

## المحاضرة السادسة : المفاهيم والمصطلحات المشابهة للاتصال

1- الاعلام : وهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة والمعلومات السليمة

التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع او مشكلة من المشكلات.

ويعرفه فيرنان تيرو بأنه " نشر الوقائع والآراء في صيغته المناسبة بواسطة الفاظ او اصوات أو صورة وبصفه عامه بواسطه جميع العلامات التي يفهمها الجمهور "

كما يعرفه أوتوجرت أيضا على أنه " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها .

2-الدعاية: هناك العديد من التعريفات والمفاهيم التي ارتبطت بفن الدعاية نحاول ان نلخص أهمها في النقاط التالي:

2-1-تعريف الدعاية لغويا : الدعاية هي ترجمه للكلمة اللاتينية (propaganda) الدعاية والتي تعني الانتشار والسريان والامتداد ، كما ان نفس الكلمة اللاتينية ( propagare ) كلمه لاتينيه تقنيه اخذت من ( agenda ) أي اليومية أو المدونة أو ما يجب أن ينجز .

والدعاية كلمة مستحدثة اشتقاقها من الإدعاء وهو المطالبة في الشيء حقا أو باطلا فهي تختلف لغة عن الدعوة التي هي المطالبة أو الدعاء إلى شيء من الإعتقاد أنه حق ثابت.

2-2- تعريف الدعاية إصطلاحا : ان الدعاية بالنسبة لهارولد لاسويل الذي أنجز الكثير من الدراسات في مجال الاعلام والاتصال في مرحلة ما بين الحربين العالميتين يعتبرها بأنها " التعبير عن آرائها عن نشاطات يقوم بها الافراد أو مجموعات بهدف التأثير في الرأي العام أو في نشاطات افراد او مجموعات اخرى وذلك لأهداف سبق تحديدها وبوسائل التأثير النفسي "

وتعرف أيضا " بفن التأثير والممارسة والسيطرة والترغيب أو الضمان لقبول واجهات النظر أو السلوك أو الآراء أو الاعمال ويعرفها ميرتون بأنها مجموعة الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها.

### 2-3- نشأة الدعاية :

ظهرت الدعاية في الحضارة الفرعونية وحضارة بلاد الرافدين والبابلية والآشورية قبل 3 آلاف عام ، حيث كانوا يعمدون عند الغاء أحدهم لآخر إلى هدم معابده ومنحوتاته ورموزه واستبدالها برموز جديدة وتعتبر هذه الطرق كوسيلة دعائية ، أما في الحضارة الاغريقية فقد كتب ليرينوس اشعارا سياسة ووطنية لبث الحماس في نفوس الناس وإهتم جماعة السفسطائيين بتعليم فن الخطابة وطرق الجدل وغيرها من أساليب التأثير على الجمهور وحاربهم سقراط لأنهم عمدوا الى المغالطة في النقاش وكانت غايتهم الربح وكتب عليهم هيردوس وافلاطون في كتاب الجمهورية الفاضلة بالإضافة إلى ارسطو في كتابه الشهير فن البلاغة ، بينما عند العرب اشتهر سوق عكاظ بشعراء الذين كانوا يرسلونهم من أجل تبليغ رسائل دعائية .

وإشتهرت الدعاية أكثر بعد الحرب العالمية حين أسس بنيتو موسليني سنة 1922م ديكتاتورية فاشية في ايطاليا باستخدام الدعاية السياسية التي كانت مرتكزه على امجاد روما في حين سارعت المانيا النازية بقيادة هتلر ووزيره جوزيف جوبلز وزير الدعاية والتنوير الى استخدام كل وسائل المتاحة من صحافة وإذاعة وأفلام ومناهج تعليمية لتشكيل الراي العام وتوجيهه وتهدف الى غزو العالم كما يقوله هتلر وترتكز على الجوانب النفسية، ويمكن استغلالها لتحقيق نصر سريع وبتكاليف قليلة ويقول هتلر عن الدعاية " ان الاستخدام المستمر للدعاية الماهرة يمكن أن تصور للجمهور الجنة كالجحيم أو الحياة البائسة للغاية بأنها جنة " ، في الدعاية تستخدم كل وسائل الاتصال أو

الشائعات أو الحروب النفسية وعمليات غسيل المخ، وبعض العمليات الفذرة كالمخدرات والجنس والارهاب الفكري والمادي .

## 2-4- أشكال الدعاية : يمكن تقسيم الدعاية الى ثلاثة أنواع ، وهي:

أولاً : الدعاية البيضاء: وهي صادرة من مصدر معروف ، وتنقل معلومات دقيقة الى الجماهير ويطلق على هذا النوع احيانا الدعاية المعلنة لأنها لا تسعى لإخفاء مصدرها ، فالدعاية البيضاء تسعى لبناء علاقة مستقبلية مع الجمهور تكون ذات نفع وفائدة .

ثانياً: الدعاية الرمادية: تحدث عندما لا يتاح لنا التأكد من مصدرها ولا نجد سبيلاً للتحقق من دقة المعلومات المقدمة فيها وتستخدم الدعاية الرمادية عادة لإرباك الأعداء او الخصوم واحراجهم

ثالثاً: الدعاية السوداء : وهي التي تحدث عندما يكون المصدر زائفاً وتكون المعلومات المقدمة مشككة جميعاً من الإختلافات والأكاذيب والخداع ولأن المصدر في هذا النوع من الدعاية خفي فهي تستخدم الاستخبارات السرية وأغراضها خطيرة تمتاز بالكذب والزيغ.

3- الإشاعة: هي نشر الخبر بصفة غير منتظمة بدون التحقق من صحة الخبر فالإشاعة اذا لها صلة وثيقة بعملية الاتصال والاعلام إذ مثلها فهي تنتشر بين عدد كبير من الناس خبراً أو اخباراً غير أنها تختلف عنها من كونها تقوم بعملية النشر بصفه شبه سرية إذ تنتكر بطبعها عن مصادرها وتمتتع عن ذكرها ثم أنها تنتشر أخباراً وهمية وقد تكون حقيقه ولكنها تلبسها كثيراً من التحريف والتحويل .

وتعرف أيضاً بأنها " كل قضية أو عبارة، يجري تداولها شفهيّاً، وتكون قابلة للتصديق، وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة لصدقها."

**3-1-نشأة الإشاعة :** الإشاعة ظاهرة اجتماعية قديمة قامت بوظيفة الاعلام في فترة طويلة من حياة البشرية قبل وجود الاعلام بمفهومه المعاصر ، وقد عرفت الحضارات القديمة كما انها مازالت موجوده في حضارتنا العصرية وقد تتطور الإشاعة إلى ان تصبح اعتقادا راسخ وتنقلب بعد ذلك الى اسطورة شفوية أو مكتوبة حتى أن بعض المؤرخين لم يستطيعوا ان يفرقوا بين الحقائق التاريخية والخرافات والاساطير المولدة من الإشاعات عبر العصور.

فمن منظور تاريخي، تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الإشاعة قد تطور بتطور الفكر البشري عبر حقب زمنية مختلفة، لكن بمسميات مختلفة. إذ لا يختلف اثنان على أنها ليست وليدة اليوم أو التاريخ المعاصر، بل وجدت في عهد الرومان والتتار، بل وحتى في التاريخ الإسلامي يمكن العثور على آثارها في ثنايا قصص الحروب والثورات، مروراً بفترات الحربين العالميتين والتاريخ المعاصر، وبما ان الإشاعة تكتسي صفة سرية فهي بمثابة اعلام موازي يعيش بجانب الاعلام الرسمي يغطيه ويتغذى منه ينافس ويواجهه ويطارده احيانا وحيانا اخرى يكمله وينميه.

**3-2-التحريف في الإشاعة :** لقد أجرى العالم البورت تجربه مفيدة رواها في كتابه "نفسية الإشاعة" وهي أنه جمع ستة اشخاص وعزلهم بعضهم عن بعض فأظهر للأول صورة تمثل واقعة حربية غير ان بعض ملامحها غير واضحة فطلب من الشخص الاول الذي رأى الصورة أن يصفها للشخص الثاني الذي لم يراها ، وهكذا العملية حتى الشخص السادس ، فكان الوصف الذي اعطاه الشخص السادس عن سماع فقط غير الوصف الذي قام به الشخص الاول عن شهادة، واستطاع الاستاذ البورت بهذه التجربة، واخرى تشبهها أن يقيس مقدار التحريف الذي يطرا على الخبر، ولاحظ ثلاثة اشياء وهي:

- الخبر في تنقله يصبح ضعيفا وتضيع منه الكثير من التفاصيل التي لها اهمية.

- بعض التفاصيل من الصورة ، أخذت أهمية كبيرة بعد نقلها من شخص لآخر حتى شوهدت حقيقة الواقعة.

- التفاصيل التي تضيع في الاشاعة هي تلك التي لا تمثل في اعتقاد الاشخاص شيئا أما التي تبقى فهي تلك التفاصيل التي يجد لها الاشخاص مدلولاً ، وقد يصل مقدار التحويل إلى قلب الحقائق تماماً.

4- الاعلان : هو الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل مادي بواسطة ممول معين لعرض السلع والخدمات وترويجها وقد تطور فن الاعلام في هذا القرن تطورا هائلا بسبب المنافسة الشديدة بين وسائل الاتصال الجماهيرية للفوز بأكبر نسبة من الاعلانات فالإعلان يشكل دخلا اساسيا لمعظم وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية والمتقدمة على السواء ، ولا تستطيع الصحف والاذاعات والمحطات التلفزيونية في بعض الدول أن تستمر في آدائها دورها اذا انخفضت حصيلة الاعلانات بدرجة او بأخرى وقد يصبح الاعلان سلاح ذو حدين وهو من ناحية يساعد صحيفة او الاذاعة أو التلفزيون على الحياة، ويمدها بدعم لا يستهان به لكنه من ناحية اخرى يمكن ان يستخدم كاداة للضغط على الوسيلة لعدم نشر الحقيقة في بعض الامور التي تخص المعلن او التحيز اليه بأي شكل من الاشكال .

5- الدعوة : ارتبطت بأنبال القيم واسمى الرسائل التي تهدف الى خير البشرية ونشر الفضيلة في ارجاء المعمورة ومحاربة الرذيلة في اي مكان وتقوم الدعوة على الحق والصدق والايمان العميق والصبر على البلاء، وقد اعتمدت الدعوة الاسلامية على الايمان الصادق والصبر على الاعداء وحسن المخاطبة ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ . [سورة النحل: 125] ، وقد نجحت هذه الدعوة في مواجهة كافة المؤامرات ونشر الاسلام وقيمه الفضيلة خلال الفترة القصيرة التي شهدت

دعوة الرسول ﷺ وخلفائه الراشدين الى هذا الدين ، وما زالت الدعوة الاسلامية تواجه خصوما واعداء في كل انحاء العالم وحملت شرسة تستهدف تشويه صورة الاسلام والمسلمين وهذا يتطلب من رجال الدعوة الاسلامية والاقسام العلمية المتخصصة مواجهة هذه الحملات.

6- التعليم : من فنون الاتصال بنقل التراث والمهارات الاساسية من جيل الى جيل واذا كانت المدرسة والجامعة تلعبان دورا أساسيا في اداء هذه الوظيفة فإن وسائل الاتصال الجماهيرية تقوم هي الأخرى بأداء هذا الدور بشكل مباشر أو غير مباشر فالبرامج التعليمية في وسائل الاتصال الجماهيرية تكمل دور المدرسة والجامعة وتضيف اليه في بعض الاحيان حسن اختيارهم مقدم المادة التعليمية ، ووسائل الايضاح التي يستخدمها والجادبية التي تتمتع بها بعض هذه الوسائل بالإضافة الى التنوع الذي يتيح لغير المختصين في حقل معين ان يلموا بمعلومات جديدة عليهم من تخصصات اخرى.