

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:مدخل علوم الاعلام و الاتصال(01)

المحاضرة : السادسة، المفاهيم المشابهة للإعلام و الاتصال

عرف مفهوم الإعلام و الاتصال بصفة عامة تطورا كبيرا كما رأيناه سواء في مدلوله أو في أبعاده الاجتماعية و السياسية و هذا التطور ناتج عن الدور الهام و الحاسم الذي يلعبه الإعلام ووسائله في المجتمع العصري اذ أصبحت وسائل الإعلام من الأمور التي يتعايش المرء معها منذ صغره فهي بالنسبة له بمثابة الأشياء الضرورية في حياته و استعمالها في جميع الميادين العلمية و الاقتصادية و الثقافية و السياسية و غيرها جعلها تكتسي في وقت واحد أهمية كبرى بالنسبة لقيمتها و خطرا على مفهومها في حين تعدد ميادين استعمالها و من حيث أغراض هذا الاستعمال و الحق أنه توجد بعض الميادين تستعمل فيها وسائل الإعلام و ليست هي إعلام

و لكن الشبه بينهما قوي إلى درجة يمكن وقوع اللبس بينها و قد سمينا هذه الميادين بالمفاهيم المشابهة للإعلام و قد وجدنا ثلاثة منها نريد ان نشرحها و نقدمها باختصار حتى نفرق بينها و بين الإعلام الحقيقي و هي الدعاية و الإشهار والإشاعة .

آ. الدعاية:

لا يخفى على احد ما للدعاية من دور بارز في التأثير على واقع الأفراد والمجتمعات عبر تاريخ البشرية الطويل والتي تزداد أهميتها و يبرز تأثيرها كلما تقدم الزمن وبتجلى ذلك في عصرنا الحاضر والذي أصبح للدعاية مساحات واسعة في المجتمعات و عبر شبكات المعلومات التي اختزلت الوقت وقربت المسافات بين جميع أنحاء المعمورة حتى أصبح العالم عبارة عن قرية كونية يؤثر ما يحدث في أقصى الشرق على واقع و حياة من في أقصى الغرب والعكس صحيح من هنا كان الاهتمام بالدعاية وتطوير أساليبها وابتكار الجديد دائما في موضوعها من طرف الدول والجماعات والشركات والمؤسسات والأفراد وتناولها الباحثون بالدراسة والبحث من كل الجوانب.

1/ تعريف الدعاية:

تعريف هارولد لاسويل . عالم الامريكى . : التعبير عن الآراء او الافعال التي يقوم بها الافراد

او الجماعات , عمدا على اساس انها سنؤثر في اراء او في افعال افراد اخرين او جماعات اخرى لتحقيق اهدافا محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسية "الدعاية والإقناع، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية تعريف ليونارد دوب : عالم امريكي . الدعاية هي : " محاولة التأثير على الشخصية والتحكم في سلوك الافراد , بالاشارة الى الاهداف التي تعتبر غير علمية او ان قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها في فترة محددة "

تعريف لاسويل : " إن الدعاية هي الاحتيال عن طريق الرموز . "

تعريف بول لانبياجر : يقول في كتابه الحرب النفسية : إن الدعاية عبارة عن الاستعمال المقصود لاي وسيلة من وسائل البث والنشر والغرض منها التأثير على العقول والمشاعر والاعمال لمجموعة معينة ولغرض معين . "

تعريف بول كانتان : في كتابه الدعاية السياسة يقول : " ان الدعاية هي الجهد المبذول لنشر فكرة ما , وبصورة اعم هي الجهود المصروفة لتركيز عدد من الجهود المتوفرة لكسب الراي العام للفكرة . "

تعريف قاموس اكسفورد : "هي جماعة منظمة او خطة منظمة لنشر معتقد ما او ممارسة معينة , او انها جهود وخطط ومباديء هذا النشر. "

تعريف عام : هي نشر الافكار والعقائد والمواقف السياسية على اوسع نطاق , بهدف اصالها الى اكبر عدد ممكن , ويستخدم الدعاة افضل وسائل الاتصال واكثرها تأثيرا في الناس , وتميل الدعاية اما الى ابراز الوجه الجميل وإخفاء العيوب والاختفاء , واما الى التأثير في الشخص او القطاع المخاطب .

## 2/ أنواع الدعاية:

هناك أنواع متعددة من الدعاية أو ( البروباغندا ) تختلف بحسب مصدرها ومضمونها والأساليب التي تستخدم فيها، ومنها:

\* الدعاية البيضاء: ويقوم الدعائي بنفسه بإظهار آرائه وقناعاته، ويطلب من المتعرضين للدعاية أن يستجيبوا له، فالمصدر معروف، وأهدافه ومقاصده محددة، ويدرك الجمهور بأن هناك محاولة للتأثير فيه.

\* الدعاية السوداء: وهي الدعاية التي تميل إلى إخفاء أهدافها، وهويتها، وأهميتها، ومصدرها، والناس لا يعون بأن هناك أحداً يريد أن يؤثر فيهم، ولا يشعرون بأنهم مدفوعون إلى اتجاه محدد.

\* الدعاية الرمادية: وهي لون من ألوان ( البروباغندا ) يكون بين الدعاية البيضاء والسوداء حيث تخفي ضمن خطابها المعلن أموراً أخرى غير معلنة.

## 2. عوامل فعالية (البروباغندا)

هناك عدة عوامل تتيح للدعائي تحقيق فاعلية أكبر لعملية الدعاية أو (البروباغندا)، ومنها:

1. احتكار وسائل الإعلام: كلما كانت وسائل الإعلام محتكرة، أو مسيطرة بشكل كبير في الوسط المستهدف، فإن هذا يوفر للدعاية فرصة تأثير وفاعلية كبيرة.

2. التوجيه في مسار محدد: تكون (البروباغندا ) ذات فاعلية أكبر باستغلالها للمعتقدات السائدة، والاتجاهات الراسخة، وأنماط السلوك الموجودة مسبقاً، وذلك بتوجيهها في ما يخدم هدف رسائل الدعاية.

3. التعزيز: وهو زيادة فعالية الدعاية من خلال الاتصال الشخصي، إذ يقوم ذلك بتعزيز دور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها الدعائية.

4. المحاصرة: وتعني أن الدعائي يحاصر جمهوره في رسائله الدعائية باستخدام أكثر من وسيلة، وبتنوع أساليب مخاطبة الجمهور