



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

## " التأثير في الإعلام الجديد من منظور علم الإتصال.. وباء كورونا نموذجاً "

حسام مالك محمد الأحبابي

باحث وصحفي

E-mail : [hussampress80@gmail.com](mailto:hussampress80@gmail.com)

### ملخص الدراسة :

يوفر الإعلام الجديد تطبيقات متعددة في مجال الإتصال بكل أنواعه بما في ذلك الإتصال الرقمي والتي من شأنها السماح لمجموعة من الناس اجراء عملية اتصال ناجح وفعال، وهذا هو جوهر بحثنا. لكون الفضول عادة فطرية لدى الناس ولانهم في حالة طموح مستمر للوصول إلى أهدافهم من خلال السعي للاطلاع على المعلومات بشتى مجالاتها، فقد شهد هذا الفضول والبحث عن المعلومات وتداولها والتفاعل معها انتقالاً نوعياً من وسائل الإتصال التقليدية بين البشر، سواء عبر الإتصال الواجهي المباشر أو عبر الإتصالات السلوكية واللا سلوكية القديمة، الى وسائل اتصال أكثر تقدماً وحادثة جمعت نوعي الإتصال المعهودة فيما سبق بوسائل إتصال توفر إمكانات بث الصوت والصورة بين الأشخاص، الأمر الذي أحدث طفرة كبيرة على المستوى التكنولوجي أتاحت للناس مساحات أكبر للحوار وتداول المعلومات ومناقشتها، وبالتالي تشكيل آراء متعددة ومتنوعة سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات كلاً بحسب رؤيته ووجهة نظره تجاه حدث أو ظاهرة يتداول الناس معلوماتها ويتبادلون الأفكار بشأنها عبر منصات تواصل تفاعلية تنوعت وتفرعت على وفق طبيعة الخدمات التي تخصصت بها كالفيسبوك وتويتر، كما أن بعضها يوفر خدمة الإتصال الصوتي والمرئي ليس بين شخصين فقط، بل بين مجموعة من الأشخاص أيضاً، ومن بين هذه التطبيقات زووم وغوغل هانغ أوت وسلاك وسكايب، وواتس آب مؤخراً.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

الكلمات المفتاحية: الاتصال، الاتصال الرقمي، الإعلام الجديد، وباء كورونا، مواقع التواصل

## **Influence on new media from the perspective of “ communication science..Corona epidemic as a model**

“

Husam Malik Mohammed Al-Ahbabi

E-mail : [hussampress80@gmail.com](mailto:hussampress80@gmail.com)

### **Abstract:-**

New media provides multiple applications in the field of communication of all kinds, including digital communication, which will allow a group of people to conduct a successful and effective communication process, and this is the core of our research.

Because curiosity is an innate habit of people, and because they are in a state of constant ambition to reach their goals by seeking to see information in various fields, this curiosity and the search for information, It's circulation and interaction with it witnessed a qualitative transition from the traditional means of communication between humans, whether through direct face-to-face contact or through communications, the old wired and wireless, to more advanced and



[www.mecsaj.com/ar/](http://www.mecsaj.com/ar/)

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

modern means of communication that brought together the two types of communication previously accustomed to means of communication that provide the capabilities of broadcasting sound and image between people, which caused a great leap at the technological level that provided people with greater spaces for dialogue and information exchange and discussion, and thus the formation of multiple and diverse opinions, whether At the level of individuals or societies, both according to his vision and point of view towards an event or phenomenon, people exchange their information and exchange ideas about it through interactive communication platforms that varied and branched according to the nature of the services they specialized in such as Facebook and Twitter, and some of them provide audio and video communication service not only between two people, but also Among a group of people as well, among these applications are Zoom, Google Hangouts, Slack, Skype, and recently WhatsApp.

**Keywords:** Communication, Digital Communication, New Media, Corona Epidemic, Social Media.



www.mecs.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

## 1- المقدمة

بعد أن شهد الإعلام والاتصال بأنماط ما ووسائلها طفرة على مستوى التقدم التكنولوجي، لاسيما ما يتعلق بتعدد مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة على الشبكة العنكبوتية التي تستحوذ على أوقات وأسلوب حياة الكثير من الناس وعلى مختلف الأصعدة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتعليمية والثقافية والفنية والرياضية وغيرها، تعددت مع هذا التطور أنماط التواصل بين البشر لتشكل مساحة جديدة من تبادل الآراء والمواقف والمشاعر والأفكار ووجهات النظر، حيث ظهرت آفاق أوسع من وسائل التواصل التقليدية، وبات الناس أكثر اندفاعاً على متابعة المعلومات والتفاعل معها، مما أتاح القدرة على تشكيل الرأي العام أو التأثير باتجاهاته.

وبعد اتساع مساحة استخدامات الاتصال التفاعلي ( مواقع التواصل الاجتماعي ) ، أصبح أمام الأشخاص إمكانات تقنية أوسع وأسرع لتشكيل آرائهم من خلال الاطلاع على الكم الهائل من المعلومات المتدفقة في فضاء المجتمع والقدرة على التمييز بين ما هو حقيقي أو أقرب للحقيقة وبين ما هو لا يمت للواقع بصلة، حتى جاء المؤثرون ( Influencers ) من الشخصيات العامة والمشاهير يطرحوا أفكارهم ومقترحاتهم و ليكشفوا حتى عن أخبارهم وأساليب حياتهم اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي، في مسعى لجذب انتباه الناس إليهم، وبالتالي التأثير في آرائهم وانطباعاتهم أو التفاعل معها أو الحصول على تأييدهم أو على الأقل الاطلاع على حساباتهم على منصات التواصل الاجتماعي ومتابعتها.

ومما لا شك فيه، أن تفشي كورونا في العالم كان له الأثر المهم في تنوع واختلاف اتجاهات الرأي، فبعد تدفق المعلومات على نطاق واسع حول طبيعة الوباء وأصل نشأته ومدى خطورته وكيفية محاربتة وتخليص البشرية منه، اختلفت اتجاهات الرأي العام ليس على مستوى المجتمعات فسحب، بل على مستوى الحكومات أيضاً، لكن معظم هذه الاتجاهات أجمعت على أن العلم هو السلاح الوحيد الذي يمكن الاعتماد عليه في مواجهة هذا الخطر المتعاضم.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

## 2- منهجية البحث

لكون البحث يركز على دراسة مدى تأثير الناس بالمعلومات المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي وكيف يتفاعلون معها ويشكلون آراءهم حولها من خلال التأثير والتأثر بظروف البيئة التي يعيشون فيها، فقد اعتمدت على المنهج التحليلي في البحث العلمي، كونه يركز الى معرفة القدرة التي يستطيع من خلالها الاتصال التفاعلي تشكيل الرأي العام.

ومن خلال هذا المنهج يمكننا التعرف على العوامل المؤثرة في الرأي العام، بحيث تشكل هذه العوامل لدى الناس آراءً ومواقف اعتمادا على سماع خبر أو الاطلاع على حدث أو مشاهدة ظاهرة أو التمعن في أفكار أو ثقافات معينة، بحيث يمكننا معرفة كيف تشكل الرأي العام تجاه وباء كورونا مثلا، وكيف اتفق معظم الناس أخيرا على موقف واحد، وهو أن القادر الوحيد على حسم الجدل هو العلم، وليس الآراء غير المستندة الى دلائل ملموسة.

من خلال اعتماد المنهج التحليلي في هذه الدراسة البحثية، يمكننا:

1. تفكيك المشاكل ودراستها بما يساعد على تشخيص الحالة التي وصل إليها المتأثرون بالمعلومات المتدفقة في مواقع التواصل الاجتماعي.
2. استعمال الأدوات النقدية لوسائل الاتصال الحديثة التي سهلت إرسال المعلومات والاستجابة والتفاعل معها.
3. استنباط نتائج جلية عن مدى تأثير الناس بما تتيحه منصات التواصل الاجتماعي من أخبار وآراء ومواقف.

أما العناصر التي يعتمد عليها المنهج التحليلي فهي على النحو الآتي:

1. التفسير والتفكيك: يعتمد على قيام الباحث بشرح الموضوع عبر تقسيمه وتجزئته لتوضيح الأمور من خلال الوصف، وشرح المسببات، والمناقشة، والمقارنة بين النصوص المختلفة.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

2. النقد والتقييم : يتطرق فيه الباحث الى مؤلفات أو دراسات سابقة تتصل بشكل واضح بموضوع بحثه العلمي، حيث يقوم بانتقاء ما يتطابق مع الموضوع الذي تعالجه الدراسة البحثية.
3. الاستنباط أو التركيب : وهو عنصر تبرز أهميته في نهاية البحث؛ فبعد الشرح والنقد والتقييم، تكون الدراسة جاهزة للخروج بأحكام ونظريات.

### 3- أهمية البحث

على الرغم من أن الناس يدركون جيداً أهمية وسائل الاتصال الحديثة في نقلهم الى مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر مساحات يُراد من خلالها التفاعل مع الأحداث والظواهر في العالم ومعرفة تطوراتها وأخبارها، إلا أن هذه المعلومات المتدفقة في فضاء هذه المواقع كان لها التأثير الواضح في اتجاهات الرأي بين الأفراد في بادئ الأمر ومن ثم المجتمع الذي يتشكل الرأي العام في فضائه، ومن هنا تبرز أهمية الدراسة البحثية التي أقدمها أمام حضراتكم، حيث يمكن من خلالها معرفة مدى تأثير الاتصال الجماهيري والاعلام الجديد على مواقف الناس وآرائهم وكيف تنطلق المعلومات والأفكار والمشاعر عبر وسائل الإعلام التقليدي المعروف الذي جعلت منه منصات التواصل الاجتماعي قادرا على الدمج بين صنفين هما الإعلامي ذو الإرسال باتجاه واحد، والاتصال التفاعلي أو ما يُعرف ( بالاتصال ذي رجع الصدى ) الذي يرسل المعلومات ويستقبل ردود الأفعال عليها والمقترحات بشأنها.

أهمية هذه الدراسة البحثية تركز أيضا الى معرفة النتائج السلبية والإيجابية التي أفرزها الاعلام الجديد وكيف أثر بشكل مباشر أو غير مباشر على رأي الأشخاص أو المجتمعات، لاسيما في فترات التعامل مع الظواهر والكوارث أو في الأزمات وعند وقوع أحداث شملت العالم بأسره، مثل كورونا الذي شنت آراء الناس ومواقفهم حول طريقة التعامل معها كفيروس قاتل، وكيفية مجابتهها وتجنب الإصابة بها والتعايش مع ظروف الحياة التي فرضتها، إلا أن المجتمعات ومن خلال نضوج الأسس الخاصة بالتعامل مع الأزمة الوبائية أخذت تتخلص من حالة التشويش و الشائعات والمعلومات المغلوطة التي دأبت حسابات ذات انتشار



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

واسع على مواقع التواصل الاجتماعي على نشرها، يتشكل رأي عام غالب ترسخت من خلاله قيم الحماية الذاتية من الوباء، وبالتالي حماية المجتمع من خطر كورونا.

#### 4- أهداف البحث

من الأهمية بمكان ان نعيد التأكيد بأن الإعلام كوسيلة كانت تتعامل باتجاه واحد مع الجمهور، باتت في عصرنا الحديث أكثر تأثيراً على الأفراد والمجتمعات من ذي قبل بحكم السمة الاتصالية التي اندمجت مع خصائصها، وهذه السمة جعلت من الإعلام يستقبل رجع الصدى من الجمهور، بحيث أصبح قادراً على توجيه تغذيته الراجعة صوب المجتمع مستفيداً من التقدم التكنولوجي في عالم الاتصال التفاعلي ( مواقع التواصل الاجتماعي ).

مما لا شك فيه أن التطور غير المتناهي الاتساع المستمر في شبكات الإعلام الاجتماعي من حيث العدد والخصائص والوظائف والتنوع التقني، جعل من المعلومات والأفكار والمقترحات وتبادل الملفات والوثائق ووجهات النظر أكثر اتساعاً وسرعة على مستوى التداول بين البشر، فالأخبار تتوالى من أنحاء العالم لتشمل آلاف المواضيع والظواهر والأحداث، بل الملايين منها وفي مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتجارية والفكرية والعلمية والفنية والرياضية، الأمر الذي جعل من تشكيل الرأي العام أكثر سهولة ومرونة في تصويبه أو توجيهه، وهنا تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من جهة، وخطورتها على الرأي العام من جهة أخرى، لاسيما في الظروف والأزمات التي تستدعي انضباط الأفراد والمجتمعات وعدم الانجرار وراء الشائعات والأفكار التي تؤثر على الأمن المجتمعي الشامل، وعلى مختلف أصعدة الحياة غير المقتصرة فقط على الجانب الأمني بمفهومه التقليدي، فالدواء أمن والغذاء أمن ووعي الانسان أمن، كما أن الصحة العامة أمن لا يشمل الحصانة من الأمراض والأوبئة فحسب، بل يشتمل على إدراك الناس ومعرفتهم المستنيرة ووعيهم، لذلك فإن الهدف الرئيس من هذا البحث هو تنوير الجمهور بضرورة تجنب المخاطر الفكرية الهدامة والآراء التي تحاول التأثير على انسيابية الحياة في المجتمعات،



[www.mecsaj.com/ar/](http://www.mecsaj.com/ar/)

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

**ISSN: 2617-9563**

ومنع الأفكار التي تعمل على تشويه الحقائق والمعلومات من ارباك الجوانب المنطقية في ظرف ما، وهذا ما شهدناه من ترويج لوجهات نظر غير متطابقة مع الواقع العلمي بعد تفشي وباء كورونا.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

## 5- فرضية البحث

يفترض هذا البحث وبعد أن نتعرف خلال فصوله على مدى تأثير الناس بالمعلومات التي تصل سريعاً إليهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يفترض أن الرأي الفردي كلبنة أساسية لرأي المجتمعات ومهما كانت درجات التفاعل مع الأفكار المطروحة ومدى تشعبها، فإنه يتشكل بما يتناسب مع أحوالهم من الناحية المنطقية والعلمية، وليس بالضرورة يتطابق مع الآراء أو أساليب الحياة والمواقف المنتشرة على منصات الاتصال التفاعلي.

إن الفرد ومهما كانت رغبته بالاطلاع على المعلومات المتاحة ومهما تفاعل معها أو تأثر بها، فإنه سيخرج إما بنتيجة تعبر عن تبنيه لهذه الأفكار بعد التأكد من ملاءمتها مع أسلوب حياته، أو أنه سيخرج برأي يجسد حالة المنطق التي يفرضها المجتمع من حوله.

كلنا تابعنا مدى تأثير الناس بالمعلومات غير الرسمية التي جرى تداولها في منصات التواصل الاجتماعي عن طبيعة فيروس كورونا، وكيف أن أفكارهم تشتتت بين أصل نشأته من جهة، وبين مدى خطورته ودرجة فتكه بحياة البشر من جهة أخرى، حتى إن بعضهم حذر من أن هذا الفيروس لا يمكن التصدي له أو مجابهته، بينما قال آخرون إن درجة خطورته تعتمد على مناعة كل إنسان، كما انقسمت آراء الناس بين انعدام قدرة المدخنين على الصمود بوجه هذا الفيروس، وبين من قال إن أعراضه أقل عليهم، في حين أن الرأي العام مجمع على أن التدخين عادة غير صحية تقتل ملايين البشر وفي كل الظروف، فضلاً عن انعدام الثقة لدى بعض الأشخاص بجذوى التطعيم ضد الفيروس، إلى أن أصبحت المجتمعات أكثر إجماعاً على الرأي العلمي القائل إن اللقاحات المضادة لكورونا تقيها هذا الوباء وتحصنها منه، وهو الأمر الذي يؤكد فرضية الدراسة التي تقول إنه ليس الجميع قادراً على بلوغ الشهرة، بل أن أغلب الناس أفراد اعتياديون يديرون شؤونهم وفق ما تتطلبه ظروفهم الحياتية، وهنا بلغنا نقطة تعزز هذه الفرضية وهي أن المشاهير يحظون بالمتابعة أكثر من القدرة على التأثير في اتجاهات الرأي العام، باستثناء من هم في مواقع المسؤولية لأنهم مصادر النبأ اليقين وليس الخبر أو المعلومة القابلة للنقاش والتمحيص.



www.mecs.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

## 6- إشكالية البحث

لكون الفضول عادة فطرية لدى الناس ولأنهم في حالة طموح مستمر للوصول إلى أهدافهم من خلال السعي للاطلاع على المعلومات بشتى مجالاتها، فقد شهد هذا الفضول والبحث عن المعلومات وتداولها والتفاعل معها انتقالا نوعيا من وسائل الاتصال التقليدية بين البشر، سواء عبر الاتصال الوجيه المباشر أو عبر الاتصالات السلكية واللاسلكية القديمة، الى وسائل اتصال أكثر تقدما وحدثا جمعت نوعي الاتصال المعهودة فيما سبق بوسائل إتصال توفر إمكانات بث الصوت والصورة بين الأشخاص، الأمر الذي أحدث طفرة كبيرة على المستوى التكنولوجي أتاحت للناس مساحات أكبر للحوار وتداول المعلومات ومناقشتها، وبالتالي تشكيل آراء متعددة ومتنوعة سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات وكلا بحسب رؤيته ووجهة نظره تجاه حدث أو ظاهرة يتداول الناس معلوماتها ويتبادلون الأفكار بشأنها عبر منصات تواصل تفاعلية تنوعت وتفرعت على وفق طبيعة الخدمات التي تخصصت بها كالفيسبوك وتويتر، كما أن بعضها يوفر خدمة الاتصال الصوتي والمرئي ليس بين شخصين فقط، بل بين مجموعة من الأشخاص أيضا، ومن بين هذه التطبيقات زووم وغوغل هانغ أوت وسلاك وسكايب، وواتس أب مؤخرا.

وعلى الرغم من أن الإعلام الجديد ( مواقع التواصل الاجتماعي ) أتاحت فرصا أوسع نطاقا وسرعة في تشكيل رأي الفرد أو المجموعة أو التأثير فيه، إلا أن هذه النقطة الايجابية التي تصب في صالحه، تقابلها سلبيات أيضا، فكلما انتشرت المعلومات عبر فضاء واسع من الاتصال التفاعلي، كلما تعددت الآراء وتنوعت بدءا من منظور الأفراد ومن ثم المجموعات، و ربما يصيبها التشتت لاسيما تجاه القضايا التي تخص المجتمع بشكل مباشر الى أن تصل الى نتائج ومواقف أكثر توحدا ومنطقية، وهذا ما شهدناه منذ أن أخذ وباء كورونا يتفشى بين بلدان العالم، حيث استثمر بعض الأفراد هذا الحدث في تداول معلومات عن الوباء لا تستند إلى أدلة علمية واضحة، وكان الأمر في بدايته بينما كانت التجارب المخبرية على الفيروس



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

لم تبدأ أصلاً، مما جعل الكثير من الناس يتخبطون في آرائهم، ومن ثم انتقل هذا التخبط وفق معلومات مغلوبة من فرد إلى فرد ومن مجتمع إلى آخر.

## الفصل الأول : تعريف علم الاتصال والنظرية

### المبحث الأول :

#### 1. تعريف النظرية.

1. التعريف اللغوي : يعرف اللغويون النظرية بأنها المصطلح المشتق من كلمة " نظر "، التي تعني أن الفرد يتأمل خلال تفكيره في شيء معين.

2. التعريف الاصطلاحي : المتخصصون بتحديد الاصطلاحات يعرفون النظرية بأنها الدراسة الخاصة بموضوع علمي أو معرفي أو فلسفي أو أدبي معين والتي تتم بشكل عقلائي ومنطقي لاستنتاج الخلاصة والنتائج المساهمة في دعم الأفكار الرئيسية التي تتأسس عليها النظرية من خلال قواعد ومبادئ يتم استخدامها لوصف الأشياء واثبات الحقائق أو بالإسهام في بناء فكر جديد.

#### أنواع النظريات :

1. النظرية الفلسفية : تقوم على ربط المواضيع والدراسات والأفكار والنظريات السابقة لتدعيم الآراء الفلسفية، وهي منهجية اعتمدها فلاسفة اليونان بتقديم نظرياتهم التي حولها لحقائق تتسم بالواقعية، أي الاعتماد على نظريات مختلفة لإثبات معلومات افترضها قبل أن تثبت واقعيًا.



www.mecsjs.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

2. النظرية العلمية : تستخدم لدراسة علوم الطبيعة سواء الاحيائية أو المادية الجامدة، وتعتمد على الأبحاث والتجارب والاكتشافات، كالنظرية الطبية التي تعمل على اكتشاف المرض وطرق علاجه.
3. النظرية السياسية : تعتمد على آراء وأفكار وفلاسفة وسياسيين أطلقوها قديماً، أصبحت فيما بعد حقائق أسست بعض مدارس الفكر السياسي، والتي أثرت بأساليب الحكم في جميع دول العالم تقريباً، ومن أمثلتها الفكر الاشتراكي، والفكر الرأسمالي.

## 2. تعريف علم الاتصال.

تنوعت تعريفات الاتصال وتعددت بين العلماء، لكنهم اتفقوا على أن الاتصال هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والمقترحات والمشاعر بين شخصين أو أكثر وفق دعائم تجعل عملية الاتصال ناجحة بينهم باستخدام وسيلة اتصالية مباشرة على أرض الواقع، أو غير مباشرة عبر وسائل تقنية وفرتها إنتاجات التكنولوجيا الحديثة منها والقديمة.

المتخصص في علم الاتصال " كارل هوفلاند" ذهب في تعريفه للاتصال على أنه عملية تقوم على النقل العمد للمعلومات والحقائق والآراء والأفكار والمعاني والمهارات والتجارب والأحاسيس والاتجاهات وطرائق الأداء المختلفة، بين شخص وآخر، وبين جماعة وأخرى، وبين جيل وآخر.

أما " ولبر شرام" فيعرف الاتصال بأنه المشاركة في المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل معلومات، أي أنها مشاركة بين المرسل والمستقبل، حيث يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بنشر المعلومات التي توصل إليها حتى يستخدمها المستقبل.

بينما يعرف " ويليام سكوت " الاتصال بأنه عملية تتضمن نقل المعلومات، ثم تلقي الردود عنها، عن طريق نظام عام للمعلومات المرتردة ( FEED BACK ) بغرض التوصل أفعال محددة تؤدي إلى تحقيق أهداف التنظيم.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

أما الاستاذ " لوكيا الهاشمي " فيعرف الاتصال بأنه نقل الأفكار والمعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد والمجموعات في إطار تفاعلي، والتعبير عن الانفعالات والأحاسيس والعواطف، بهدف إحاطة الغير بأمر أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير والتعديل في هذا السلوك، هناك ثلاث وظائف للاتصال هي : جمع المعلومات، نقل القرار، ومحاولة تغيير المواقف.

### المبحث الثاني :

#### انواع الاتصال

أولاً: الاتصال اللفظي : تدل كل أنواع الاتصال التي يستعمل فيها اللفظ، وهو بمثابة الوسيلة التي تنتقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، بحيث يكون منطوقاً ويصل إلى المستقبل الذي يدركه عن طريق حاسة السمع.

ثانياً: الاتصال غير اللفظي : هو استخدام الإشارات والحركات المختلفة والأشياء والأفعال التي يستخدمها الشخص بهدف نقل فكرة أو معنى معين إلى شخص آخر، حتى يصبح شريكاً معه في المعلومات. ومن أمثلة اللغة غير اللفظية، الإشارة باليدين لإيصال المعلومات إلى الصم، كما يستخدمها ممثلي المسرح والأفلام السينمائية للتعبير عن أفكار أو معانٍ من دون كلام، بحيث يستقبلها الناس ويفهمونها بغض النظر عن تأثيرهم بها أو تفاعلهم معها، إضافة إلى الأشياء والمواد التي يستخدمها المعلمون أمام طلبتهم لتوضيح مواضيع علمية معينة والمروجين لمنتجات الشركات الذين يستعملون، مثل الألوان التي تعبر عن المشاعر والمناسبات، مثل اللون الأبيض الذي يعبر عن فرح العروس ليلة زواجها، والأسود الذي يعبر عن الحزن في مناسبات العزاء، وألوان إشارات مرور المركبات، الأحمر يعبر عن الوقوف والبرتقالي يعبر عن الاستعداد للانطلاق والأخضر يشير إلى السماح بالانطلاق، كما يتم استخدام هذه الألوان الثلاثة في التعبير عن الظروف الأمنية، والسلطات في بعض الدول تضيء اللون الأحمر في الطرقات والأماكن العامة للتعبير عن الخطر، والبرتقالي للتعبير عن الوضع الأقل خطورة، أما الأخضر فيعبر عن الأمان.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

ثالثًا: الاتصال المكتوب : وهو الاتصال الذي يعتمد على كتابة الرموز والأفكار والمعلومات من خلال استخدام وسائل عدة من بينها المقالات والصحف والبريد الإلكتروني والمذكرات والرسائل التقليدية الورقية، بالإضافة الى تطبيقات الدردشة التي ظهرت في وقتنا المعاصر وباتت وسيلة اتصال سريعة توفر طرقا عدة لكتابة المعلومات وإرسالها إلى جهات الاتصال الأخرى.

رابعًا: الاتصال المرئي : ويعتمد هذا النوع من وسائل الاتصال على الصورة الفوتوغرافية أو الفيديوية، وهو يعنى بالتلفزيون وتطبيقات الدردشة التي توفر طرقا الكترونية تتضمن اتصالا بالصوت والصورة بين شخصين متصلين أو أكثر أو حتى دائرة تلفزيونية مغلقة او مفتوحة بين مجموعة من الأشخاص، وهذا النوع الأخير من الاتصال بات أكثر استخداما في عقد الندوات والمؤتمرات والاجتماعات والتعليم الإلكتروني كونه يقرب المسافات بين المتصلين ويوفر أجور السفر ويتيح التباعد الاجتماعي المتبع في ظل إجراءات الوقاية من وباء كورونا.

باستخدام وسائل الاتصال اعلاه اللفظية وغير اللفظية والمكتوبة والمرئية يتمكن البشر من الاتصال فيما بينهم وتبادل الأفكار والمشاعر والمعلومات وتفسيرها والوصول من خلالها الى حلول للمشكلات أو التوافق في وجهات النظر بشأن موضوعات معينة يطرحها المتصلون بين بعضهم الآخر سواء على مستوى النقاش أو على صعيد التعرف على أخبارهم وردود أفعالهم، أما الحيوانات فهي تعتمد على وسيلتين فقط من وسائل الاتصال فيما بينها، وهي اللفظية اعتمادا على الأصوات التي تطلقها، وغير اللفظية كلغة الاشارة والحركات الجسدية.

### المبحث الثالث :

#### أهداف الاتصال والصعوبات التي تواجهها

1. أهداف الاتصال.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق هدف عام، وهو التأثير في المستقبل حتى يحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو مهاراته.

من هذا التعريف لما يمكن أن يتوخاه الفرد أو المجتمعات، يمكن تصنيف أهداف الاتصال كالآتي :

1. هدف توجيهي: وهو السعي لاكتساب المستقبل اتجاهات جديدة في الرأي أو تعديل اتجاهاته القديمة لكنه ما زال يرغب فيها.

ومن خلال معظم الدراسات البحثية المتخصصة بأهداف الاتصال، اتضح أن الاتصال الشخصي أكثر قدرة على تحقيق هذه الأهداف من الاتصال الجماهيري.

2. هدف إجتماعي : يتيح فرصا متعددة لزيادة احتكاك الناس فيما بينهم، وبالتالي تقوية أواصرهم، ومثال ذلك التوعية بالتكافل الاجتماعي والتلاقي بين أفراد المجتمع، أما وسائله فهي الخطب والمؤتمرات ذات الاتجاه الواحد، حيث يستمع إليها الناس دون أن يشاركوا فيها أو يبداوا آرائهم حول مواضيعها.

3. هدف تعليمي : وهذا الهدف يستخدم أيضا الاتصال ذا الاتجاه الواحد، حيث يعمل مستخدمه على إكساب المستقبل معلومات تطور مهاراته وتغذية بمفاهيم جديدة، كالفصول الدراسية والندوات التعليمية.

4. هدف إداري : يعنى بتطوير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسات.

5. هدف تثقيفي : وهو توعية المستقبل بأمور تهم بقصد زيادة معارفه لما يدور من حوله من أحداث، ومن أهم وسائله المؤتمرات والندوات والخطب التثقيفية والإعلام المرئي والسمعي والمكتوب.

6. هدف ترفيهي : ويعنى بإدخال البهجة والسرور والمتعة لنفس المستقبل، وأبرز وسائل الاعلام المرئي والسمعي والمكتوب والمسارح ودور السينما.

ب. الصعوبات التي تواجه الاتصال.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

1. الصعوبات اللغوية : وهنا نعني بها اختلاف اللغة بين شخصين أو أكثر، مما يمنع إتمام الاتصال، حيث لا يتمكن الطرفان المتصلان ببعضهما من فهم المعلومات بالشكل المطلوب.  
كما تنسحب هذه الصعوبة إلى الأشخاص الذين يتحدثون نفس اللغة لكنهم يتبادلون الحديث بلهجات مختلفة تتميز بها مناطق معينة، مما يصعب عليهم فهم الرسائل المتبادلة، أو أن أحد أطراف الاتصال يستخدم مفردات تقنية أو فنية أو علمية أو مختصرات لا يفهمها الطرف الآخر، وهو ما يتجسد في نقاش متصلين بمستويات تعليمية ومعرفية مختلفة.
2. الصعوبات النفسية : ويعنى بها الحالات الانفعالية التي يمر بها الفرد أو الأمراض النفسية التي يعاني منها، وتجعل من اتصاله بالآخرين غير مفهوم، فعندما يغضب المرء قد يتقوه بكلام يندم عليه لاحقاً ما يجعل طرف الاتصال الآخر لا يجد مساحة تفاهم معه لاسيما عندما يسيء المتصل الأول فهم طرف الاتصال الآخر، كما أن الشخص الذي تلقى خبراً سعيداً قد يغمره الفرح أحياناً مما يصعب على الطرف المقابل معرفة ما أفرح، حتى يهدأ ليوضح ما جعله فرحاً، بينما الذين يعانون فقدان الثقة بالنفس أو الذين تتملكهم حالات الانطواء والعزلة فهم غير قادرين على إجراء الاتصال أساساً، وبالتالي هم أحوج الى علاج خاص، أما الشخص الخجول أو المرحج فيجب تشجيعه على إجراء الاتصال.
3. الإدراك الانتقائي : ويعني به متخصصو علم نفس الاتصال فهم الشخص لما يراه أو يسمعه وفقاً لما يلائم رغباته، وأحياناً يكون هذا التصرف غير واع، وقد يحدث مشاكل في العمل، طلب المدير من موظف ما أداء مهمة معينة خلال مدة زمنية معينة، ثم يؤجلها هذا الموظف من خلال الإدراك الانتقائي ويأخذ بمهمة أخرى، على اعتبار أنه يمكن الانتظار قليلاً لإنجاز المهمة الأولى، وبالمقابل يفترض المدير بالإدراك الانتقائي أيضاً أن الإطار الزمني للمهمة كان واضحاً، برغم أنه لم يحدد زمناً للإنجاز، فينتج حينها سوء فهم بينهما.
4. إخفاء المعلومات : يخفي بعض الناس المعلومات السلبية من أجل ضبط انفعالات الناس المتعلقين بتلك المعلومات.



www.mecs.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

يمكننا القول إن ممارسة إخفاء المعلومات من قبل بعض الأشخاص يتم في مجالات عدة، بعضها في العمل وبعضها بين الأشخاص، في العمل مثلا يخفي مسؤول في شركة أو متجر ما تقارير الإنتاج الشهرية أو الأسبوعية الحقيقية التي تظهر إيرادات منخفضة عن المسؤول الذي يعلوه وهو نائب الرئيس، وذلك خشية غضبه أو خوفاً من طرده من وظيفته، وهذا التصرف يفعله نائب الرئيس أيضا، حيث يخفي المعلومات السلبية عن رئيسه، مما يجعل الصورة الحقيقية بعيدة عنه أو غير مكتملة أمامه، وبالتالي تعرض شركته الى خسائر متلاحقة، وهذا ما حدث للكثير من الشركات التي لم يكن أمامها خيار سوى الإعلان عن إفلاسها، وكل ما حدث هو نتيجة اتصال غير فعال.

ومن بين أبرز الأمثلة أيضا هو إخفاء المعلومات بين الأشخاص الذين ينتمون إلى أسرة واحدة، فيأتي فرد مثلا ليقوم بإخفاء معلومة مهمة تتعلق بمستقبل العائلة أو بمصير أحد أفرادها، ما يجعل الفرد أو العائلة بأكملها معرضة لخطر مادي أو معنوي، ومن الامثلة أيضا قيام موظف مسؤول عن شؤون الموظفين بإخفاء حقيقة مهمة عن مدير أو صاحب عمل تخص أحد الموظفين، فينتج عن ذلك مثلا تعثر العمل والإنتاج، وأن الحقيقة تتعلق بتحقيق داخل الشركة، في طرد رئيس العمل الموظف المتهم على الرغم من أنه بريء.

## الفصل الثاني :

### المبحث الأول : نماذج الاتصال

قبل أن نبدأ بتوضيح نماذج الاتصال بأشكاله وأنواعه المتعددة، فمن الضروري التشديد على أن جميع النماذج التي جاء بها العلماء مفيدة في كيفية استخدام الاتصال ووسائله، حيث اتفق علماء الاتصال في نظرياتهم التي قدموها الى الفرد أو المجتمع على تحديد العناصر الأساسية للعملية الاتصالية وهي المرسل والرسالة والوسيط والمستقبل والاستجابة وعلاقتها ببعضها، إلا أنه عند دراسة الرأي الشخصي والعام ومدى تحديد اتجاهاته والتأثير فيه، فإن الباحثين توصلوا الى قناعة تستدعي عدم الاكتفاء بنموذج اتصالي



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

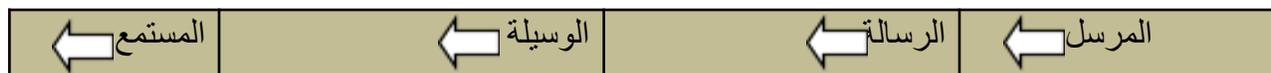
العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

واحد، بل من الأفضل دراسة نماذج الاتصال في إطار متكامل، ويمكن التطرق إلى أهم هذه النماذج، على النحو التالي :

نموذج عالم السياسة الأمريكي هارولد لاسويل للاتصال Laswell model of communion : ويعتمد على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام، وبالتالي مدى تأثير الرأي العام بالرسائل الواصلة إلى مجتمع ما، فهو يقول إنه ( من البديهي أن للمرسل هدفاً للتأثير على المستقبل ) على اعتبار أن الرسائل الاتصالية لديها دائما أهداف للتأثير.

نفهم من هذا النموذج الاتصالي أنه يقوم على تحليل الدعايات السياسية التي يطلقها المرشحون في حملاتهم الانتخابية مثلاً، والتسويق للمنتجات التجارية عبر الاعلانات المكتوبة والسمعية والمرئية بهدف معرفة كيفية تأثيرها على الرأي العام، لكن ما يعاب على هذا النموذج أنه خلا من الاستجابة أو التغذية الراجعة أو ما يُعرف بـ ( رجوع الصدى ) بل اعتمد على ما وصفها بـ ( الحالة البديهية ) لدى الناس في التأثير بالمعلومات التي تصلهم على شكل رسائل ذات اتجاه واحد، وهي على النحو المبين في النموذج البياني أدناه :



نموذج شانون وويفر : يصف هذا النموذج عملية الاتصال بأنها خطية تسير في اتجاه واحد، ويذكر خمس مراحل لعملية الاتصال بالإضافة إلى عنصر التشويش الذي يعيقها وهي : مصدر المعلومات، المرسل، القناة أو الوسيلة، المستقبل، الهدف، والتشويش.

نموذج ديفوار : ويعد هذا النموذج تطوير نموذج شانون وويفر ( مصدر المعلومات، المرسل، القناة أو الوسيلة، المستقبل، الهدف، والتشويش ) بإضافة عنصر التغذية الراجعة بعد الإستجابة.

نفهم من الهدف الذي قدمه دي فلور من نموده هو معرفة الحلقة المفقودة في نتائج عملية الاتصال وهي الرسائل التفاعلية التي يطلقها الناس على شكل آراء متعددة الاتجاهات، الأمر الذي يساعد في الحصول على



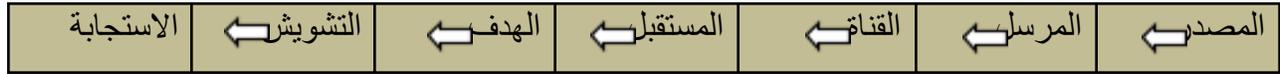
www.mecs.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

معلومات وافية ناتجة عن استقراء نبض الشارع، ومن ثم تقسيمها على شكل بيانات مجدولة حسب نسبة التبني لكل اتجاه من اتجاهات الرأي العام، ويمكن التعرف على هذا النموذج من خلال الجدول البياني في أدناه :



**المبحث الثاني : تأثير الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام**

### **1. الإعلام الجديد، مفهومه، خصائصه**

أ. مفهوم الإعلام الجديد وأدواته.

بعد البحث في الدراسات السابقة وبحوث المتخصصين في علم الاتصال، لم نجد اتفاقاً على تعريف علمي محدد للإعلام الجديد، لكن موسوعة ويكيبيديا وضعت تعريفاً تقريباً له، واصفةً إياه بالإعلام الذي يتضاد مع الإعلام التقليدي الذي يتحكم به قادة الإعلام ونخبة، بينما الإعلام الجديد متاح لجميع شرائح المجتمع وأفراده من حيث الاستخدام والاستفادة منه طالما تمكنوا واجادوا أدواته.

وبصفتي الإعلامية ومن خبرتي المهنية في مجال الإعلام، يمكن أن نضع مرادفات للإعلام الجديد، فمثلاً يطلق عليه أحياناً صحافة الفرد أو المواطن، الإعلام البديل أو الاجتماعي أو السلطة الخامسة، فضلاً عن المصطلح الأكثر شيوعاً وهو مواقع التواصل الاجتماعي.

من الضرورة بمكان أن نتطرق إلى الأدوات التي يستخدمها الإعلام الجديد والتي من خلالها يتم استخدامه أو الولوج في عالمه، حيث لا بد من توفر جهاز إلكتروني مشغل منصات الإعلام الجديد الكومبيوتر والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، إلى جانب ضرورة توفر خدمة الانترنت، فضلاً عن الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي المتعددة والمتنوعة الاستخدامات والتقنيات والخصائص الوظيفية، وهي مثلًا الفيسبوك،



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

تويتر، الانستغرام، اليوتيوب، والمدونات، وغيرها من المواقع الإلكترونية النشطة التي تمثل وجه العالم الافتراضي ومساحته.

ب. خصائص الإعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد بخصائص عدة تميزه عن الإعلام التقليدي، ومن أبرز هذه الخصائص :

التنوع : حيث يمكن للصحفيين، وحتى الأشخاص من الذين يمتلكون مهارات الاتصال الشخصي أو المجتمعي اللوج إلى العالم الافتراضي ( مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية ) أن ينشروا أو يروجو مقترحاتهم ومفاهيمهم على شكل تدوينات نصية قابلة للقراءة والاطلاع من قبل جمهور المتصلين على الشبكات التفاعلية، وبالتالي تمكنوا من إنجاز مهامهم بسهولة وسرعة واختصار المسافات.

التفاعلية : ونعني بها تبادل أدوار القائمين على الاتصال، فكل الأطراف على مستوى الاتصال الثنائي والجماعي يتبادلون الآراء ويتداولون المعلومات يتباحثون بشأنها بهدف الخروج بتوافق فكري في مختلف المجالات، ما يميزها عن الإعلام التقليدي الذي يتعامل باتجاه واحد مع الجمهور.

التزامنية : وهي إمكانية التفاعل خلال عملية الاتصال في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا، وهنا نفهم أن المرسل وبعد أن كان ينتظر وقتاً لإيصال رسالته إلى المستقبل، بات قادراً على الاتصال به وتزويده بالمعلومات وتلقي الاستجابة من المستقبل، بل حتى التفاعل معه في آن واحد.

المشاركة والانتشار : يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات إلكترونية أن يكون ناشراً أو ناقلاً لرسائل تتضمن معلومات ووجهات نظر وأفكار، سواء كان المستقبل فرداً أو مجموعة أفراد أو ناشرين أو متصلين آخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

الحركة والمرونة : بفضل التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال، أصبح المتصلون على مواقع التواصل الاجتماعي سواء المرسلين والمستقبلين والمتفاعلين، أصبحوا قادرين على الاطلاع على المعلومات عبر أجهزة إلكترونية قابلة للحمل، الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والحواسيب المتنقلة بمجرد ربطها بالإنترنت.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

الكونية : أتاح الاعلام الجديد بمفاهيمه المتعددة والمتنوعة كلاً على وفق خصائصه التقنية وباستخدام الانترنت كوسيلة اتصال عالمية، أتاح إمكانات هائلة في بيئة الاتصال التفاعلية في انحاء الأرض، حيث بات الاتصال أمام الناس متخطياً حواجز الزمن والمكان، الأمر الذي سهل على الأفراد والمجتمعات التواصل فيما بينها من أقصى المعمورة الى أقصاها، لكن في نفس الوقت صَعَّبَ على الدول الرقابة على مواقع الاتصال بأحجامها التي تتسع من حين لآخر، إلا أن التقدم التكنولوجي أتاح أيضاً للحكومات وسائل تقنيات تمكنها من مراقبة الشبكة العنكبوتية، بما يجعلها قادرة على مواكبة الاخبار والمعلومات المتداولة بين أفراد مجتمعاتها سواء كانت هذه المعلومات مكتوبة أم مرئية أم مذاعة، بهدف بلوغ درجة التحصين المعقولة من أية أفكار أو آراء سلبية.

اندماج الوسائط : في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد...إلخ.

الانتباه والتركيز : نظراً لقيام المتلقي في وسائل الإعلام الجديد بعمل فاعل في اختيار المحتوى الذي يريد الاطلاع عليه والتفاعل معه، فإنه يتميز بقدرة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي التي تكون في العادة سطحية.

التخزين والحفظ : هذه الخاصية تسهل على المستقبل حفظ الرسائل الاتصالية وتخزينها واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بحد ذاتها.

## 2. تأثير الاعلام الجديد في تشكيل الرأي العام

يقول الدكتور محمد عبدالقادر أحمد في كتابه ( الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية ) إن هدف كل الاتصالات الجمعية هو التأثير في الرأي العام، ويضيف أن الإعلام والدعاية والحرب النفسية وغيرها إنما تهدف كلها إلى التأثير في الرأي، والواقع أن للميسطرين على هذه الوسائل دوراً كبيراً في توجيه الرأي.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

من المنطلق الذي ذهب إليه الدكتور محمد عبدالقادر أحمد حول تأثير الاتصال الجمعي أو الجماهيري على الرأي العام، فإن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ليست فقط وسيلة للتعبير عن هذا الرأي بل تسعى لتشكيله أو التأثير فيه.

يقول الدكتور محمد عبدالقادر أحمد، إنه بعد إتساع وتنوع أساليب التأثير التي تستخدمها وسائل الاتصال في محاولة منها لتشكيل الرأي العام أو التأثير باتجاهاته، برزت أهمية السيطرة على وسائل الإعلام وجعلها تحت إشراف الدول، ويعتبر كل الباحثين والمتخصصين والعاملين بمجال الاتصال الجماهيري، يعتبرون الصحافة وسيلة خطيرة في التأثير على الرأي العام عن طريق ما تنشره من أخبار وآراء وتعليقات تجاه مختلف القضايا، وأبسط إسهام تقدمه وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام هو تزويد المجتمعات بالمعلومات، فبعد أن يطلع عليها الجمهور يكون قادراً على تشكيل رأي في موضوع أو حدث أو قضية شاهدها أو قرأها أو سمعها من وسائل الإعلام، ولهذا السبب ظهرت قوانين تضبط وتقنن النشر والبرث وطرح المواضيع لتلائم عملها أوضاع وظروف كل بلد متبنيات مجتمعاته، وبما يتناسب أيضاً مع حرية الصحافة والإعلام المقيدة بتشريعات موثقة دولياً.

إذا كانت وسائل الإعلام التقليدية لديها القدرة على تشكيل الرأي العام أو التأثير فيه بمستويات مختلفة، فإن التأثير في الرأي العام أو تكوينه عبر الاعلام الجديد قد جعله أكثر إتساعاً وسرعة، في آراء المجتمعات التي تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي على نطاق واسع كانت أكثر تشكياً وسرعة وتأثراً بالمعلومات المتداولة، وهنا تكمن مخاطر أخرى سنأتي على أساليب مواجهتها في توصيات هذا البحث.

### الخاتمة

جاءت أهمية المفاهيم والمواضيع الخاصة بالإعلام بنوعيه التقليدي والجديد التي تناولناها في هذه الدراسة البحثية ليست فقط من ضرورة التعرف على وسائله وتقنياته فحسب بدءاً من تعريفها مروراً بتطورها التكنولوجي، بل أن الأهم فيها هو الخوض بأساليبها وقدراتها في تشكيل الرأي العام من جهة، وتأثيرها في اتجاهات هذا الرأي من جهة أخرى، لاسيما في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والصحية



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

الطارئة، فضلاً عن الأحداث التي شهدتها هذه المجتمعات, وكان آخرها أزمة تفشي وباء كورونا التي تناولها هذا البحث نموذجاً لسؤال على درجة بالغة من الأهمية، وهو كيف تكونت آراء المجتمعات تجاهه؟ وكيف تأثرت مواقفها وتصوراتها من هذا الوباء؟ انطلاقاً من نشأته ومروراً بطبيعته ومدى خطورته، ثم وصولاً إلى طرق الحصانة منه.

لا شك أن العالم حكومات ومجتمعات كان في حالة صدمة من هذا الفيروس الذي وُصف بالتاجي، فضلاً عن أن منظمة الصحة العالمية قد دخلت في حالة إرباك عند محاولتها تعريف هذا المرض، لكن علمائها تدرجوا في توصيفاته له انطلاقاً من مستويات تأثيره، ففي بادئ الأمر وصفوه بالمرض الفيروسي، ثم الجائحة عند استفحال فتكه في الصين وبعض الدول القريبة منها، ليحددوا أخيراً تعريفهم له بالوباء بعد أن انتشرت عدواه في أرجاء المعمورة، لكن بقيت الحكومات ومراكز الأبحاث الوبائية والمختبرات حول العالم في حيرة من فيروس يصعب إبتكار علاج له، إلى أن اكتشفوا أنه يصيب جهاز المناعة في جسم الإنسان، وكان لهذا الاكتشاف الأثر الإيجابي في التعامل مع الوباء المنتشر عبر إجراءات وقائية وصحية مدروسة كالحجر الصحي وارتداء الكمامات والتزام التعقيم المستمر وصولاً الى الاغلاق العام للاقتصاد وإيقاف السفر بين دول العالم، وهو ما أتاح الوقت أمام العالم للبحث عن لقاح يحصن المجتمعات من خطر هذا الوباء وبالسرعة الممكنة.

وبينما كان العالم في حالة بحث مستمر عن الكيفيات والتقنيات والبرامج والأساليب الطبية الصحيحة لمواجهة وباء كورونا، كانت المعلومات المغلوطة وغير الموثقة علمياً عن هذا الفيروس في تلك الأثناء تنثر على مسامع الناس وتتوالى أمام أعينهم في مواقع التواصل الاجتماعي وعبر حسابات واسعة الانتشار استغللت الأزمة لتدعي أنها تمتلك المعلومة الأكيدة عن طبيعة هذا الفيروس ( القاتل ) من خلال ما طرحته من أفكار غير موثقة أو مسندة علمياً، فتشتت آراء المجتمع حول العالم بين من قال إن الفيروس لا حصانة منه وسيصيب كل إنسان على وجه الأرض، وبين من قال إن كورونا فيروس اعتيادي حاله كحال أي إنفلونزا، أما البعض الآخر بنشر معلومات لا صحة لها عن كون الفيروس سياسياً ناجماً عن حروب



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

اقتصادية بين كبريات الدول، في حين ذهب مدعون آخرون بالعلم عن خفايا هذا الفيروس إلى أنه أداة وبائية مفتعلة لتقليص عدد سكان الأرض، حتى جاءت الحقائق الطبية المسندة علمياً لتدحض كل هذه الإدعاءات والأفكار الخاطئة التي سعت مراراً للتأثير سلباً على إتجاهات الرأي العام، لكن المجتمعات اليوم باتت أقوى وأكثر إدراكاً لمخاطر تكوين آرائها ومواقفها بناء على معلومات مغلوطة وأفكار لا سند علمياً يدعمها، فضلاً عن أن معظم الناس باتوا واعين الى وجوب التطعيم باللقاحات المعتمدة طبياً ورسمياً حفاظاً على الصحة العامة، وبالتالي تكونت من خلال هذه الأزمة الوبائية قناعة عامة مفادها : أن الحسابات الشخصية واسعة الانتشار على منصات التواصل الاجتماعي يحظى أصحابها بالمتابعة أكثر بكثير من قدرتها على التأثير في المجتمعات، بينما في المقابل كانت الحسابات الموثقة للقائمين بالمسؤولية أفراداً ومؤسسات حكومية تنشر دائماً النبأ اليقين ذا المصدقية التامة حول هذه الأزمة، وليس الخبر أو المعلومة المنتشرة التي كان من الواجب التحقق منها و تدقيقها بالكامل قبل إطلاقها الى الملأ أو تداولها.

### التوصيات

انطلاقاً من الأسباب التي ذكرناها في أهمية الدراسة البحثية وأهدافها، توجب علينا تقديم جملة توصيات تستهدف تحصين الأفراد والمجتمعات من الشائعات والأفكار المشوهة والآراء غير الرصينة وتلك المغلفة بمعلومات زائفة عن الظواهر غير الطبيعية والأزمات التي تهدد الحياة والاستقرار والأمن الشامل، وهذه التوصيات على النحو الآتي :

1. دعوة وسائل الإعلام إلى تكثيف أدوارها التثقيفية والتنويرية بمخاطر اعتماد الشائعات من دون النبأ اليقين المعلن من مصادره الموثقة.
2. قيام الحكومات بوضع خطط وبرامج توعوية وتثقيفية للمجتمع عبر الإعلانات في الشوارع والأماكن العامة، وعبر وسائل الاتصال الجماهيري بكافة أنواعها.
3. السعي الجاد من قبل المؤسسات الرسمية المتخصصة لتصويب أدوار المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، واستثمار انتشارها الواسع على الانترنت في توعية المجتمع بالقضايا التي تهم.



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)

العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

4. مراقبة الانترنت وحجب المواقع والحسابات الشخصية التي تحاول بث أفكار سلبية أو معلومات لا صلة لها بالواقع.
5. تعزيز الجهود التربوية للأطفال والشباب وتصويب وسائلها بشكل علمي مدروس سواء في المدرسة أو المنزل.
6. التعاون بين الحكومات ومنظمات المجتمع المدني والجمعيات المتخصصة لعقد ندوات تثقيفية بمخاطر الشائعات، والتثقيف بأهمية اعتماد الأخبار من مصادرها الموثوقة والرسمية.
7. تكثيف أدوار الحكومات بجميع مفاصلها في مواقع التواصل الاجتماعي عبر حسابات رسمية موثقة، وتعزيز القدرات التحريرية والتقنية لهذه الحسابات بما يجعلها تستيق الشائعات والأخبار غير المؤكدة، ثم حسمها بالنبأ اليقين، الأمر الذي يقطع الطريق على بعض الأشخاص لاسيما ذوي الانتشار الواسع على مواقع التواصل الاجتماعي إذا ما حاولوا بث آراء وأفكار لا أساس لها من الصحة.

#### ● المراجع المعتمدة :

- موقع مبتعث، المنهج التحليلي في البحث العلمي، 2019. (<https://bit.ly/3CsJBf8>)
- موقع مقال، تعريف النظرية، 2021. (<https://bit.ly/3s7k0Ua>)
- موقع معهد، مفهوم الاتصال، 2021. (<https://bit.ly/3yLyk7q>)
- د. عمر عبدالرحيم نصر الله، أنواع الاتصالات، 2014. (<https://bit.ly/3AAA0Rt>)
- موقع إد أرابيا، ما هي أنواع وسائل الاتصال بين الأفراد؟، 2018. (<https://bit.ly/3AaqXXk>)
- جامعة محمد لمين دباغين سطيف، أهداف الاتصال، 2015. (<https://bit.ly/2VNwLqN>)
- موقع عربي، الصعوبات التي تواجه الاتصال الفعال؟، 2020. (<https://bit.ly/2XjAME4>)



www.mecsaj.com/ar/

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECSJ)  
العدد الحادي والأربعون ( أيلول ) 2021

ISSN: 2617-9563

- ويكيبيديا الموسوعة الحرة، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 2009. ( <https://bit.ly/2VJOoZ3> )
- جامعة محمد لمين دباغين سطيف، نماذج الاتصال، 2017. ( <https://bit.ly/3AFcxyF> )
- جريدة الاتحاد، ثورة الاتصالات والمعلومات.. قاطرة التغيير العالمي، 2018. ( <https://bit.ly/3AL65WM> )
- موقع موضوع، نشأة وسائل التواصل الاجتماعي، 2020. ( <https://bit.ly/3jQUdf8> )
- صحيفة القبس، أمريكا تتحكم بإنترنت العالم كيفما ووقتما تشاء، 2019. ( <https://bit.ly/37Plauc> )
- شبكة BBC البريطانية، حوارا مع سير تيم برنرز لي، 2019. ( <https://bbc.in/3CRtfga> )
- موقع الإدارة الفعالة لشركات المقاولات، مفهوم الدعاية، 2017. ( <https://bit.ly/3ma1PvU> )
- ويكيبيديا الموسوعة الحرة، الإعلام الجديد، 2021. ( <https://bit.ly/3y1KCHo> )
- (نعييرات, 2014, ص 4, تأثير الإعلام المجتمعي على تشكيل الرأي العام). ( <https://bit.ly/2XDcxRA> )