



الفصل الثاني

مفهوم الإعلام العام ووظائفه

الواقع أن الإعلام أصبح جزءاً من حياة الناس في شتى أنحاء العالم، كما أن بناء الدولة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل ووسائل الإعلام، سواء أكان ذلك عن طريق التبليغ من شخص إلى آخر "الاتصال الشخصي"، أو عن طريق تبادل المعلومات بين جماعات منظمة "الاتصال الجمعي"^(١)، أو عن طريق الاتصال الجماهيري المتمثل في الصحافة والمطبوعات، والإذاعة، والتلفزيون، والسينما، والقنوات الثقافية الأخرى.

وقبل تعريف مفهوم الإعلام الحربي فمن المهم أن نوضح مفهوم الإعلام ووظائفه كمدخل للموضوع.

أولاً: مفهوم الإعلام

وجدت الدراسات التاريخية صعوبة شديدة في محاولة وضع مفاهيم وتعريفات أساسية لمفهوم الإعلام، وبدأت تبرز بعض المسميات منذ الحرب العالمية الأولى "١٩١٤م-١٩١٨م"، ثم تطورت هذه المسميات "الإعلام-الاتصال بالجماهير-الاتصال التقليدي-الدعاية-النشاط الدعائي". هذا بخلاف مصطلحات الإعلان والعلاقات العامة والرأي العام.

كانت أواخر الستينيات هي فترة بدء تعاظم التطور في مجال الاتصال والإعلام، حيث زاد الاهتمام بعلوم المعلومات ونظريات الإعلام ونظم الاتصال ووسائله، وظهرت مجالات الاتصال بين المنظمات، كما ظهر الاتصال السياسي والاتصال العالمي والاتصال بين الحضارات. كما استمر النمو أيضاً ليشمل الأداء الشفهي والصوت، والإلقاء، والمناظرة، والصحافة، ووسائل الاتصال الجماهيرية والإعلان. ومع تطور الأحداث، ظهرت نظريات جديدة في الاتصال بحيث أصبحت أكثر ترابطاً وتكاملاً، ومن أمثلة هذه الاتصالات نموذج "روجرز وكنكيد" الذي يُعتبر نموذجاً جيداً لما كتب في عملية الاتصال، حيث ركز على أهمية المعلومات، كما وصفا

(١) (الاتصال الجمعي): Intergroup Communication هو الذي يتم بين شخص

واحد وجماعة محدودة من الأفراد، يجمعهم مكان واحد أو تربطهم علاقة واحدة

أو موضوع واحد، كما هو الحال في الالتقاء مع الطلبة أثناء المحاضرة.

الاتصال بأنه: " العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا بذلك إلى فهم مشترك، وهذه العملية الدائرية تستدعي إعطاء معان للمعلومات المتداولة بين اثنين أو أكثر من الأفراد أثناء تحركهما نحو التلاقي، وهو ما يدعو إلى قيام فردين أو أكثر إلى التحرك تجاه بعضهما وأن يتحدا في رأى أو مصلحة مشتركة".

وفي الربع الأخير من القرن العشرين بدأت تحدث العديد من التغييرات الجذرية لفهم الاتصال والإعلام، وبدأت تسود صيغة "المصدر-الرسالة-المستقبل" وبدأ يحدث تحول في المفهوم الذي يركز على المرسل إلى فكرة أخرى يكون محورها المستقبل والمعنى، أي من منظور ذي اتجاه واحد إلى إطار دائري، ومن نظرة تركز على الخطابة في الجماهير إلى نظرة تكتنف كل السلوك.

مفهوم الإعلام في ضوء مفاهيم بعض علماء الغرب والعرب

اختلف المفكرون في وضع تعريف شامل لمفهوم الإعلام، كما اختلفت الدول حسب أنظمة الحكم القائمة بها-في فهم الإعلام وتفسيره طبقاً لفلسفة المجتمع ونظراته لمختلف الشؤون الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية.

وعموماً يمكننا القول أن الإعلام يعنى "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة والمعلومات السليمة التي تساعد على تكوين رأى صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات"، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. ومعنى ذلك أن الغاية من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات.

ومن جهة أخرى فقد اتفق المفكرون الغربيون والمتخصصون العرب في اتجاه واحد وهو أن الإعلام هو العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه، كما أنه المعبر عن سياسات وحضارة الأمة وأفكارها وميولها وثقافتها، كما أنه يهيئ المناخ لوحدة الأمة. كما يتفق الفكران على أهمية أن يتمتع الإعلام بالصدق ونقل المعلومات الصحيحة حتى يكون إعلاماً مقنعاً. ومن أمثلة هؤلاء من المفكرين الغربيين: "وارين وأدوين وأولت وورن، Edwin and Warren, Ault-ولبور شرام Wilbur Scharm-وليام ريفرز William

Rivers ومن المفكرين العرب: "الدكتور سمير حسين-الدكتور عبد العزيز شرف-الدكتور إبراهيم إمام-الدكتور محمد سيد محمد".

ثانياً: وظائف الإعلام

الواقع أن المجتمع الإنساني يقوم على الاتصال البشري أو الإعلام بوجه عام، فالإتصال أو الإعلام هو حجر الزاوية لقيام هذا المجتمع وسواء كان يقوم بهذا العمل فرد من أفراد المجتمع أو مراسل لإحدى الإذاعات أو وكالات الأنباء، أو صحيفة أو غيرها، فإن الوظيفة نفسها خالدة، فالإعلام يقدم للمجتمع، خدمة جليلة تؤدي إلى توافقه وتجانسه ووحدته وتكثله. ويرى ولبور شرام: "أن الإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بإحداث التغيير في المجتمع، وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة، فيجعل كل إقليم يلم بشؤون الأقاليم الأخرى". ويشبه الدكتور إبراهيم إمام، تدفق الإعلام في المجتمع بتدفق الدم في الشرايين، فعندما يتوقف الإعلام، يجف الدم في شرايين المجتمع، بمعنى أن للإعلام دوراً رئيسياً في دفع عملية التنمية، وفي نشر الأفكار الصحيحة والمعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة.

كذلك فإن الإعلام يعمل على تقريب وجهات النظر بين الأفراد والجماعات، ويقوم بربط الريف بالحضر، بالإضافة إلى إشباع رغبة الجماهير في المعرفة، ويقول توماس جيفرسون^(١) " Thomas Jefferson" في هذا الصدد: " إن الطريقة المناسبة لمنع اللبس وسوء الفهم عند الجماهير هي تزويدهم بالمعلومات الكافية التي تعالج شؤونهم وأحوالهم عن طريق مختلف وسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة للإعلام لكي ينساب إلى الشعب ويصل إلى مختلف التجمعات الجماهيرية، كذلك فللإعلام دور هام في التخفيف من الأعباء والضغوط اليومية التي يتعرض لها الأفراد، بل إن الأفراد يتجهون إلى الإعلام من أجل الاسترخاء ونسيان المشاكل وتجنب الملل، بل وله

(١) توماس جيفرسون، مفكر إنجليزي معاصر في مجال الإعلام، يتبع المدرسة الليبرالية، ويعتبر أحد الذين صنفوا لوظائف الإعلام، وله مؤلفات في موضوع الإعلام الجماهيري وفي مجال الإعلام والمجتمع مثل (الإعلام والمجتمع الحديث) الذي ترجمه الدكتور إبراهيم إمام.

دور هام في دفع عجلة التنمية الاقتصادية بالإعلان عن المنتجات والخدمات".

وواقع الأمر فإن الإعلام يستطيع أن يفعل الكثير، بل ويستطيع أن يوجه القاعدة العريضة من الجماهير لما يريد أو لما تريده نظم الحكم، خاصة بعد الثورة التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام.

وظائف الإعلام من وجهة نظر بعض المدارس

(١) **المدرسة الوضعية:** يشير الوضعيون إلى أن وظائف الإعلام تدور حول توصيل الخبر إلى الناس، والترفيه عنهم، وتنقيفهم وأداء بعض الخدمات لهم، وحين ترتقى هذه الوسائل يكون من بين وظائفها إدارة الرأي العام حول القضايا المهمة، والمساعدة على إنجاز وتنمية المشاريع الهامة، حتى تبلغ مكانة مرموقة يكون أهم وظائفها هو تحقيق الشرعية العليا وترسيخ قيم المجتمع ودفع ألوان الغزو الفكري عنه.

(٢) **المدرسة الليبرالية:** يقوم نظام الإعلام الغربي بصفة أساسية على الفلسفة الليبرالية والتي تشكل أيديولوجية النظامين السياسي والاجتماعي القائمين في الدول الغربية ويرى أصحاب هذه المدرسة أن للإعلام وظيفتين في المجتمعات الليبرالية الوظيفة الأولى هي الإعلام، أما الوظيفة الثانية فهي الترفيه ثم ظهرت وظيفة ثالثة وهي الإعلان.

هذا وقد اعترفت النظرية الليبرالية أن للإعلام ست وظائف اجتماعية هي: "التنوير العام-خدمة النظام الاقتصادي-خدمة النظام السياسي-المحافظة على الحقوق المدنية-الحصول على الربح-توفير الترفيه". كما تؤكد هذه النظرية على أنه لا توجد وسيلة واحدة مسؤولة عن كل تلك الوظائف، ولكنها مسؤولة جميع وسائل الإعلام.

وفي إطار هذه النظرية برزت بعض آراء المفكرين الليبراليين والتي تتلخص في الآتي:

أ- يرى جاي بلاك Jay Black وفرديريك وتينى Fredrick whitney أن للإعلام أربع وظائف هامة هي: الأخبار والإعلام-الترفيه-الإقناع-نقل الثقافات".

ب- أما عالم الاتصالات هارولد لاسويل Harold Lasweil فيرى أن للإعلام ثلاث وظائف هي "مراقبة البيئة-ربط أجزاء المجتمع-نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر".

ج- وأضاف شارلز رايت Charls Wright عنصراً رابعاً إلى تصنيف لاسويل وهو "الترفيه".

٣) **المدرسة الاشتراكية:** تشكل الفلسفة الماركسية الإطار الفكري للإعلام في هذه المدرسة ولها نظريتان في هذا الإطار:

أ- **النظرية الشيوعية:** التي هي أقرب إلى الصورة التقليدية للإعلام والتي تهتم بالوظيفة الإعلامية أكثر من اهتمامها بمدى صدقها.

ب- **النظرية التسلطية:** وتقوم على أساس النظام السياسي الذي يسيطر سيطرة مركزية على كل أمور الدولة، والذي يقوم على وضع المجتمع في قالب أيديولوجي معين دون أن يقدم له هامشاً من حرية الاختيار والإقناع من خلال الطرح المتوازن.

مما سبق وفي ضوء النظريات السابقة، يمكننا القول أن وسائل الإعلام هي وسائل لنقل المعلومات والترفيه، إضافة إلى أنها جزء من سلسلة الثورات التكنولوجية، بل وأصبح الإعلام وسيلة رئيسية لنقل الثقافات وتحقيق التقدم للشعوب. كما يقوم الإعلام بدور رئيسي وهام هو نقل الأخبار ليس على المستوى المحلي فحسب، بل على المستوى العالمي أيضاً فقد أصبح العالم قرية واحدة في ضوء التقدم التكنولوجي الكبير في وسائل الإعلام. هذا وفي ضوء النظريات والآراء وأفكار المدارس المختلفة، أصبح الإعلام يستطيع أن يقوم بدوره عن طريق.

(١) **التوجيه والنشر:** من خلال المساعدة على تجنيب أفراد المجتمع النتائج غير المرغوب فيها والتي تحدث نتيجة نقل الأخبار بوسائل الإعلام، وتفسير الأخبار، من خلال التركيز على الأمور ذات الأهمية، ومنع تطرف أحاسيس الجماهير وخروجها عن الحدود المقبولة.

(٢) **التعريف بالوظائف العامة المحيطة "نشر البيئة":** من خلال نشر وبت الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة، باعتبار أن الخبر هو الأساس الأول في الإعلام، لأن الرغبة في المعرفة تعتبر ميلاً أصيلاً في الإنسان.

٣) نقل التراث الاجتماعي والثقافي: فالمعروف أن العائلة والمدرسة ووسائل الإعلام، تقوم بدور مهم في عملية التطبع والتنشئة الاجتماعية، ولا شك أن قيام وسائل الإعلام بنقل أنماط السلوك المقبولة والقيم الشائعة يساعد على تحقيق التآلف والتشابه بين آراء المجتمع الواحد.

٤) الترفيه والتسلية: فما من وسيلة إعلامية إلا وتخصص جزءاً كبيراً من مضمونها للترفيه والتسلية، خاصة في الدول الغربية والولايات المتحدة.

٥) التسويق: فالإعلام بوسائله المختلفة يخصص مساحة لا بأس بها للتسويق لأصحاب المصانع والمؤسسات التي تقدم الخدمات المختلفة.

٦) التنمية الاجتماعية: فالإعلام دور هام في التنمية الاجتماعية، حيث يخلق شعوراً بالانتماء للوطن، وهذا الشعور كفيلاً بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الاهتمامات القومية، كما يقوم بالمساعدة في عملية محو الأمية والتخصص الفني، وبهذا يقوم بإعداد الأفراد للقيام بدورهم الجديد.

٧) كذلك أصبحت وسائل الإعلام من العوامل الميسرة للانتقال من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية، وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية التي تنقلها وسائل الإعلام تزيد من مجالات المعرفة عند عامة الشعب، بل إن الإعلام أصبح يشارك بشكل رئيسي في إحداث تغيير اجتماعي ذي أهمية، مثل الثورات الفكرية، والسياسية، والثورات التي تحدث في الذوق، والتطلعات، والقيم.