

❖ مفهوم الإعلام والاتصال:

يُعد الإعلام (Media) والاتصال (Communication) من الركائز الأساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يلعبان دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام، نقل المعرفة، وبناء العلاقات بين الأفراد والمؤسسات.

أولاً: مفهوم الاتصال (Communication)

1. تعريف الاتصال:

هو عملية تفاعلية تهدف إلى نقل المعلومات والأفكار والمشاعر بين طرفين (مرسل ومستقبل) عبر قنوات مختلفة، بهدف تحقيق التفاهم أو التأثير.

2. عناصر عملية الاتصال (حسب نموذج شانون وويفر):

1. المرسل (Sender) : مصدر الرسالة (فرد، مؤسسة، وسيلة إعلامية).
2. الرسالة (Message) : المحتوى المُنتقل (معلومات، فكرة، عاطفة).
3. القناة (Channel) : الوسيلة الناقلة (كلام، كتابة، تلفزيون، إنترنت).
4. المستقبل (Receiver) : الجمهور أو الفرد المُستهدف.
5. التغذية الراجعة (Feedback) : رد فعل المستقبل (موافقة، رفض، استفسار).
6. التشويش (Noise) : العوائق التي تعيق وضوح الرسالة (ضجيج، تحيز، سوء فهم).

3. أنواع الاتصال:

- الاتصال الذاتي (حوار الفرد مع نفسه).
- الاتصال بين الأشخاص (وجهاً لوجه).
- الاتصال الجماعي (محاضرة، خطبة جماهيرية).
- الاتصال الجماهيري (عن طريق وسائل الإعلام مثل التلفزيون والصحف).

ثانياً: مفهوم الإعلام (Media)

1. تعريف الإعلام:

هو نظام مؤسسي يستخدم وسائل تقنية (تقليدية أو حديثة) لنشر المعلومات والأخبار والأفكار بشكل جماهيري، بهدف التثقيف، الترفيه، الإقناع، أو المراقبة المجتمعية.

2. وظائف الإعلام (حسب نظرية هارولد لاسويل):

1. الرصد (مراقبة الأحداث ونقلها).
2. التفسير (تحليل الأخبار وتقديم الخلفيات).
3. التواصل الاجتماعي (تعزيز القيم والهوية المشتركة).
4. الترفيه.

5. التأثير والإقناع (حملات التوعية، الدعاية).

3. أنواع وسائل الإعلام:

- التقليدية : الصحف، الراديو، التلفزيون.
- الحديثة : مواقع الأخبار، منصات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك)، المدونات، البودكاست.
- الإعلام الرقمي : الشبكات الاجتماعية، الصحافة الإلكترونية، الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى.

❖ الفرق بين الإعلام والاتصال

المعيار	الاتصال	الإعلام
الهدف	تحقيق التفاهم أو التأثير	نشر المعلومات بشكل جماهيري
النطاق	فردى، جماعى، مؤسسانى	جماهيرى واسع
الوسائل	أى قناة (حتى غير رسمية)	قنوات مؤسسية (صحف، قنوات TV)
التفاعل	مباشر وثنائى الاتجاه	أحادى الاتجاه غالبًا

ثالثًا: نظريات الإعلام والاتصال

تساعد نظريات الإعلام والاتصال في فهم كيفية انتقال المعلومات، تأثير الرسائل الإعلامية على الجمهور، ودور الوسائل الإعلامية في تشكيل الرأي العام والثقافة المجتمعية.

يمكن تقسيم هذه النظريات إلى ثلاث فئات رئيسية:

1. نظريات التأثير الإعلامي (كيف يؤثر الإعلام على الأفراد والمجتمعات).
2. نظريات عملية الاتصال (كيف تتم عملية نقل الرسائل).
3. نظريات الإعلام الجديد (تأثير التكنولوجيا الرقمية على الاتصال).

1. نظريات التأثير الإعلامي:

أ. نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد (Hypodermic Needle Theory)

- الفكرة: الإعلام قوي ويؤثر مباشرة على الجمهور كـ"رصاصة" تُطلق في العقل.
- مثال: حملات التوعية حول لقاح كورونا على التلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي كانت تُروج بشكل قوي بأن التطعيم هو الحل الوحيد للعودة إلى الحياة الطبيعية.
- نقدها: تجاهلت اختلافات الأفراد، واليوم يعتبر تأثير الإعلام أكثر تعقيدًا.

ب. نظرية ترتيب الأولويات – (Agenda-Setting Theory) ماككومز وشو (1972)

- الفكرة: الإعلام لا يخبر الناس ماذا يفكرون، لكن يخبرهم فيما يفكرون.
- الأمثلة: التركيز الإعلامي على قضية معينة (مثل التغير المناخي) يجعلها مهمة لدى الجمهور.

ج. نظرية حارس البوابة – (Gatekeeping Theory) لوين (1943)

- الفكرة: المحررون والصحفيون هم "حراس" يقررون ما يُنشر وما يُهمل.
- مثال: رئيس تحرير جريدة يختار عناوين الأخبار بناءً على معايير الجذب الجماهيري أو الأجندة السياسية.

د. نظرية الاستخدام والإشباع – (Uses and Gratifications Theory) كاتز وبلوما (1974)

- الفكرة: الجمهور ليس سلبياً، بل يختار وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته (معرفة، ترفيه، تواصل اجتماعي).
- أنواع الإشباع:

○ إعلامي (الحصول على أخبار).

○ ترفيهي (مشاهدة مسلسلات).

○ هوي (تعزيز الهوية عبر متابعة مؤثرين).

ه. نظرية الاعتماد على الإعلام – (Media Dependency Theory) بالروكي وديفلور (1976)

- الفكرة: كلما زاد اعتماد الأفراد على الإعلام للمعلومات، زاد تأثيره عليهم (خاصة في الأزمات).

2. نظريات عملية الاتصال

أ. نموذج لاسويل (Lasswell's Model – 1948)

- أشهر نموذج اتصالي بسيط:

○ من؟ (المرسل)

○ يقول ماذا؟ (الرسالة)

○ بأي قناة؟ (وسيلة الاتصال)

○ لمن؟ (المستقبل)

○ بأي تأثير؟ (النتيجة)

ب. نموذج شانون وويفر (Shannon-Weaver Model – 1949)

- ركز على التشويش (Noise) الذي يعيق وصول الرسالة بوضوح (مثل ضعف الإنترنت في مكالمة فيديو).

ج. نموذج جاكوبسون (Jakobson's Model – 1960)

- يضيف عناصر مثل السياق، الرمزية، والوظيفة العاطفية للرسالة.

3. نظريات الإعلام الجديد

أ. نظرية الانتشاء الاجتماعي (Social Presence Theory)

- الفكرة: وسائل التواصل الرقمية تقلل من "الحضور الاجتماعي" مقارنة بالتواصل وجهًا لوجه.

ب. نظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory)

- الفكرة: الأفراد يُشكلون هويتهم عبر المجموعات التي يتابعونها على الإنترنت (مثل الانتماء لجماعات معينة على فيسبوك).

ج. نظرية الشبكة الفعالة – (Networked Society Theory) مانويل كاستيلز

- الفكرة: التكنولوجيا الرقمية حوّلت المجتمع إلى شبكة متصلة، حيث المعلومات تُبنى بشكل تعاوني.

رابعاً: نماذج من الأنظمة الإعلامية ووسائلها في العصر الحديث

شهد العصر الحديث تطوراً كبيراً في الأنظمة الإعلامية ووسائل الاتصال، نتيجة التقدم التكنولوجي وتغير أنماط استهلاك المحتوى.

1. النظم الإعلامية الحديثة

تختلف النظم الإعلامية حول العالم حسب طبيعة النظام السياسي ودرجة الحرية الإعلامية، ومن أبرز النماذج:

أ. النظام الإعلامي الحر (الليبرالي)

- مثال: الولايات المتحدة، أوروبا الغربية.

خصائصها:

- حرية التعبير، تنوع وسائل الإعلام (حكومية وخاصة)
- يعتمد على السوق والربح (الإعلانات، الاشتراكات)
- يتأثر بالاحتكارات (مثل شركات مثل ديزني، نيوز كورب).

ب. النظام الإعلامي الموجه (السلطوي)

- مثال: الصين، روسيا، بعض الدول العربية.

خصائصها:

- تخضع وسائل الإعلام لسيطرة الحكومة أو الأحزاب الحاكمة.
- تُستخدم لأغراض الدعاية السياسية والتحكم في الرأي العام.
- الرقابة مشددة، خاصة على الإنترنت (مثل "الجدار الناري" الصيني).

ج. النظام الإعلامي الاجتماعي (التشاركي)

- مثال: النرويج، بعض وسائل الإعلام الأوروبية.

خصائصها:

- يدعم الإعلام غير الربحي (مثل الإذاعات المجتمعية).
- يعتمد على التمويل العام (ضريبي) لضمان الحياد (مثل BBC في بريطانيا).

2. وسائل الإعلام الحديثة

تنوع وسائل الإعلام اليوم بين تقليدية ورقمية، مع هيمنة متزايدة للرقمية.

أ. وسائل الإعلام التقليدية (ما زالت فاعلة)1. التلفزيون

○ نماذج:

- القنوات الفضائية (CNN ، الجزيرة، MBC).

- البث الرقمي (مثل Netflix ، Shahid).

- التحديات : انخفاض المشاهدة لصالح المنصات الرقمية.

2. الإذاعة

- لا تزال مؤثرة، خاصة في المناطق النائية (مثل راديو BBC ، إذاعات محلية).

3. الصحف والمجلات

- انتقلت إلى النسخ الإلكترونية (مثل نيويورك تايمز ، الشرق الأوسط).

ب. وسائل الإعلام الرقمية (المهيمنة حاليًا)1. منصات التواصل الاجتماعي

- تويتر (X) : لنشر الأخبار بشكل فوري.

- فيسبوك : لأخبار المحتوى المجتمعي.

- يوتيوب : للمحتوى المرئي (أخبار ، تعليم ، ترفيه).

2. الصحافة الرقمية

- مواقع إخبارية (مثل هافينغتون بوست ، العربي الجديد).

- المدونات الإخبارية (مثل مدونات الرأي على Medium).

3. اليودكاست والستريمينغ

- Spotify ، Apple Podcasts : لنشر المحتوى الصوتي.

- Twitch ، Zoom : للبث المباشر والتواصل التفاعلي.

4. النكاه الاصطناعي في الإعلام

- أخبار مكتوبة بالنكاه الاصطناعي (مثل استخدام ChatGPT في بعض المواقع).

- Deepfake : خطر التزييف الإعلامي.