

محاضرات في "المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال - 1

المفاهيم المشابهة للإعلام والاتصال

أولاً: الدعاية.

يرى "جيمس رايس" أنها عبارة عن نشر الأكاذيب والتحريض على العنف بالكلمة المطبوعة، وهي نشاط غير أخلاقي ويستمد قوته من جوانب الضعف في الرأي العام، يقوم به الممارسون المهرة، ويعتمد على تقديم جانب واحد من جوانب الحقيقة لتضليل غير القادرين على البحث عن الحقائق بأنفسهم¹.

/ الفرق بين الإعلام والدعاية.

تتفق الدعاية مع الإعلام في كونهما وسيلتان من وسائل الوصول للجماهير ومخاطبتهم، ويعملان في تكوين الرأي العام باعتبارهما عمليتان اتصاليتين، كما يختلفان في:

- تعتمد الدعاية على نشر معلومات وأفكار محرفة ومزيفة وتركز على وجهة نظر واحدة، عكس الإعلام الذي يعرض الحقائق كما هي في الواقع.
- تحدد الدعاية أهدافها مسبقاً، خاصة تلك التي تهدف لتغيير السلوكات وتكوين الاتجاهات بما يتماشى وقناعات القائم بالاتصال، بينما يسعى الإعلام إلى تقديم معلومات للمتلقي ليُكون وجهة نظره بكل حرية، انطلاقاً من حرية الفرد وحقه في المعلومة.
- تحاول الدعاية السيطرة على عقول الجماهير وتشتيت آرائهم وإثارة البلبلة في صفوفهم وهدم المبادئ، بينما يحاول الإعلام تنوير الرأي العام.
- **ثانياً: العلاقات العامة.**

- 1/ تعريف العلاقات العامة.

- لقد عُرِّفت العلاقات العامة حسب دائرة المعارف البريطانية بأنها السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية، أو أي هيئة أخرى.
- **الفرق بين الإعلام والعلاقات العامة:** وترتبط بين الإعلام والعلاقات العامة علاقة تبادلية، أي علاقة تأثير وتأثر؛ فالإعلام من الأدوات التي تستعين بها العلاقات العامة في بث برامجها وتحقيق أهدافها.

ثالثاً: المعلومات.

¹عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ص ص20، 21.

محاضرات في "المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال - 1"..... المفاهيم المشابهة للإعلام والاتصال

يشير مصطلح المعلومات لغة إلى: "كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث"²، أما اصطلاحاً فالمعلومات أو المعارف العامة أو المتخصصة هي المادة الخام للاتصال. يُعتبر الإعلام نشاط اتصالي يعتمد على محتوى ومضامين على شكل رسائل اتصالية، يقوم القائم بالاتصال ببنائها ونقلها للمستقبل بغية التأثير فيه، أما المعلومات فهي الحقل المعرفي والمعلوماتي التي يعتمد الإعلام عليه في تشكيل وترميز الرسالة وكيفية معالجتها.

رابعاً: الدعوة.

1/ تعريف الدعوة: فكر متكامل وبرنامج متكامل يتضمن التخطيط والأهداف والاستراتيجيات والأساليب والوسائل والمحتوى...

أما الفرق بين الإعلام والدعوة فإن هذه الأخيرة تستخدم الإعلام ووسائله كأحد أهم الأدوات والتقنيات الاتصالية التي تمكنها من الوصول للمدعويين، ومع التحديات المعاصرة التي تواجهها الدعوة أصبح من الضروري مواكبتها للتطورات التكنولوجية التي أصبحت ميزة المجتمعات المعاصرة، في ظل الانفتاح على الآخر.

خامساً: الإعلان والإشهار.

من أسماء الإشهار في اللغة العربية "الإعلان" وقد ظهر هذا المصطلح في دائرة المعارف للبيستاني سنة 1819 حيث ذكر أن المقصود بالإعلان هو الإظهار والنشرة (عاطف عدلي العبد، 1998)، ويعرفه معجم المصطلحات الإعلامية بأنه: النشر بالوسائل المختلفة لتوجيه نظر الجمهور إلى سلعة معينة أو إلى عمل من الأعمال³.

خصائص الإشهار:

1- انتفاء العنصر الشخصي في الإشهار.

2- محاولات الإغراء والتأثير.

3- استخدام وسيلة إعلام جماهيرية.

4- وضوح صفة المعلن من خلال الإشهار.

الفرق بين الإعلام والإشهار: ويتفق الإعلام مع الإشهار في كونهما نشاط اتصالي يفصح عن مصادره، ويتجلى الفرق بينهما في كون الإعلام يعمل على نقل الحقيقة كما هي بينما الإشهار

² قاموس المنجد الأبجدي، (بيروت: دار الشروق، 1967)، ص 979.

³ كمال مراد خو رشيد ص 104

محاضرات في "المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال - 1".....المفاهيم المشابهة
للإعلام والاتصال

يمزج بين الحقيقة والكذب، كما أن الإعلام نفعي خدماتي يقدم لجمهور عام، بينما الإعلان
يعتمد على الربح المادي ويكون موجه لجمهور المستهلكين.