشر: الدعاية:
- ٣٠١.....أصل الكلمة:
- ٣٠١.....الدعاية (بروباغندا):
- ٣٠٢.....أولاً: بعض تعريفات (البروباغندا):

- ثانياً: تطور مفهوم (البروباجندا)..... ٣٠٣
- ثالثاً: البروباجندا البيضاء والسوداء والرمادية..... ٣٠٣
- رابعاً: عوامل فعالية (البروباجندا)..... ٣٠٤
- خامساً: (البروباجندا) والوعي..... ٣٠٤
- الدعاية في التاريخ..... ٣٠٥
- الأساليب..... ٣٠٦
- الحكومة تنتج "الأخبار"..... ٣٠٧
- الولايات المتحدة..... ٣٠٨
- اليونان..... ٣٠٨
- وكلاء الدعاية..... ٣١٠
- فعالية الدعاية..... ٣١١
- نبذة تاريخية عن الدعاية السياسية..... ٣١٢
- أسس الدعاية السياسية..... ٣١٣
- شروط وقواعد الدعاية السياسية..... ٣١٣
- أنواع الدعاية السياسية..... ٣١٣
- المواقف المختلفة للآراء نتيجة الدعاية..... ٣١٤
- أدوات تنفيذ السياسة الخارجية:..... ٣١٤
- أساليب الدعاية المعاصرة..... ٣١٥
- أكثر الأساليب الدعائية شيوعاً..... ٣١٦
- الدعاية الإعلامية..... ٣٣٠
- الدعاية الإعلامية قضية دولية..... ٣٣٤
- الفصل الحادي عشر: الإعلان**..... ٣٣٩
- أطراف العملية الإعلانية..... ٣٤٢
- مجال عمل وكالات الإعلان..... ٣٤٣
- أهداف الحملات الإعلانية..... ٣٤٣
- متى تلجأ الشركات لوكالات الإعلان؟..... ٣٤٤
- من يقوم بالإعلان..... ٣٤٤

- ٣٤٥.....إعلانات الشوارع
- ٣٤٥.....من يقوم بالأبحاث التسويقية؟
- ٣٤٥.....من يعمل في وكالات الإعلان؟
- ٣٤٦.....إخراج الأفكار الإعلانية
- ٣٤٧.....قياس الإعلانات في وسائل الإعلام
- ٣٤٧.....استمرارية عمل الوكالات
- ٣٤٨.....الجهات التي تتعامل معها وكالات الإعلان
- ٣٤٨.....الحملات الإعلانية
- ٣٥٠.....الإعلان الإلكتروني
- ٣٥٠.....أنواع الإعلانات الإلكترونية
- ٣٥١.....هنالك العديد من اللاعبين في ساحة الإعلان وهذه أهمها:
- ٣٥٢.....التحديات التي تواجه الإعلانات في المستقبل
- ٣٥٢.....الإعلان على الفيس بوك
- ٣٥٢.....خمسة نصائح تضمن نجاح أية حملة على الفيس بوك
- ٣٥٩.....الرأي العام
- ٣٦٠.....تعريفات للرأي العام
- ٣٦١.....الرأي العام والاتجاه العام
- ٣٦٢.....أقسام الرأي العام
- ٣٦٣.....عناصر الرأي العام
- ٣٦٤.....ملاحظات أساسية حول الرأي العام:
- ٣٦٦.....تقسيم الرأي العام بحسب مكانته:
- ٣٦٨.....الخصائص:
- ٣٦٨.....المجالات:
- ٣٦٩.....المؤثرات:
- ٣٦٩.....صناعة الرأي العام:
- ٣٧٠.....أثر الرأي العام:
- ٣٧١.....مراعاة الرأي العام:

- العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام..... ٣٧٢
- طرق قياس الرأي العام..... ٣٧٣
- أهداف طرق القياس..... ٣٧٣
- أهم الطرق المستخدمة لقياس الرأي العام..... ٣٧٣
- الفصل الثاني عشر: الإعلام الإلكتروني (إعلام الإنترنت)..... ٣٧٥
- الإعلام الإلكتروني..... ٣٧٧
- مفهوم الإعلام الإلكتروني..... ٣٧٨
- نظرية الإعلام الإلكتروني..... ٣٧٨
- نقد نظرية المجال العام..... ٣٨١
- خصائص الإعلام الإلكتروني..... ٣٨٢
- العقبات التي تواجه تطور الإعلام الإلكتروني..... ٣٨٦
- المصادر والمراجع..... ٣٨٩
- أولاً: المصادر العربية..... ٣٨٩
- المصادر باللغة الإنجليزية:..... ٣٩٩
- فهرس المحتويات..... ٤٠٥

