

مقياس: علوم الإعلام والاتصال

السنة: الثانية ليسانس

شعبة: الأنثروبولوجيا

محاضرة 1: مفهوم الإعلام

مقدمة: يختلط مفهوم الإعلام عند الكثير من الناس بمفهوم الاتصال رغم أن الفرق بينهما كبير فالإعلام يهتم بنشر الأخبار والمعلومات بينما يستلزم الاتصال وجود تفاعل وحوار، ومن خلال هذا المقياس سيتمكن الطالب من تحديد مفهوم الإعلام ومفهوم الاتصال ومعرفة الفرق بينهما.

1- مفهوم الإعلام:

لغة: الإعلام لغة يعني الإبلاغ والإفادة ونقل المعلومة، وهو مشتق من الفعل (أعلم) تقول العرب استعلم الخبر أي صار يعرف الخبر.

اصطلاحا: الإعلام هو مجموعة من قنوات الاتصال التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد، وقد تكون عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، وتقدم إضافة إلى الأخبار والمعلومات الترفيه والتسلية.

تعرف منظمة اليونيسكو في تقرير لها صدر في 1973 الإعلام هو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة.

ويعرفه فيرنان تيري: الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الألفاظ أو الإشارات أو الأصوات أو الصور.

ويعرفه الألماني أوتو جروت: الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت. (مقال للدكتور نزار أبو منشار بتاريخ 2014/6/18 www.alukah.net)

2- أطراف العملية الإعلامية:

1- المرسل Sender هو الطرف المسؤول عن إرسال الرسالة الإعلامية وقد يكون صحفياً أو مذيعاً أو منشطاً وقد يكون وسيلة إعلامية أو مسؤول عنها، ويشترط في المرسل أن يكون تكوينه في مجال الإعلام على عكس المرسل في مجال الاتصال الذي ليس من الضروري أن يكون متخصصاً في مجال الإعلام.

2- الرسالة message وهي المضمون أو المحتوى الإعلامي وهي عبارة عن مواضيع مكتوبة أو سمعية أو بصرية، وقد تكون على شكل رموز.

3- الوسيلة Channel وهي متنوعة قد تكون إذاعة أو تلفزيون أو سينما أو جرائد وغيرها من وسائل الإعلام.

4- المتلقي receiver وهو الجمهور الذي يتلقى الأخبار والمعلومات، وهو غير متجانس في العمر والجنس ومتواجد في أماكن مختلفة وغير محددة جغرافياً.

3- خصائص الإعلام:

1- الموضوعية: يشترط في القائم بالإعلام أن يكون موضوعياً وغير ذاتي أثناء صياغته للأخبار وأن ينقل الواقع بكل تفاصيله حتى لا يؤثر على قرارات المتلقي.

2- الحياد: ويقصد به عدم الانحياز لطرف أو جهة ما، فمثلاً أثناء عرض برنامج على التلفزيون يستضيف أشخاصاً من اتجاهات مختلفة يجب على المنشط أن يكون محايداً ويعطي الفرصة للجميع للتعبير عن آرائهم وأن لا ينحاز لطرف على حساب الآخر.

3- الدقة: ويقصد بها نقل المعلومات كما وقعت دون إبداء رأي حولها أو محاولة تحليلها لأن ذلك من شأنه أن يغير من معناها.

4- أحادية الاتجاه: الإعلام يأخذ اتجاهها واحدا من فوق إلى تحت عكس الاتصال الذي يعتمد على التفاعل والتبادل، ففي الإعلام الصحفي هو الذي يملك مبادرة الإدلاء بالخبر والمتلقي لا يقوم بشيء سوى تلقي الخبر.

5- وصف الواقع: الإعلام يصف الواقع ولا يمكن أن يكون الخبر مبنيا على الكذب أو الخيال.

6- التأثير والتوجيه وتكوين الرأي العام: يمكن للإعلام أن يؤثر في رأي المتلقي بالسلب والإيجاب وبالتالي التأثير على قراراته، كما أنه يوجه اتجاهات المتلقي نحو الأحداث.

وإضافة إلى هذه الخصائص يمكن القول بأن تكلفة الإعلام رخيصة لأن سعر الخبر في متناول الجميع لكن بعد رواج وسائل الاعلام مؤخرا أصبح يمثل صناعة مربحة وذات قيمة اقتصادية.