

المحاضرة الثالثة :

الإعلام : مفهومه ، خصائصه ، الفرق بين الاعلام و الاتصال

- مدخل مفاهيمي للإعلام

1- الإعلام : الإعلام كمفهوم ظهر حديثا وارتبط بظهور وسائل الإعلام الجماهيرية، وتبلور أكثر بعد ظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وقد أخذ أهميته من الوظيفة التي أصبح يقوم بها والتي تتمثل في نشر الأحداث والوقائع وجعلها معروفة بين الناس.

1-1 تعريف الإعلام :

الإعلام لغة يعني التبليغ و الإيصال، فيقال بلغت القوم بلاغا أي وصلتهم الشيء المطلوب مع : و البلاغ ما بلغك أي وصلتك، وفي الحديث بلغو عني ولو آية أي أوصلوها غيركم و اعلموا الآخرين ويقال أيضا أمر الله بالغ استنادا لقوله تعالى " إن الله بالغ أمره أي نافذ يبلغ أين يريد، فالإعلام في اللغة العربية يحمل معنى البلوغ و الوصول.

وكلمة الإعلام مشتقة من العلم ، تقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر، وهو نفس المعنى الذي ي أطلقه العلماء على عملية الإعلام يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، وإن كانت لفظة إعلام تعني أساسا الإخبار وتقديم المعلومات والأخبار والأفكار والآراء ، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها سبعا أن تعلم جماهير مستقبلية الرسالة الإعلامية كافة جوانبها بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو والخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه.

أما الإعلام اصطلاحا فيعرفه **عبد اللطيف حمزة** على انه تزويد الناس بالإخبار الصحفية و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة ويقول فرنان تيرو " الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور

ويعرفه سمير حسن على انه " كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بموضوعية ودون تزييف أو تحريف للواقع مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات، ما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة 3 وبتعبير آخر فإن خبراء الإعلام قد عرفوه بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات. السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعدهم في تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يهو هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم..

2-1 خصائص الإعلام

يتسم الإعلام بمجموعة من الخصائص نذكر منها : الإعلام نشاط اتصالي، يجمع في طياته مصدر المعلومات الرسائل الإعلامية، وكذا الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية ورجع الصدى يتسم الإعلام بالصدق، الدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة. - يتسم بالتعبير الموضوعي لكافة الأحداث و الحقائق التي تميز الساحة الإعلامية

-يسعى الإعلام المحاربة الإشاعات التحيزات و الخرافات
يتسم الإعلام بالشرح التبسيط والتوضيح للحقائق و الوقائع.

الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها وليس نشاط ذاتي يتأثر بشخصية الإعلامي أو القائم بالاتصال.

-يستهدف الإعلام شرح وتبسيط وتوضيح الحقائق كلما زاد المجتمع تعقيدا كلما زادت أهمية الإعلام وبالتالي بما أن الإعلام يستهدف نشر وتقديم الحقائق الموجودة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية فلا بد أن ينطوي على مجموعة من الخصائص تذكر أهمها: الصدق الموضوعية الواقعية (نقل) ووصف وقائع وحوادث فعلية أن يكون متاحا للجميع.
الفرق بين الإعلام والاتصال

3-1 الفرق بين الإعلام والاتصال

بداية تشير إلى أن هاتين الكلمتين قد تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر، ولكن على العموم يمكننا القول أنه إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات والأخبار والمعرفة، فالإتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات. وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن

شيء ثابت (محتوى حالة وضعية، فالاتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة). إنه يفعل الإعلام بجعله أمرا عمليا، بل قد يوصف الإعلام بأنه يشكل إحدى وظائف الاتصال الأساسية الثلاث: الإعلام، التعليم الترفيه. ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام. ومع ذلك فإن المصطلح الإعلام تطبيقات واسعة أيضا، فأحد معانيه الشائعة هو ذلك الذي يشير إلى المعلومة الخبر أو الرسالة التي يوفرها مرسل لمستقبلين، أي بمعنى الاتصال الجماهيري. وهناك مفهوم آخر أكثر حركية للإعلام لا يشير إلى المادة" أو "المعلومة" بقدر ما يشير إلى "العملية نفسها التي تربط بين "المعلم" و "المعلم"، حاملة محتوى دالا بغرض التأثير. وترتبط طبعا بمفهوم الإعلام عدة قضايا تستدعي التوضيح، ومنها أن الإعلام الحقيقي يفترض في رسالته الجدة والسادد. (Pertinence) بمعنى أنه إذا كنا على علم بالخبر الذي يقدمه لنا س من الناس أو متوقعين حدوثه أو قدم لنا الخبر في الوقت غير المناسب، فإنه يكرر لنا ما هو معلوم أو لا يعلمنا بشيء مناسب، بينما تفترض وظيفة الإعلام تقديم الجديد أي إزالة الغموض الشك أو الجهل الموجود لدى المستقبل ولكن دون إفراط لأن ذلك غالبا ما يميئ المعلومة). وهذا يشير بعض الشيء إلى البعد أحادي الاتجاه للإعلام، والذي يمكن أن توحى به من جهة أخرى بداية الرسم الأجنبي لكلمة الإعلام (IN) (INformation): وكذا كون فعلها متعديا (Transitif) في معظم اللغات، وذلك بخلاف بداية الرسم الأجنبي لكلمة اتصال) (CO: شيء مشترك) كفاتحة لكلمة (Communication) وكذا كون فعلها لازما أو منعكسا في الغالب. (Imtransitif, Reflexis) ومع ذلك يمكن القول أن أحادية الاتجاه والتعدي قد لا تشير أحيانا سوى إلى عدم اشتراط الرد أو الإجابة أي أن عملية الإعلام لا تستلزم التناثنية وتبادل المعلومات.. فهو أمر ممكن لكنه ليس ضروريا. وهنا قد يكمن الفرق الأساسي بين الإعلام والاتصال.

تتضمن العملية الإعلامية عنصرين أساسيين: المرسل والرسالة، بينما يكون دور المستقبل سلبيا علاقة قوية بين الأشخاص والأحداث). وذلك بخلاف العملية الاتصالية التي تشترط قيام المستقبل بدور إيجابي بتفاعله مع المرسل (علاقة قوية بين الأشخاص). ويبقى في الأخير أن نشير إلى أن المعلومة ليست هي المادة أو الخبر الخام أو الحيادي بل الخبر الذاتي أو المؤول، لأنه عادة ما يستدعي المعالجة. وبهذا المعنى فالإعلامي هو الذي يشكل ويطلع الخبر أو المعلومة بطابعه الخاص قبل أن تطبع بطابع المستقبل أيضا. فالإعلام يعتبر نتاجا ذاتيا لتقاطع رأيين وتأويلين على الأقل عند إرساله وعند استقباله. ولذلك يصفه فورستر (H. . Foerster) بـ "الحرباء الاصطلاحية، ويعرفه قولتن (D. Wolton) بـ "الرواية المؤقتة والذاتية لقصة يقوم بها أشخاص لا يمكن لأحد أن يضمن موضوعيتهم وترسل لجمهور لا تعرف كيف سيدمجها

ضمن خياراته السياسية والأيدولوجية للإعلام، إذن، يعالج بل يباع ويشترى وقد ينتزع أيضا، ولذلك يوصف بالمتععب ومهنته بمهنة المتعاب. ومع ذلك، فمن الخطأ المساواة بين مفهومي الإعلام والاتصال، لأن الاتصال، كما قلنا، تواصل تفاعلي بالضرورة والإعلام حتى بمضاء الواسع الذي قد يتوفر فيه رد فعل المستقبل - لا يشترط ذلك وقد يأتي الخلط من كون البعض يقارن بين المعنى الواسع للإعلام والمدلول الثنائي للاتصال: كفعل اتصالي لازم اتصال باتجاه واحد وكفعل اتصالي متعدي (باتجاهين). ولتوضيح ذلك نقول أن الإعلام بمعناه الواسع له بعض التكافؤ مع الاتصال بمعناه الضيق. ومما يزيد هذا التكافؤ اشتراكا أن أحد أنواع الاتصال الضعيف التفاعل الاتصال الجماهيري) يعتبر إعلاما.

خلاصة القول :

أن للإعلام معنيين ضيق وواسع، كما أنه يمكن فهم الاتصال بطريقتين: كفعل وكعملية من جهة وهو الغالب - وكوضع اتصالي من جهة ثانية، وأن مجال اشتراك المفهومين يقع عند تقاطع المعنى الواسع للإعلام مع الاتصال كوضع أو فعل لازم. ويبقى الشائع والغالب أن الاتصال أعم وأشمل من الإعلام.