

أهداف ووظائف الإعلام:

- ١- تهيئة أفراد الجماعة البشرية للمعيشة معاً في أمان.. ووثام اجتماعي في إطار العلاقات السائدة.
- ٢- إعداد المواطنين للقيام بدور فعال في عمليات الإنتاج.. والخدمات والإدارة.. أي إعدادهم للعلم. أو تأهيلهم مهنيًا.
- ٣- مساعدة المواطنين للاستمتاع بأوقات فراغهم من خلال الترفيه.. أو الترويح عن أنفسهم.

خصائص الإعلام^(١):

وصل الإعلام الحديث إلى مرحلة اكتسب فيها صفات مهمة أكان عملية اتصال، أم بما يحققه من نتائج. فهو كعملية اتصال: إعلام سريع، منظم، مكثف، شامل، مشترك. ومن حيث نتائجه فهذا إعلام: تعليمي، فعال، جماهيري، عنصر توجيه وتقريب.

أ- صفاته كعملية اتصال:

١- سريع:

المقصود بذلك هو نقل الخبر في أقصر وقت ممكن، وفي أقصر صيغة ممكنة. على صعيد الوقت: إن السرعة في نقل الأخبار مرتبطة ارتباطاً فعلياً بتطور التقنيات الحضارية، أو التي أنتجت الحضارة المعاصرة. فالتقنيات الحديثة ألغت دور الحصان ناقل الرسائل، أو الرسول الذي كان يسير على قدميه، واستعيز عن ذلك بوسائل اتصالات ونقل مباشرة وغير مباشرة، سلكية ولا سلكية. والسباق في الإعلام الحديث هو نقل أكبر كمية ممكنة من المعلومات في أقل كلمات ممكنة، وإذا كان هناك من سباق بين وسيلة إعلام ووسيلة إعلام أخرى فهو في سرعة النقل ليس إلا، ثم في صدق الخبر وفي معلوماته، ولكن نقل خبر سريع وإن كانت نسبة صحته ليست ١٠٠٪ أفضل من إرجاء الخبر لاستكمال معلوماته بشكل تام.

٢- منظم:

من صفات الإعلام الحديث أنه منظم، والتنظيم هنا هو أساس الإعلام الحديث:

(١) د. محمود عبد اللطيف، الإعلام والإعلام الزراعي، ص ٢٥٨ وما بعدها.

تنظيم في استقصاء المعلومات وفي جمعها وفي كتابتها وصياغتها وتنظيم في التأكد من صحتها، ثم في نقلها. وبعد ذلك تنظيم في توزيعها (تحريرياً: أبواب مختصة)، وتنظيم في توزيعها مادياً: أي الوسائل التي تتوالى النقل. كل ذلك يجعل من الإعلام الحديث إعلاماً منظماً يتم في خطوات مدروسة ومعروفة مسبقاً.

إن تقسيم العمل، التخصص الإعلامي في الجامعة، العمل في فرع محدد من الإعلام... إلخ، كلها تعبير عن الإعلام الحديث المنظم ففي العمل الصحفي مثلاً: هناك المخبر الصحفي، هناك المحرر، هناك عامل صف الأحرف، هناك مصصح الجريدة، ثم هناك اختصاص في التحرير، تحرير الأنباء المحلية، والخارجية، ثم في الأنباء المحلية هناك أنباء اقتصادية وأخرى سياسية.. وهكذا. فتقسيم العمل في حقل الإعلام هو صفة الإعلام الحديث، وصفة رئيسية من صفاته أي التنظيم.

٣- مكثف:

من صفات الإعلام المعاصر أنه يمكن تكثيف هذا الإعلام، ونقصد بذلك إمكانية حدوث عمليات إعلامية متعددة في آن واحد: إذ يمكن للصحيفة أن تتولى نقل الأخبار، الرعاية لسلع معينة، الإعلان عن سلع معينة، توجيه الرأي العام، تقديم كافة أشكال الترفيه والتسلية.. إلخ كل ذلك في إطار صحيفة واحدة. ومن هنا تمكنت الأجهزة التقنية الحديثة من تلكس وتلبرنترن تتولى نقل الرسائل الإعلامية بشكل كثيف ومتواصل.

٤- الإعلام الحديث شامل ومشارك^(١):

أي يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات، فلم يعد الإعلام فقط تلك السلطة الرابعة أي مجرد نقل سياسي، بل بدأ يشمل جوانب الحياة كلها من سياسة، اقتصاد، اجتماع، ثقافة، حوادث.. إلخ. وأصبح لدينا إعلام خاص بقطاعات محددة في المجتمع، فهناك صحف ومجلات مختصة بالسياسة، وأخرى بالاقتصاد، وغيرها بالمرأة، وغيرها بالعلاقات الاجتماعية، وغيرها بالأدب والفن والثقافة... إلخ، وهذا بالطبع نتيجة للتطور الذي شهدته أجهزة الإعلام والإعلام ككل.

إن صفة الشمول في الإعلام الحديث ليست فقط في الموضوعات وإنما أصبحت

(١) د. عبد اللطيف حمزة - المخل في فن التحرير الصحفي - دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٨،

في التوجه للمرسل إليه سواء كان قارئاً أم مستمعاً أم مشاهداً. فالإعلام الحديث يتوجه لكافة قطاعات الناس والشعب ككل، فهو يشمل كل من يستطيع القراءة، أو من يستطيع السمع، أو المشاهدة، أي باختصار يتوجه إلى كل من لديهم وعي وفهم واستيعاب. وأما الإعلام المعاصر كإعلام مشترك عائد إلى أن أدواته قد مكنته من الانتشار وتغطية أكبر رقعة ممكنة جغرافياً وبشرياً لأنه أيضاً مشترك في موضوعاته.

ب- إعلام حديث من حيث النتائج:

يعتبر الإعلام حديث بما يورث من نتائج مختلفة كلية عن الإعلام سابقاً، ولقد وصلت نتائج الإعلام إلى مستوى من الخطورة تجسد في تغيير مواقف، تجميع قوى، تهديد أنظمة حكم، تكثيف رأي عام، وأحياناً عندما ينجرّف الإعلام الحديث عن مهنته يورث تزوير الحقائق. في كل ذلك يبدو الإعلام إذا ما نظرنا إلى نتائجه كعملية اتصال، سلاحاً خطيراً، سلباً أو إيجاباً، واسع التأثير في الرأي العام. وتأتي خطورة هذا السلاح من النتائج المتحصلة عن عملية الاتصال نفسها، وبشكل أوسع من العملية الإعلامية ككل فالإعلام الحديث هو^(١):

١- تعليمي:

الإعلام ناقل للمعلومات من طرف إلى آخر إذ لا إعلام بدون نقل معلومات، والإعلام هنا يلتقي بالتعليم، وإذا كان التعليم ذا أهمية بالغة في كافة حقول المعرفة فالإعلام كذلك، فالإعلام الحديث عملية تعليمية بما ينقله من معلومات، وهذا شرط أساسي كما أن الإعلام الحديث مطالباً بالثقيف والتوعية ويتطلب هذا توافر معلومات.

٢- الإعلام الحديث فعال ومحرك:

تأتي فاعلية الإعلام الحديث من طبيعة عملية الاتصال ككل بما تقوم عليه من شمول ومن سرعة في النقل ومن معلومات طبعاً. فالللمعلومات فاعليتها، كما لسرعة نقل المعلومات أثر كذلك، هذا إلى جانب شمول المعلومات جمهوراً واسعاً يجعلها فعالة بشكل حاسم. إن العملية الإعلامية بمخاطبتها المباشرة للفرد أو الجمهور، إنما تثير في النفس كوامن واستعدادات ما كانت لتحدث لو لم يوجد الإعلام

(١) د. عبد العزيز شرف - الإعلام ولغة الحضارة - دار المعارف، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ١٧

ويبعثها فكثير من العاملين في حقل الإعلام ساهمت العملية الإعلامية في تطوير شخصياتهم وفجرت مواهبهم وبعثت شخصياتهم الكامنة وصححت سلوكاً أو انحرفت به إلى خر ما هنالك. من أمثلة ذلك ما للصحافة الصفراء من أثر في انحراف الأفراد والجماعات أخلاقياً واجتماعياً بشكل عام (لترويج المخدرات، الدعوة للتخريب، تشجيع الجريمة.. إلخ). وأمثلة أخرى مثل: ولادة صحفيين جدد، معلنين.. إلخ ولا تستبعد القول أن الإعلام الحديث بما يقدمه من معلومات قد بلور شخصيات قيادية في المجتمعات كان لها دورها التاريخي، فالإعلام المعاصر فعال إلى أقصى درجات الفعالية.

والإعلام الحديث في نتائجه محرك للأفراد والجماعات، والمقصود بذلك أن الإعلام بما يوفره من استنهاض همم، أو إثارة عواطف، أو مخاطبة عقول، إنما يحرك القطاعات الجماهيرية تحريكاً واسعاً، فالخطيب، المذيع، كاتب المقال، موزع البيان، مخاطب الناس عبر التلفزيون، عاقد الندوة... إلخ، كل هؤلاء يلعبون الدور المحرك وهو دور يختص به الإعلام المعاصر أكثر من الإعلام سلفاً، والسبب في ذلك أن كافة ما توفر للإعلام الحديث من خصوصيات جعلته مميزاً، فالإعلام بشكل عام محرك للرأي العام، ولكن الإعلام المعاصر أكثر تحريكاً، ويرجع ذلك إلى ما توفر له من تقنية في نقل المعلومات، في تضخيم اللهجة أو تخفيفها، في التمكن من تسجيل كل كلمة تقال أو تبث.

٣- الإعلام الحديث جماهيري:

هو جماهيري بما يمكنه أن يصل إليه من رأي عام، وهذه الصفة مرتبطة بالصفتين السابقتين متممة لهما، إذ أن ميزة الإعلام الحديث جماهيريته سواءً على صعيد الوطن الواحد أو على صعيد العالم كله، فالجماهيرية هنا هي في القاعدة العريضة التي يتوجه إليها الإعلام، ويستطيع أن يثيرها وذلك بما لديه من وسائل إثارة.

٤- عنصر تقريب وتوجيه:

يقرب الإعلام المعاصر بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات، ولقد سهلت وسائل الإعلام الحديث ربط شمال الكرة الأرضية بجنوبها، غربيها بشرقيها إلى درجة أن الكرة الأرضية أصبحت مجتمعاً واحداً، تتمثل هذه الوحدة في: الإعلام: فالإذاعات ومحطات التلفزيون والصحف

والكتب والمنشورات كلها تقرر تلك الوحدة وتجعلها حقيقة فعلاً. إن كثيرون يدعون معرفة بلد ما دون زيارته معتمدين في ذلك على ما وفره الإعلام من معلومات، منا من زار الإسكيمو في الشمال، ورغم ذلك نستطيع أن نتحدث عن بيوتهم وحياتهم وعربيات الكلاب التي ينتقلون بواسطتها. إن تلك المعلومات كلها وفرتها الأفلام التليفزيونية والصحف والكتب، وفرها الإعلام الحديث. وكذلك يمكن القول بأن الإعلام الحديث أداة تقريب فعلية بين الشعوب وذلك عندما يتولى الإعلام عملية التفاهم، وتبادل الخبرات والمعلومات وعندما يتولى أحياناً وقف الأزمات وتعطيلها، ألم تتوقف حروف على تصريح بثته إذاعة؟ أو على العكس: ألم تنشب معارك بسبب خبر نشرته صحيفة؟

أما الدور التوجيهي للإعلام الحديث فقد ظهر في خبايا ما أوردناه من صفات الإعلام ككل فالإعلام الحديث أياً كان انتماءه السياسي يلعب دور التوجيه فمجرد نشر خبر فإنه يستهدف التوجيه بنسبة مرتفعة أو قليلة، إن كل ما يمارسه الإعلام الحديث من أشكال وصور إعلامية له دور توجيهي، مقصوداً كان أم غير مقصود، وفي الحالتين هناك قصد، فلا إعلام بدون قصد.

العوامل المؤثرة في الإعلام^(١):

يتأثر الإعلام بالعديد من العوامل: البشرية، الاقتصادية، السياسية، التقنية والاجتماعية نستعرضها فيما يلي:

أولاً: العوامل البشرية:

ويقصد بذلك العاملين في الإعلام، والمشرفين عليه، والمستفيدين منه، وهؤلاء يتم تقسيمهم إلى نوعين: عناصر بشرية داخلية، وعناصر بشرية خارجية.

أ- العناصر البشرية الداخلية:

ويتمثلون في كل الذين يعملون في مجال الكلمة المطبوعة أو المبتوثة من محررين ومدرء وإدارة وإعلان وتوزيع وغير ذلك، وتلك العناصر الداخلية تؤثر - لا جدال في ذلك - على تطور الإعلام، إذ يتأثر الإعلام سلباً أو إيجاباً باتجاهات هؤلاء العاملين ودوافعهم وقدراتهم وأخلاقهم وبظروف معيشتهم وبخبرتهم، وبدرجة رضاهم عن عملهم... إلخ.

(١) د. سامي زبيان - الصحافة اليومية والإعلام - دار المسيرة، بيروت، ٢٠٠٣، ص ١١٣.