

المحور الأول: مدخل مفاهيمي عام

1: مفهوم الاتصال والإعلام

1.1. مفهوم الاتصال:

أ. لغة:

الاتصال كلمة مشتقة من الأصل اللاتيني "communis" بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة أو بمعنى الشائع أو المؤلف، ويرجع أصل كلمة "commun" بمعنى عام أو مشترك وأي من المفاهيم يوضح لنا أن الاتصال عملية تتضمن المشاركة والتفاهم حول موضوع أو فكرة لتحقيق هدف ما (عبد الله، 2006، صفحة 50).

وبالرجوع إلى القواميس اللغوية نجد أن "Le Robert D'aujourd'hui" يعرف الاتصال بالإشارة إلى الفعل "اتصل" أو "يتصل" بمعنى يرسل، يبث، يكشف، ويشارك، ومعناه إقامة علاقة مع شخص أو مع شيء معين (نواري، 2016، صفحة 11)، والاتصال في اللغة العربية كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني الصلة وبلوغ الهدف. (دليو، الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، 2003، صفحة 15).

ب. اصطلاحاً:

عرف بيرلسون ستاينر الاتصال "بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفويًا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك"، وأما الباحث كارل هوفلاند يرى أن "الاتصال هو العملية التي ينقل عمداً بمقتضاها المرسل منبهات لكي يعدل سلوك المستقبلين" (دليو، اتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، 2003، صفحة 20)، وهو كذلك عملية نقل المعرفة وخاصة الأخبار، وكذلك المعرفة نفسها أو المعلومات المنقولة. (قادري، 2016، صفحة 20).

وهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها لكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجمهور، ومن هذه الأنشطة: الإعلام، المعلومات، الدعاية، الإعلان والعلاقات العامة (عماد مكاوي و عدلي، 2007، صفحة 03).

وأورد في تعريف "د. جيهان أحمد رشدي" (1975): "الاتصال هو تلك العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي مع مرسل الرسالة (كائنات حية أو بشر أو آلات) في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين، فنحن حينما نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار، فالالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء" (واكد، 2011، صفحة 08).

ويعرفه أحمد ماهر على أنه وضع الأفكار في صياغات (رسالة) في وسيلة مناسبة، بحيث يمكن أن يتفهمها الطرف الآخر، ويتصرف بالشكل المطلوب، كذلك هو عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنتقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر (أحمد ، 2017، صفحة 26، 27).

تعددت التعريفات السابقة حول مفهوم الاتصال واختلقت باختلاف الباحثين وتعدد العلوم الإنسانية، لهذا نجد عدم اتفاق الباحثين على تعريف موحد للاتصال، ويرجع ذلك إلى حداثة علوم الإعلام والاتصال وتداخلها مع عدة علوم فهي علم متعدد التخصصات ومتداخل الفروع، لذلك يكون لبعض المفاهيم ومن بينها الاتصال عدة تعريفات من نظريات وتفسيرات مختلفة.

وعلى ضوء المفاهيم والتعريفات السابقة يتضح أن مفهوم الاتصال هو عملية يتم بمقتضاها نقل وتبادل ومشاركة المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر، إما لفظيا عن طريق الكلمة المنطوقة أو غير لفظيا عبر الإشارات والرموز والإيحاءات بين طرفي العملية الاتصالية يعني بين المرسل أو القائمين بالاتصال والمستقبل، يحددهما إطار دلالي موحد حول موضوع أو قضية معينة، بهدف الإخبار والإقناع والإعلام والتنمية والتأثير في السلوك، ينتج عن هذه العملية إحداث رجوع الصدى أو الاستجابة لمضمون الرسالة الاتصالية.

2.1. مفهوم الإعلام:

أ. لغة:

إن الإعلام في اللغة هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشهاد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك في قوله تعالى: "إن الله بالغ أمره" (محمد الدليهي، 2011، صفحة 17).

وكلمة الإعلام مشتقة من العلم، وكلمة إعلام يقابلها في اللغة الفرنسية information الذي يفيد وفق قاموس لاروس فعل الإخبار l'action d'informer ، واستنادا لقاموس Le Robert D'aujourd'hui يشير إلى الاستعلام حول شيء ما أو شخص ما، وهو فعل الاستخبار والاستعلام، كما يشير نفس المصطلح إلى الخبر أو الحدث الذي نعلمه لفرد أو لجمهور، ويعني بشكل عام عملية إخبار الجمهور والرأي العام عبر الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الانترنت. الخ (نواري، 2016، صفحة 15).

"إن مفهوم الإعلام لغة وفقا لما سبق يعني الإبلاغ عن حدث ما والاستعلام والاستخبار حول شيء ما".

ب. اصطلاحا:

يعرفه المعجم الإعلامي هو العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، وخطابة الجماهير وعواطفهم، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي، كما يعني الإعلام تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. (جمال الفار، 2010، صفحة 27).

ويعرف سمير حسين الإعلام بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة. (مكاوي و عدلي العبد، 2007، صفحة 23).

هناك مجموعة من الخصائص يتميز بها الإعلام (الطيب عيساني، 2008، صفحة 25):

- الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية هي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي.
- يتسم الإعلام بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية.
- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للوقائع والحقائق.
- تزداد أهمية الإعلام كلما زاد المجتمع تعقيدا وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

3.1. الفرق بين الاتصال والإعلام:

لابد لنا من توضيح الفرق بين الاتصال والإعلام فيما يلي:

- الإعلام نشاط اتصالي يعني أساسا نقل الأخبار والمعطيات والمعلومات، وعناصره الأساسية هي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل على جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، والأثر الإعلامي، في الوقت الذي نجد أن الاتصال عبارة عن عملية تبادل المعلومات ويستلزم الحوار ووجود علاقات بين طرفي العملية الاتصالية، فقد يكون اتصالا ذاتيا (بين الشخص ونفسه)، أو شخصيا (بين شخصين)، أو تنظيميا (خاص بالمنظمات) أو اتصالا جماهيريا (موجها لجمهور واسع)، وكل عملية إعلامية عبارة عن اتصال.
- إن الاتصال ما هو إلا عملية مشاركة المعلومات والأفكار (participation) بين المرسل والمستقبل، والإعلام هو عملية نقل للمعلومات والأفكار (transmission).

- يعد الإعلام هدفاً من أهداف الاتصال، كما يصف بأنه إحدى وظائف الاتصال الأساسية.
- يأخذ الإعلام اتجاهها واحداً في تمرير المعلومات إلى الجماهير (ذو اتجاه واحد)، فالعملية الإعلامية لا تستلزم الثنائية وتبادل المعلومات، فالأحادية تشير إلى عدم اشتراط الرد أو الإجابة مع أنها ممكنة ولكن ليست ضرورية، فهي تتضمن عنصرين أساسيين المرسل والرسالة، بينما يكون دور المستقبل سلبي، على عكس الاتصال مزدوج الاتجاه تستلزم الثنائية وتبادل المعلومات أي عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل، حيث تشترط قيام المستقبل بدور إيجابي بتفاعله مع المرسل، فالاتصال تواصل تفاعلي بالضرورة في حين أن الإعلام لا يشترط ذلك. (نوازي، 2016، صفحة 20).

2. مفهوم العملية الاتصالية:

يشير القاموس اللغوي على أن العملية الاتصالية هي: "العملية التي من خلالها يتم تبادل المعلومات أو المعاني بين طرفين أو أكثر وذلك من خلال نظام مشترك من الرموز، كما أنها تعني جملة الاجراءات المتخذة بهدف تسجيل استجابة بين القائمين بالاتصال عن طريق التواصل فيما بينها (رباعية، 2015، صفحة 03).

كما تعرف على انها عملية ديناميكية دائرية يتفاعل من خلالها فرد أو اكثر أو مجموعة أو نظم مع بعضها البعض بغرض تبادل المعلومات والافكار والآراء المختلفة و تتم في وسط يساعد على المشاركة في المعلومات و الانفعالات و الصور الذهنية و هذه العملية لها اهداف معينة وردود مباشرة وغير مباشرة، وتتم العملية الاتصالية على النحو التالي:

- وجود مرسل: وهو الشخص الذي يقوم بإرسال ونقل وتوجيه الرسالة، وقد تكون أفكار أو معلومات، مشاعر وأحاسيس، اتجاهات... إلخ
- مرحلة إدراك الرسالة: هي مرحلة ولادة فكرة ما في ذهن المرسل حول موضوع معين، وهنا يتخذ القرار بإرسال الرسالة التي يريد والتي نتجت عن حاجة أو قصد أو فكرة أو أي مؤثر آخر .
- مرحلة الترميز: وهي مرحلة مهمة يقوم فيها المرسل ببلورة هذه الفكرة في صورة رسالة معينة سواء أكانت مكتوبة أو شفوية وهذا ما يسمى (بالترميز)، حيث يتم فيها تحويل الأفكار والمعلومات إلى لغة أو رموز (كلمات شفوية رسالة مكتوبة، تقرير تعبيرات غير لفظية إشارات صورة).
- مرحلة اختيار وسيلة الاتصال: يتم في هذه المرحلة اختيار القناة الملائمة للاتصال، وقد تكون هذه الوسيلة شفوية أو مكتوبة أو مرئية.
- مرحلة استقبال الرسالة من قبل الشخص الموجهة إليه الرسالة (المستقبل).
- مرحلة فك رموز الرسالة وتفسيرها وفهمها: يقوم المستقبل في هذه المرحلة بتحويل لغة ورموز الرسالة إلى معاني مفهومة وواضحة بالنسبة له.
- الاستجابة: هي ردة فعل المستقبل للرسالة بالاستجابة أو عدم الاستجابة.

– التغذية الراجعة: ويقصد بها رجوع الصدى وقد تدل على فهم وتأثير الرسالة في المستقبل أو تدل على عدم فهمه لها.

إن النظر للاتصال كعملية يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر المرسل إلى المتلقي (المستقبل)، كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي بما يحدد تأثير الاتصال: من جهة أخرى فإن كلا من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة، ويتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات وكذلك بانتماءاته الاجتماعية الثقافية بما يثير ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء (محمد الدليبي، 2011، صفحة 30).

3. مفهوم وسائل الإعلام والاتصال وتصنيفاتها:

هي الوسائل التي يتم بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل أو المصدر إلى المستقبل أو المتلقي، ووسائل الاتصال والإعلام هناك من يحصرها في الصحافة الإذاعة والتلفزيون والسينما ووكالات الأنباء، وهناك من يتوسع في ذلك فيضيف وسائل الإعلام الجديدة على غرار الصحافة الإلكترونية والإذاعة الرقمية والتلفزيون التفاعلي والإنترنت وحتى مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تصنيف وسائل الإعلام والاتصال كالتالي:

- الوسائل المكتوبة أو المطبوعة: كالكتب بأنواعها وتخصصاتها المختلفة، والصحف والمجلات (الدوريات)، المنشورات والكتيبات الوثائق الإدارية والتاريخية، وغير ذلك من الوسائل.
- الوسائل الشفوية المباشرة: أي الكلام والحديث المباشر بين المرسل والمستقبل، كالمحاضرة التي يلقيها الأستاذ ويضمّن رسائله التدريسية، أو الحديث المباشر بين شخص وآخر بخصوص فكرة، أو وجهة نظر يريد المرسل إيصالها إلى المستقبل، أو لقاءات واجتماعات العمل.
- الوسائل المسموعة والمرئية: وتتمثل بصورة رئيسية في الإذاعة، التلفزيون والسينما.
- الوسائل الجديدة: الصحافة الإلكترونية والإذاعة الرقمية والتلفزيون التفاعلي والإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي (الطيب عيساني، 2008، صفحة 56).

4. وظائف وسائل الإعلام والاتصال:

1.4. أهم التصورات الغربية لوظائف وسائل الإعلام (نواري، 2016، صفحة 71):

تمثل هذه التصورات في تصور كل من **Harold Lasswell** هارولد لاسوال والذي يعد أول من لفت الاهتمام إلى وظائف الاتصال في المجتمع، والتي حددها في ثلاث وظائف تؤديها وسائل الإعلام بصورة ضرورية في أي مجتمع وفي وظيفة الأخبار، تحقيق الترابط، والوظيفة الثقافية والعالم "تشارلز وايت **Charles White**"، والعالمان برتون ولازار سفيلد **Berton et lazarsfeld** وأخيرا ويمكن تلخيص مختلف تصور العالم "ولبار" شرام **Wil ber Chramm** التي جاءت بها تصورات العلماء والباحثين لغربيين في النقاط التالية:

- وظيفة الإخبار: تقوم وسائل الإعلام بنقل الأحداث والقضايا المهمة ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وبث الأخبار التي يحتاجها الفرد عن الخارجي- محليا، جهويا وطنيا، إقليميا دوليا - تلبية لحاجاته الطبيعية المعرفة البيئة المحيطة به ومعرفة الحوادث الجارية من حوله وتعمل على تقديمها بشكل مفصل من خلال التفسير والتحليل.
- وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه: أي تنمية العلاقات البينية وزيادة التماسك الاجتماعي، حيث تتولى وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها بل ووسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع الشرائح الاجتماعية.
- الوظيفة الثقافية: زيادة الثقافة والمعلومات قصد توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف باختلافها وتباينها.
- وظيفة الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ: فضلا عن أنها تجعل من تراث المجتمع سجلا حقيقيا لتاريخه، كما تعمل على تلبية حاجة الفرد المستمرة للترفيه والترويح عن النفس حيث عادة ما تقوم وسائل الإعلام بوظائف ومهام ملء أوقات فراغ الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ مثال: أبواب التسلية في الصحف أو البرامج الكوميديية. وتأخذ وسائل الإعلام باعتبارها مينا واضحا، وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور.
- وظيفة الإعلان في إطار الوظائف الاقتصادية لوسائل الإعلام، تقوم هذه الوسائل عن طريق الإعلان بنشر قوائم الأسعار وتحليل الأعمال لضمان الترابط في السياسة الاقتصادية، وأيضا لتسيير تعليم المهارات وتطلعات السلوة الاقتصادي.

لكن ومهما تعددت الوظائف التي حددها علماء الغرب لوسائل الاتصال والإعلام، إلا أنها تتفق في مضمونها العام إذ ترى أغلبها أن الفرد بحاجة إلى أخبار عن محيطه، بحاجة إلى الترفيه وهذا لضمان قدرته على اتخاذ القرارات السليمة والتصرف بدراية نحو الأمور المختلفة التي يتأثر بها وتتوثر فيه مما يجع نقول إن الغرب انطلقوا من المعطيات المختلفة المحددة لنمط وأسلوب عيش الفرد فحددوا معالم هذا الأسلوب، كما حددوا مختلف حاجات الفرد ليتوصلوا في تحديد أهم الوظائف التي تسند لوسائل الاتصال والإعلام في مجتمعاتهم.

2.4. أهم التصورات العربية لوظائف وسائل الإعلام (نوارى، 2016، صفحة 73):

أما العلماء العرب فكانت لهم تصورات ورؤى نذكر من بينها ما جاء به كل من محمد السيد، فاروق أبو زيد و جهان رشتى و محمد منير حجاب، إذ يمكن تلخيص أهم هذه الوظائف في :

- وظائف اجتماعية: نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى آخر (وسائل الإعلام عبارة عن سجل يذكر ويحفظ أساطير تقاليد قيم ومبادئ الفرد)
- وظيفة التنمية : تقدم وسائل الإعلام للفرد معطيات تتناول واقعه المعاش ما يتعلق بكيفية تطوير أسلوب حياته ونمط معيشتة له، كما تقدم جميع حسب حاجة كل فرد .
- وظيفة تربوية: توفر بعض وسائل الإعلام وظيفية التعليم والتربية للأفراد. من خلال الصبغة العلمية التي تضيفها على بعض الأخبار التي تقدمها، فهي وفي جميع الأحوال، تقدم للفرد أخبارا عن ما يفكر فيه وما لا يفكر فيه ، عن ما يفعله وما لا يفعله ، عن تقاليده وعاداته وتقاليده وعادات غيره... الخ
- وظيفة ترسيخ الديمقراطية لدى الأفراد: إن عدم انحياز وسائل الإعلام لإيديولوجية معينة دون أخرى يكرس في ذهن المتلقين مفهوم الديمقراطية . في حين أن العكس يؤدي إلى حدوث أزمة أو يولد بداياتها.
- وظيفة ترفهية في المجتمع الجماهيري: يعتبر الترفيه أكثر من ضرورة . الضغوطات المتراكمة لدى الأفراد، والتي قد تقود إلى التمرد المرض أو ، دور وسائل الإعلام في تحقيق ترفيه الفرد يكون من خلال خلقها لثقافة جماهيرية أفكار جديدة. معلومات مألوفة ومتعارف عليها ومقبولة لدى الأفراد.
- وظيفة تسويقية خضوع وسائل الإعلام للمؤسسات الاقتصادية الكبرى لتقليص حاجتها لتوفير أجور مستخدميها، وتمويل مؤسساتها يدفعها لتوفير الوظيفة التسويقية في أغلب الأحيان، لذا نجد أغلب وسائل الإعلام تمثل قطاعا من قطاعات الاقتصاد، علما أن صناعة الإعلام تحتل المرتبة الثانية من حيث التصدير في الولايات المتحدة الأمريكية لارتباطها الوثيق بالقطاع الاقتصادي.
- ومن خلال ما سبق يمكن القول أن وسائل الإعلام والاتصال تؤدي دورا كبيرا في نقل المعلومات وتشكيل الرأي العام وتعزيز التفاعل بين الأفراد والمجتمعات باختلاف وتنوع هذه الوسائل سواء كانت تقليدية أم جديدة.

قائمة المصادر والمراجع المعتمدة:

1. أمال نواري. (2016). مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال (الإصدار 01). الجزائر: دار المعارف للطباعة.
2. حسين عماد مكاوي، و عاطف عدلي العبد. (2007). نظريات الإعلام. القاهرة: التعليم المفتوح كلية الإعلام.
3. حليلة قادري. (2016). التواصل الاجتماعي (الإصدار 01). الجزائر: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
4. رحيمة الطيب عيساني. (2008). مدخل إلى الإعلام والاتصال (الإصدار 01). عمان: جدارا للكتاب العالمي.
5. عبد الرزاق محمد الدليحي. (2011). المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
6. علي ابراهيم ربابعة. (2015). مهارة الاتصال. مصر: الألوكة للنشر والتوزيع.
7. فضيل دليو. (2003). اتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة) (الإصدار 01). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
8. فضيل دليو. (2003). الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله) (الإصدار 01). القاهرة: دار الفجر.
9. ماهر أحمد . (2017). كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال (الإصدار 07). الإسكندرية: الدار الجامعية.
10. محمد جمال الفار. (2010). المعجم الإعلامي. الأردن: دار أسامة المشرق الثقافي.
11. مي عبد الله. (2006). نظريات الاتصال (الإصدار 01). بيروت: دار النهضة العربية.
12. نعيمة واكد. (2011). مبادئ في علم الاتصال. الجزائر: طاكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.