

المحور الثالث

مقارنة بين المفاهيم المجاورة لعلوم الاعلام والاتصال (الأنشطة الاتصالية)

جدول رقم : يوضح المقارنة بين أنواع الأنشطة الاتصالية

العنصر	الإعلام	الدعاية	الإشاعة	الإعلان
المرسل	مؤسسات إعلامية، صحفيون، مراسلون، شخصيات عامة	شركات، مؤسسات حكومية، منظمات غير حكومية، أفراد (معروف أو غير معروف)	مصدر غير معروف، قد يكون فرداً أو مجموعة	شركات، وكالات إعلانية
الرسالة	نقل الأخبار والأحداث، توفير المعلومات، الترفيه، التثقيف	أفكار، أيديولوجيات، طقوس	خبر غير مؤكد، قد يكون مبالغاً فيه أو مشوهاً، ينتشر بسرعة	تقديم معلومات عن منتج أو خدمة معينة، إقناع الجمهور بشراء المنتج وتذكير
الوسيلة	الصحف، التلفزيون، الراديو، الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي	الإعلانات، العلاقات العامة، التسويق، الأحداث، الرعاية	الحديث الشفهي، وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، الرسائل النصية	الإعلانات التلفزيونية، الإعلانات المطبوعة، الاعلان الخارجي، الإعلانات الرقمية، التسويق بالمحتوى
الهدف	إعلام الجمهور، تكوين رأي عام، التوعية، الترفيه، التثقيف.	التأثير على الرأي التأثير على سلوك الجمهور، تحقيق أهداف تجارية أو سياسية تضليل كذب غسل أدمغة	إثارة الفضول، نشر الخبر، التأثير على الرأي العام، التضليل، الإلهاء	زيادة المبيعات، تعزيز صورة العلامة التجارية
الجمهور المستهدف	الجمهور العام، شرائح محددة من الجمهور (حسب اهتماماتهم)	الجمهور العام أو شرائح محددة (حسب المنتج أو الخدمة)	أي شخص يمكن أن يستقبل الرسالة وينشرها	الجمهور المستهدف للمنتج أو الخدمة