

الاعلام

مفهومه:

***لغة:** كلمة اعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه، بمعنى صار يعرف الخبر بعد ان طلب معرفته. فلغويا يكون معنى الاعلام هو نقل الخبر.

في اللغة الأجنبية Information تحمل معنى الإخبار Informer.

***اصطلاحا:** يعرفه **عبد اللطيف حمزة** بأنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، او مشكلة من المشكلات".

* هنا يتوسع مفهوم الاعلام الى الشيوخ وانتشار الخبر.

* ويعرفه **فيرنان تيرو** بقوله: "الاعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الالفاظ أو الأصوات أو الصور بصفة عامة بواسطة جميع العلامات والاشارات التي يفهمها الجمهور".

***اما علي حسن قريشي** فيعرفه بأنه: " النشاط الاتصالي الذي يمارس من طرف وسائل إعلامية مختلفة للتعبير عن قضايا واحداث سياسية أو ثقافية أو اقتصادية أو غيرها، وذلك في صورة رموز لغوية، او رموز مرئية، أو رقمية بغية احداث التأثير لدى الجمهور بما يتفق واهداف المرسل المسطرة والمدروسة".

***بينما تعرفه اللجنة الدولية لدراسة الاتصال** من خلال تقريرها الصادر عن اليونسكو بأنه: "الاعلام هو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الانباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من اجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والوطنية والدولية، والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة والوصول الى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة".

***ويعرف بأنه:** "تلك العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة، من خلال الوسائل الآلية والالكترونية، إلى عدد كبير ومنتشر من المتلقين، في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة".

*وعرفه **عصام سليمان موسى** بأنه " اتصال منظم ومدروس يقوم على إرسال رسالة علنية صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري، وترسل الرسالة الإعلامية عبر وسيلة آلية تتميز بقدرتها على صنع نسخ كثيرة من الرسالة الأصلية، لتوزيعها على جمهور عريض ومتفرق وغير متجانس".

*أما **فواز منصور الحكيم** فيرى أن الاعلام هو "تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات، والمستويات، حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة، وبسرعة فائقة من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تتمثل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية والإلكترونية متطورة".

* فالإعلام يرتبط باستخدام الوسائل الإعلامية من حيث الممارسة، ويرتبط بنقل الوقائع والأحداث الحقيقية من حيث المحتوى كما ان الاعلام ملزم بالمصداقية والموضوعية ونقل الحقيقة كما هي. والاعلام هو أحد أقوى الطرق التي تؤدي إلى خلق الرأي العام، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك لم تكن موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل الأفكار والمعارف وتحقيق التسلية والترفيه. إلا أنه يعتبر اتصال في اتجاه واحد، لا يمكن للمرسل فيه أن يحس برجع الصدى الذي يعتبر في هذه الحالة عملية مؤجلة، تتعرف عليها مؤسسات الاتصال الجماهيري بطرق متعددة، إذ يتم عادة استقباله من خلال طرف ثالث متمثل أساساً في مؤسسات البحوث والتقدير، وان كان جزء منه يصل من خلال الاتصالات الهاتفية أو بريد الجمهور.

خصائص الاعلام

1. يعتمد في إيصال الرسائل الى المتلقين على وسائط مثل الصحف، الراديو، والتلفزيون... الخ وهو ما يمنحه القدرة على التوصيل السريع والسهل للرسائل وعبر مسافات بعيدة. كما أن تنوع هذه الوسائل يسمح له بالتكيف مع حاجات الافراد وخصائصهم. ووسائل الاتصال الجماهيري في الواقع إنما هي آلات مساعدة تزيد من قدرة المرسل على الاتصال بالآخرين عبر مسافات شاسعة، واقامة علاقات اتصالية معهم وبينهم. ومن زاوية أخرى فان وسائل الاتصال هي قنوات اتصال آلية، توصل المنبهات (المعلومات) عبر قنوات الاتصال الإنساني (الحواس) ، إلى الإطار المرجعي. فهي إذن آلات أدخلت على العملية الاتصالية الأساسية، التي يمكن أن تحدث بين شخصين حين يلتقيان ويتبادلان الحديث.

2. يسمح بمخاطبة عدد كبير من الافراد، ويقدم لهم معاني مشتركة في نفس الوقت، رغم الانتشار والتشتت. فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن الأنواع الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرفان بعضهما البعض معرفة حقيقية.
3. تتسم رسائله بالعمومية، حتى تحقق القبول والفهم لدى الجماهير المتعددة، كما انه يسمح بتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف وتطورات الأحداث، خاصة في ظل ما يتميز به المجتمع المعاصر من تغيير ونمو سريعين.
4. مصادر الاتصال الجماهيري تتعدى كونها مجرد شخص إلى مؤسسات تنظيمية، فهو عبارة عن إنتاج جماعي يشترك في صناعته أكثر من شخص، كل حسب تخصصه، وتعتبر الصور الأخيرة للمواد الإعلامية المنشورة أو المذاعة، هي محصلة جهود فريق عمل متكامل، يعمل في إطار السياسة الكلية للمؤسسات الإعلامية.
5. يتم التحكم في محتواه من طرف العديد من حارسي البوابة الإعلامية، ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال المواجهي، إلا أنه في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام.
6. تأثير رسائله يتوقف على المتلقي الذي يقرر بنفسه ما يرغب في التعرض له من وسائل ورسائل او رفضه لبعض منها، فهو متلقي انتقائي.
7. غياب رجع الصدى الفوري، فالقائم بالاتصال لا يستطيع أن يعرف عادة إن كانت الرسالة قد وصلت إلى المتلقي أو لا، وان كان قد تلقاها بالشكل الصحيح أم أن هناك سوء فهم لمضمونها، وبالتالي عدم القدرة على ادراك جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمتلقي، كما ان مجموعة الاشخاص أو الجماهير التي تشاهد التلفزيون وتستمع الى الراديو نادرا ما ترد على هذه الأجهزة، أو تكتب إليها، وقد يكون رجع الصدى في هذه الحالة في بعض الاحيان هو غلق جهاز الراديو أو التلفزيون أو التوقف عن شراء الصحيفة، وهذه الاسباب تدفع المؤسسات الإعلامية الى اجراء الأبحاث لمعرفة طبيعة التأثير.
8. نجاح الاعلام وتطوره يتطلب وجود قاعدة اقتصادية قادرة على توفير التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال ونظمها، كما يتطلب وجود قاعدة علمية وثقافية لدى المجتمع تسمح بإنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، بالإضافة الى توفر مناخ ملائم من حرية الرأي والتعبير.

