

المحاضرة الرابعة:

المفاهيم المشابهة للإعلام والاتصال (الإشهار، الدعاية، الإشاعة)

هناك العديد من المفاهيم المشابهة وذات الصلة والعلاقة بمفهومي الإعلام والاتصال، منها الإشهار، الإشاعة والدعاية. ولكن قبل ذلك سنقدم تعريفاً لمصطلح الإعلام.

- **تعريف الإعلام:** هو عملية نقل الأخبار والمعلومات والحقائق من مصدر إلى جمهور معين باستخدام وسائل متنوعة مثل الصحف، التلفزيون، الإذاعة، والإنترنت. يهدف الإخبار، التثقيف، الترفيه، التوعية..الخ، كما أنه يسهم في تشكيل الرأي العام. ويطلق على الإعلام كذلك مصطلح الاتصال الجماهيري. ويتم في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل لغياب التفاعلية ورجوع الصدى عكس الاتصال.

وفيما يلي أهم المفاهيم المشابهة:

أولاً/ الإشهار

يعتبر أحد أهم الأنشطة الاتصالية التي تسعى إلى تسلیم الرسالة البيعية للمستهلك بعرض التأثير عليه واقناعه بالمنتج، وهو مجموعة من أنشطة الاتصال المرئية أو المسموعة أو المقرؤة أو التي تجمع بينهم جميعاً (إشهارات الكترونية)، والتي تهدف إلى التأثير على الجمهور (المشاهدين أو القراء أو المستمعين) من خلال تقديم رسالة مقنعة لحثه على شراء منتج أو طلب خدمة أو تقبل فكرة، وذلك نظير أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة.

ويعرف كذلك بأنه عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً لإيصال معلومات معينة لفئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته.

* خصائص الإشهار:

- تكون شخصية المعلن في الرسالة الإشهارية واضحة الصفة حيث يذكر الإشهار كل المعلومات الخاصة.
- يمثل الإشهار عملية اتصالية متكاملة إذ أنه يشتمل على جميع أطراف العملية الاتصالية من المعلن، المستهلك، القناة، الرسالة والتأثير في سلوك المستهلكين لحثّهم على عملية الشراء.

- النشاط الإشهاري مدروس ومخطط وذلك تحت اشراف طاقم بشري متخصص ومبدع في سبيل تصميمه واخراجه إلى حيز الوجود.

- تنوع وتعدد وسائل نشر الإشهار وذلك من تلفزيون، اذاعة، صحف، مجلات، انترنت...الخ

- يستهدف الإشهار إقناع المستهلكين بشراء سلعة أو طلب الخدمة المعلن عنها.

علاقة الإشهار بالإعلام والاتصال: الإشهار نشاط اتصالي وعملية اتصالية متكاملة الأركان، كما أن العلاقة بينه وبين الإعلام وطيدة وقد يتداخل مفهومهما نظراً لكونهما يستعملان نفس الوسائل الإعلامية الكبرى مثل الإذاعة والتلفزيون والصحافة. ورغم هذا التشابه بين المفهومين، إلا أنه يسهل التمييز بينهما فالإشهار يستخدم أساليب وتقنيات بغية إقناع الناس وترغيبهم بالسلع أو الخدمات، أما الإعلام يكتفي بإعطاء المعلومات دون إقناعهم بفكرة ما لهدف معين. كما أن الإشهار مدفوع عكس الإعلام. وعموماً، فالإشهار بالنسبة للإعلام ضروري فهو مورد أساسي له.

ثانياً/ الدعاية:

تعرف الدعاية في دائرة المعارف الأمريكية بأنها جهود يتتوفر فيها عامل التعمد والقصد في العرض والتأثير. وهي جهود اتصالية منظمة مقصودة للتأثير في الغير وفق خطة موضوعة مسبقاً لإقناعه بفكرة أو سلعة أو رأي بهدف تغيير سلوكه، وتعمد إحداث تأثير على الآراء والاتجاهات والمعتقدات على نطاق واسع عن طريق الرموز والكلمات والصور...الخ.

• أنواع الدعاية: هناك عدة أنواع بناء على تسميات مختلفة منها

1- الدعاية البيضاء: تعني الدعاية البيضاء التسويق بشكل صريح وواضح، حيث يتم تقديم المعلومات بشكل شفاف وواضح، تركز على الترويج للميزات الإيجابية والحقائق الصحيحة حول المنتج أو الخدمة أو الفكرة، لا يتم استخدام الخداع أو التلاعب، وتكون المعلومات موثوقة وصادقة.

2- الدعاية الرمادية: قد تكون غامضة أو قد تحتوي على بعض الاستفزاز أو الغموض. يمكن أن تتلاعب بالمشاعر أو تستخدم تقنيات إيحاء لخلق تأثير معين على الجمهور. قد تحتوي على ترويج للمزايا بشكل مبالغ فيه، أو قد يكون هناك استخدام لكلمات تثير الفضول وتحتاج إلى تفسير إضافي لفهمها بشكل كامل.

3- الدعاية السوداء: تعبر عن نوع من الدعاية التي تتضمن عمداً الخداع أو نقل معلومات زائفة أو غير صحيحة. يمكن أن تتضمن استخدام أساليب غير أخلاقية أو غير قانونية للترويج للمنتج أو الفكرة أو الخدمة. قد تقوم بالتللاع

بالأرقام أو الإحصائيات أو تقديم معلومات مضللة لجذب الانتباه. ويمكن أن تسبب في إلحاق الأذى بالمنافسين. إن الدعاية السوداء تعبّر عن مستوى أعلى من الخداع والتضليل مقارنة بالدعاية الرمادية.

* **أساليب الدعاية:** تعتمد الدعاية على أساليب وتقنيات مختلفة من أجل نجاحها وتحقيق الغرض المطلوب منها:

- **التجديد:** باستعمال أساليب جديدة ومختلفة حتى لا تصبح عملاً روتينياً يمل منه الرأي العام.
- **التكرار:** حيث يساعد هذا الأسلوب على نشر الأفكار بين الجمهور لتقادي نسيان الموضوع، ولكن يجب أن يكون بطريقة منتظمة، وفي أوقات معينة حتى لا تأتي بنتيجة عكسية.
- **التحريف:** فقد يؤدي التحريف في نقل الأخبار إلى عواقب وخيمة خاصة إذا كان هذا التحريف يمس تصريح مسؤول ذي منصب هام في دولة ما. حيث يؤدي إلى إثارة البلبلة والفووضى.
- **المبالغة والتضخيم والتهويل** بخصوص وقائع معينة وخاصة عند الأزمات وفي حالات اللاستقرار، مما يسهل عملية التأثير في الجمهور.

* **العلاقة بين الدعاية والإعلام:** تختلف الدعاية عن الإعلام من عدة أوجه، إلا أنها تتشابه معه في كونها اتصالاً جماهيرياً وإن اختلفت أهدافهما، فالدعاية تستهدف تغييراً جزئياً أو كلياً للمجتمع بطريقة الترغيب والاستهلاك، أما الإعلام فلا يركز على التغيير كيما كان نوعه، وإنما هدفه تزويد الجمهور بالمعلومات وتتوير الرأي العام، والإعلام لا يستعمل الاستهلاك والترغيب فهده وصف الواقع دون تحريف. ضف إلى ذلك فالدعاية تخفى مصادرها أما الإعلام فيذكر مصادره. ورغم أن كلاهما يعملان على تكوين اتجاهات الرأي العام إلا أنه لكل منهما أسلوبه الخاص، حيث تناطب الدعاية العاطفة وتتبع أسلوب الخداع أحياناً، عكس الإعلام الذي يعتمد على الأساليب المنطقية ومخاطبة العقل.

ثالثاً/ الإشاعة:

هي نوع من أنواع الأخبار غير المؤكدة أو القصص التي يتم تداولها عبر مختلف وسائل الإعلام، وخاصة اليوم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو حتى الشفوي من خلال الاتصال الشخصي، والتي قد تكون صحيحة أو غير صحيحة، وفي غالبيتها تفتقد إلى المصداقية والحقيقة.

خصائص الإشاعة:

- **عدم التأكيد:** الإشاعة تنتقل دون التحقق الكامل من صحتها، وقد تكون مستندة إلى معلومات غير مؤكدة .
- **الانتشار السريع:** تنتشر الإشاعات بسرعة كبيرة، خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للأفراد مشاركة المعلومات بشكل فوري..
- **الغموض:** قد تكون الإشاعة غامضة أو تحتوي على تفاصيل غير كاملة، مما يجعل من الصعب التتحقق منها، أو معرفة مصدرها.
- **التأثير على الرأي العام:** قد تؤثر الإشاعات على الرأي العام وتشكل تأثيراً نفسياً واجتماعياً سلبياً.
- * **العلاقة بين الإشاعة بالإعلام:** يمكن الإشارة إلى الفرق بين الإشاعة والإعلام فيما يلي:
 - **التحقق والمصداقية:** الإشاعة تنتشر دون التتحقق الكامل، وقد تكون خالية من المصداقية في حين وسائل الإعلام يفترض أن تعتمد على التتحقق والمصادر الموثوقة لضمان دقة الأخبار والمعلومات.
 - **المصدر:** الإشاعة قد تنشأ من مصادر غير مؤكدة أو تكون شائعات بسيطة، في حين وسائل الإعلام تعتمد على مصادر موثوقة وتعمل على تحقيق الدقة والشمول في التغطية.
 - **الانتشار:** الإشاعة يمكن أن تنتشر بسرعة كبيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعبر الاتصال الشفهي، بينما في الإعلام تستخدم وسائل متنوعة مثل التلفزيون والصحف والإذاعة وحتى المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة لنقل الأخبار .
 - **المسؤولية:** الذي يقف خلف الإشاعة لا يتحمل المسؤولية الصارمة لأنها قد تكون مجرد تخمين أو رأي شخصي، بينما في الإعلام وسائل الإعلام تحمل مسؤولية كبيرة لتوفير معلومات صحيحة وموثوقة وتقديم التحليل والسياق الصحيح.