الفصل الأول

الإعلام والإعلام المتخصص

يوما بعد يوم تتضح معالم الدور المهم الذي تؤديه وسائل الإعلام في توجيه المجتمع وإرشاده وتثقيفه، وتزداد الحاجة إليها في الإسهام في عملية التنمية في جميع مجالاتها، إضافة إلى الدور المألوف الذي تؤديه في تلبية حاجة الإنسان إلى الاتصال، وهي حاجة إنسانية نشأت مع نشوء المجتمعات البشرية، لكي يتصل الفرد بغيره من الأفراد ويتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر عما في نفسه.

ولم يعد الإعلام «يقتصر على إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات، وإنما تحول إلى صناعة الاهتمامات وإعادة التشكيل الثقافي للإنسان، من خلال الأوعية المختلفة، والتقنيات المتطورة»[1].

المبحث الأول: الإعلام لغة واصطلاحاً

المطلب الأول: الإعلام لغة:

الإعلام لغة مصدر للفعل الرباعي أعلم، ومن العلم الذي هو إدراك الشيء على حقيقته.

قال صاحب اللسان: «العلم نقيض الجهل، عَلم علماً وعلُم هو نفسه، وعلّمه العلم وأعلمه إياه فتعلمه، وعلم بالشيء: شَعَر، ويقال: استعلِم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى

(١) حسنة، عمر عبيد: مقدمة كتاب (نحو مشروع مجلة رائدة للأطفال) للدكتور مالك الأحمد، كتاب الأمة، قطر، ط١، ١٤١٧هـ ـ ١٩٩٧م، ص ٢٥.

أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه (...) وأعلم فلاناً الخبر، وبه: أخبر به»[1].

وذكر الزبيدي في (تاج العروس) أن «التعليم والإعلام شيء واحد، وفرّق سيبويه بينهما فقال: علِمْت كأَذِنْت، وأعلمت كآذنت. وقال بعضهم: التعليم تنبيه النفس لتصور المعاني، والتعلم تنبّه النفس لتصور ذلك»[2].

المطلب الثاني: الإعلام اصطلاحاً:

عرفت البشرية الإعلام منذ نشأتها ووجودها، ومارسته بالأساليب التي تهيأت لها وارتأتها مناسبة لها، ثم تطورت هذه العملية مع تطور البشرية واكتشاف الوسائل والأساليب المختلفة.

وحديثا اتسع مفهوم الإعلام ليشمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار من طرف مرسل إلى متلق «مستقبل»، ويتخلل هذه العملية تفاعل ومشاركة من الطرفين، بحيث أصبح الإعلام علماً وفناً في آن واحد، فهو علم له أسسه ومنطقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وفن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام.

ويعرف الإعلام بتعريفات عدة منها[3]:

١ ـ الإعلام عملية دينامية تهدف إلى توعية، وتثقيف، وتعليم، وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل مواده المختلفة، وتتابع برامجه وفقراته، ويجب أن يكون هناك فكرة محدودة تدور حول معنى معين يهدف مرسلها إلى توصيلها إلى تلك الجماهير.

٢ ـ الإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق، والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي.

---

(١) ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، د. ت. مادة (علم).

(٢) الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني: تاج العروس من جواهر القاموس، دار صادر، بيروت، ط١، ١٣٠٦هـ ـ ١٨٨٣م، مادة (علم).

(٣) خضر، محمد: مطالعات في الإعلام، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، ١٤٠٧ هـ ـ ١٩٨٧م، ص١٢ـ ١٤.

٣ـ الإعلام تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الدقيقة، والحقائق الثابتة، والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة، ويعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

المبحث الثاني: عناصر العملية الإعلامية ووسائلها:

المطلب الأول: عناصر العملية الإعلامية:

ويرى معظم الباحثين في مجال وسائل الإعلام أن العملية الإعلامية، أي عملية الاتصال الجماهيري، تتكون من ستة عناصر رئيسية هي (المصدر، والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والتأثير، ورد الفعل)[1].

فالمصدر هو منبع الخبر، ومنشىء الرسالة الإعلامية، وقد يكون فرداً أو مجموعة أو هيئة أو مؤسسة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال، أما الرسالة فهي الأفكار والمعلومات والخبرات المراد إيصالها والتي تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها.

والوسيلة هي الواسطة أو القناة التي تنتقل عبرها هذه الأفكار، وقد تكون وسيلة كتابية أو إلكترونية، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، ففي الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون الميكرفون، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون الأداة مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو. أما المستقبل فهو متلقي الرسالة، سواء أكان فرداً أم مجموعة، وهو المستهدف بالعملية الإعلامية، والتأثير هو رد الفعل لدى المستقبلين ومدى تأثرهم بما حوته الرسالة الإعلامية من مضامين مختلفة ذات اتجاهات متعددة. ويقصد برد الفعل، أو التغذية الراجعة (المرتدة) كما يسميها بعض الإعلاميين، مدى استجابة المستقبلين للعملية الإعلامية وتقبلهم لمضمونها ومحتوياتها، وآراؤهم وتصوراتهم حول فاعليتها وكفاءتها.

---

(١) محمد، محمد سيد: الإعلام والتنمية، دار الفكر، القاهرة، ط ٤، ١٤٠٨ هـ ـ ١٩٨٨م، ص٥٢.