

الفرق بين الاعلام والاتصال

يعني الاعلام أساسا الخبر والوسيلة والجمهور والتدفق الأحادي نسبيا... وينطبق ذلك على الصحيفة والمجلة والإذاعة والتلفزيون، وتغيب الجمهور في وسائل الهاتف، الفاكس، والتلكس... ومن ثم فهي وسائل اتصال وليست وسائل اعلام. اما الحاسب (الكمبيوتر) والشبكات المعلوماتية (الانترنت) فهي تجمع الاتصال والاعلام وتعرف "بالإعلام المتعدد Multimedia". أما كلمة الاتصال فتتضمن التدفق المتبادل لا الأحادي النسبي، وهذا ما نجده في الأصل اللاتيني لكلمة Communication أي Communis بمعنى الاشتراك، ثم اشتقت كلمة Commun أي المشترك و ما يشترك فيه أفراد المجتمع. ثم كلمة Community تعني الجماعة فكلمة Communication أي اتصال. وعليه فما يدور بين أفراد المجتمع من تفاعل هو اتصال اذ يتضمن التبادل المشترك... وفي هذه الحالة يكون المحتوى أشمل من الخبر وتغيب الوسيلة التقنية والجمهور والتدفق النسبي. أما الترادف الجزئي بين الاعلام والاتصال فيمكن في قول البعض أن كل اعلام هو اتصال، وليس كل اتصال اعلام.

خصائص تقنيات الاعلام والاتصال

أ- التفاعلية Interactivity:

يشير الباحثون ان أول ظهور لمصطلح التفاعلية كان عام 1954 حينما أشار وليبور شرام (Schramm) إلى ضرورة وجود خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل تسهم في حدوث التفاعلية ومع ظهور الانترنت وانتشار تطبيقاته الاتصالية تعزز الاهتمام بالتفاعلية وظهرت العديد من الدراسات التي عنيت بتحليل مفهومها. حيث عرفها جودج وزملاؤه عام 1980 بأنها منهج التحكم في النظام عن طريق تغذيته بنتيجة فعله وأداءه السابق. ويعرفها روجرز عام 1995 على انها مدى قدرة المشاركين في العملية الاتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم في خطابهم المشترك. وكذلك بافليك الذي حددها بالاتصال الثنائي الاتجاه بين المرسل والمستقبل، أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين مجموعة من المرسلين والمستقبلين. أما الحقييل فقد توصل سنة 2011 الى إعطاء تعريف شامل للتفاعلية باعتبارها عملية اتصالية تبادلية يتشارك فيها طرفان (مستقبل ومرسل) أو أكثر، حول خطاب مشترك، ويسيطرون على توقيته ومضمونه بدرجة مستقلة ومتساوية.



ب- التنوع Variety:

مع تطور المستحدثات التقنية في مجال الاعلام والاتصال وتعددتها، وارتفاع القدرة على التخزين و
الاطاحة للمحتوى الاتصالية أدى ذلك الى التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي
اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال، وتمثل ذلك في الاتي:

- تنوع في اشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي pc أو الهاتف الذكي.

- تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت، سواءا في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته.

**أ- الانتشار والتدويل Proliferation & Globalization:**

فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال والمعلومات الى تقليل تكاليف انتاجها الى الحد الذي أتاح لها قدرا كبيرا من الانتشار واتساع نطاق الاستخدام بين الافراد، رغم تفاوت مستوياتهم الاقتصادية والثقافية. بحيث صار ينظر اليها على أنها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، كما أن الربط بين وسائل الاتصال الحديثة قد بات عالميا أو كونيا بهدف تخطي الحدود الإقليمية، اذ أصبح في الإمكان الاتصال بأي مكان في العالم من الهاتف المحمول، كما تعددت قنوات البث التلفزيوني الفضائي.

**ب- اللاجماهيرية Demassification:**

وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه الى فرد واحد أو الى جماعة معينة، وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى المستفيد.

ت- القابلية الحركية Mobility:

تغيرت ملامح الوسائل الاتصالية بفضل التطورات، فاتجهت شيئا فشيئا نحو التصغير المتناهي، مما اكسبها ميزات جديدة تتمثل في إمكانية حملها ونقلها ليعم "عالم اللاسلكي المتحرك"، فضلا عن تمتعها بالاستقلالية التامة في التشغيل المحكم لاحتوائها على بطاريات دقيقة و متقنة. سمحت قابلية تحرك هذه الوسائل لمستخدميها بالاتصال من أي مكان و حتى أثناء الحركة، و نذكر منها: الهاتف النقال، الهاتف المدمج في ساعة اليد، جهاز فيديو الجيب، حاسب الي نقال مزود بطابعة...

**ث- قابلية التحويل Convertibility:**

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط الى اخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة و العكس، كما هو الحال في نظام الهواتف الذكية بتحويل الصوت الى نص مكتوب في محرك البحث google. و يبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة و الترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية مثل Eurosport, Euronews.

ج- قابلية التوصيل و التركيب Connectivity:

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض، فقد انمجت أنظمة و اتخذت الأشكال و الوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، و من الأمثلة الدالة على ذلك وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.

ح- التوجه نحو التصغير Miniaturization:

تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة الى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان الى اخر، وبالشكل الذي يتلاءم و ظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل و التحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون و الثبات، و من الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال و الحاسب النقال المزود بطابعة الكترونية.



خ- الفورية Immediacy:

ألغت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحواجز الزمانية كما ألغت الحواجز المكانية، اذ يتم الاتصال بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسب في الصين أنك استغرقت وقتا أطول مما لو كان الاتصال بحاسب في مدينتك، وكذلك الحال مع الهاتف النقال.

د- اللاتزامنية No-Synchronisatio:

حيث يكون بإمكان المستخدم ارسال واستقبال الرسائل في أي وقت مناسب، وهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه مثل: تخزين الفيديوهات ومشاهدتها في الأوقات المناسبة له.



ذ- الاحتكارية Monopolistic:

ان صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية تكنولوجية.

