

محاضرة 3: مفاهيم مشابهة للإعلام (الدعاية – الإشاعة)

2- الدعاية:

1- تعريفها:

الدعاية أو البروباغندا تعني نشر المعلومات بطريقة موجّهة أحادية المنظور، وتوجيه رسائل مركزة بهدف التأثير على الرأي والسلوك، فهي محاولة مدروسة للتحكم في تلقي العامة من الناس لموضوع ما وهي عكس الموضوعية، وتتضمن موضوعات الدعاية الأشخاص مثل السياسيين والفنانين وأيضا السلع والخدمات بمختلف أنواعها.

يعرفها هارولد لاسويل بأنها تعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمدا على أساس أنها ستؤثر في آراء أو أفعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسية¹

ويعرفها ليوناردو دوب بأنها محاولة التأثير في الشخصية والتحكم في سلوك الأفراد بالإشارة إلى الأهداف التي تعتبر غير علمية أو أن قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها في فترة محددة²

2- خصائص الدعاية:

- الدعاية ذاتية وليست موضوعية فهي تسعى لتحقيق أهداف محددة.

- الدعاية نشاط إعلامي واقتصادي في نفس الوقت.

- الدعاية فعالة من حيث التكلفة فهي مجانية أو رخيصة جدا.

3- أهداف الدعاية:

- التأثير في آراء واتجاهات ومواقف الناس بخلق نوع من الإثارة النفسية وإحداث الانفعالات.

محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، عمان، 1998، ص46¹

المرجع السابق ص46²

- محاولة الإقناع بأساليب غير شريفة.

4- أنواع الدعاية:

الدعاية أنواع قد تكون سياسية أو تجارية اقتصادية أو اجتماعية أو دينية.

3- الإشاعة:

1- تعريفها:

الإشاعة لغة هي الأخبار المنتشرة، نقول رجل مشياع أي مذياع لا يكتم سرا، وهي مشتقة من الفعل (أشاع) أي أذاع وأظهر ونشر.

يعرفها تشارلز أندال: هي عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق يؤكد صحتها (cte.univ-setif2.dz)

2- خصائص الإشاعة:

- تقوم على غموض المصدر.
- تقوم على أساس الانتشار السريع.
- تستند على مستوى ثقافي معين.

3- أهداف الإشاعة:

- تحطيم المعنويات وبث الشقاق وخلق جو من الارتباك والشك خاصة في الحروب والصراعات.
- تشويه سمعة المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.
- جذب الانتباه ومحاولة تغيير الاتجاهات والمواقف.