

٣- 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)^(١).

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

والوسيلة هي الوساطة 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 الميكروفون، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضاً 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 تأثيرهم 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 - ١٩٨٨ م، ص ٥٢.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام:

يقصد بوسائل الإعلام جميع الأدوات التي تستخدم في صناعة الإعلام وإيصال المعلومات إلى الناس، وتقسم إلى وسائل مقروءة، ووسائل سمعية، ووسائل بصرية وسمعية، فالوسائل المقروءة كالكتب والصحف والمجلات والنشرات، والوسائل السمعية كالإذاعة وأجهزة التسجيل السمعية، والوسائل السمعية والبصرية كالتلفزيون، والفيديو، والسينما والإنترنت والرسائل النصية القصيرة المرسلة بواسطة الهواتف النقالة.

المبحث الثالث: أنواع الإعلام ووظائفه:

المطلب الأول: أنواع الإعلام:

تظهر الدراسات الإعلامية أن هناك عدة أنواع للإعلام تتباين حسب الوظيفة والطبيعة والجمهور. لكن ثمة نوعين رئيسيين من هذه الأنواع هما^(١):

١ - الإعلام الشخصي (الوجاهي): ويشمل هذا النوع الإعلام الشخصي، أي الإعلام الذي يتم بين فرد وآخر، أو بين فرد واحد ومجموعة محدودة من الأفراد، والإعلام الجمعي، أي الإعلام الذي يتم بين فرد أو عدة أفراد ومجموعة واسعة من الأفراد، ويكون ذلك كله عن طريق الاتصال المباشر. ويتميز هذا النوع من الإعلام بقوة الحضور، وبوجود قدر كبير من العفوية والمرونة والتغذية الراجعة

(١) راجع:

- جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، لا. ط، ص ص ٥٦ - ٨٢.
- حسن، حمدي: مقدمة في دراسات وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٧٢.
- سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط ٢، ١٩٩٣، ص ٩٢ - ٩٨.
- مكاي، حسن: الإعلام ومواجهة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، لا. ط، ٢٠٠٥، ص ٢٧ - ٢٩.
- الموسوعة العربية: (مادة الإعلام)، دار الفكر، دمشق، ط ١، ١٩٩٨.