



**الحاضرة الثالثة**

**مادة**

**الدعاية والحرب النفسية**

**المرحلة الرابعة**

**إعداد**

**أ.م.د. عقيل الشافعي**

**2024-2023**

## الماضرة الثالثة/ الاستمالات الدعاية الداية وعلاقتها بأنماط الاتصال الأخرى

### **أولاً: الاستمالات الدائية :-**

تأتي الاستمالة من الفعل استمال واستمالته أي جذبه وجعله يميل إلى شيء أو شخص أو مجموعة اشخاص، والاستمالة اصطلاح وضحه وشرحه علماء النفس وعلماء علم النفس الاجتماعي والذي اعتمدت عليه الدراسات الاعلامية كونها توجه موادها ومضامينها للتاثير في النفس البشرية وكيفية تطويعها لصالح التخطيط الدعائي وضرورة تحقيق النجاح .

والنشاط الدعائي إلى جانب الاستمالة يخاطب العقل الانساني من دون الاهتمام بالقيم الاخلاقية وهو ما يصل في حياة الدول إلى تحقيق الاختراق الثقافي للجمهور وسلخهم من قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم .

### **وقد قسم العلماء استمالات الداية إلى:**

١ - الاستمالات العاطفية: هي للتاثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وأثارة حاجاته النفسية

والاجتماعية والثقافة ومخاطبة الحواس وبما يحقق اهداف القائم بالاتصال وتعتمد على الآتي:-

- استخدام الشعارات والرموز.
- اعتماد الاساليب والالفاظ اللغوية.
- استخدام الالفاظ المحددة لتحريف الكلمات بأخرى لها وقعها ومعانيها المضللة للحقائق.
- انتقاء المفردات والعبارات التي تؤكد حقيقة الحكم على الرغم من عدم الاتفاق والاجماع عليه.

- اعتماد معاني التوكيد وهي العبارات والالفاظ التي تستخدم لتشديد المعنى.

٢ + الاستمالات العقلانية: وهي التي تعمل عبر مواد وبرامج تخاطب العقل عبر تقديم

الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الاراء المضادة بعد مناقشتها ويستخدم في الآتي:

- تقديم الارقام والاحصائيات.
- لبناء النتائج على المقدمات.
- تفنيد وجهات نظر الاخرين.

- الاستشهاد بالوقائع والمعلومات والاحداث الواقعية.

٣ - استمالات الخوف: وهي التي تحصل بسبب عدم اقتناع المتلقي برسائل القائم بالاتصال لكنه يخضع لها خوفاً ورهبة وضعفاً بسبب:

- شدة الاثارة العاطفية التي تشكل حافزاً لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.  
- توقعات الفرد بإمكان تجنب الاخطار وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة ويحدث الخوف لاسباب مهمة هي :

١ - قوة محتوى الرسالة بان يكون قوياً مؤثراً حتى يستجيب المتلقي له وبذلك يتمكن المخطط الدعائي من تحقيق الهدف عبر التوتر والقلق العاطفي فالناس يميلون إلى تجاهل التهديدات حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها.  
٢ - مصدر الرسالة اذا كان القائم بالاتصال غير ملم بالمعلومات الكافية فسوف يرفض التعامل وتكون توقعاته غير مضمونة على ان لا يبالغ القائم بالاتصال بكثرة التخوف خشية هروب المتلقي وتجاهله لما يبث ويعرض وينشر ويذاع عبر وسائل الاعلام التقليدي والرقمي.

**الدعاية وملائمتها بأنماط الاتصال الأخرى :-**

**أولاً/ ملائمة الدعاية بالإعلام :**

الإعلام هو نقل المعلومات والايخبار والافكار والحقائق وبما يهم الجمهور ويمتاز بالصدق والدقة والموضوعية والحالية والاهمية والانوية.

وتعد الدعاية والاعلام من اوجه الاتصال الجماهيري والاعلام مصدر مهم للمعلومات والرسائل الاعلامية ويسعى الى محاربة التحيزات والخرافات ويعمل على تنوير الازهان وتثقيف العقول وهذه هي الوظيفة الاساسية والمهمة للاعلام عبر التوعية المستمر والتثقيف المتواصل والارشاد و الترفيه.

اما الدعاية وكما اوضحنا بالتفصيل سابقاً وضمن اساليب الحرب النفسية فهي للتاثير في العقول والعواطف ومواقف وسلوكيات الجمهور وفق الاقتناع بفكرة او رأي القائم بالاتصال من اجل كسب الولاءات والتأييد لاهداف محددة للقائم بالاتصال غير التوعية والارشاد والتثقيف

وهي تنطلق عبر تخطيط دعائي يعتمد كما وضحناه سابقاً من منطلقات دينية أو عرقية أو قومية أو ثقافية أو ايدولوجية... وايضا ربما تكون ذات نشاط ترويجي تدعم الاعلان كتوجه جماهيري تسمى الدعاية التسويقية للترويج للسلع والخدمات .

### **ثانياً/ علاقة الدعاية بالعلاقات العامة :**

تعرف العلاقات العامة بأنها الجهود التي يبذلها المتخصصون لاقامة علاقات الثقة وتعزيزها بين اعضاءه وبين الجمهور الداخلي للمؤسسة ، وايضا بين الجمهور الخارجي المستفيد من خدمات المؤسسات وخاصة الخدمات الاقتصادية والثقافية والتربوية والتعليمية والخدمية عموماً وان القائمين بالعمل في العلاقات العامة يجب ان تتوافر فيهم شروط العمل الدعائي المؤثر والمقتنع ، وان مؤسسات العلاقات العامة هي واجهة دعائية تعتمد عليها الحكومات والمؤسسات الاعلامية لتمرير مضامينها المؤثرة في الجمهور والتي ينتجها المتخصصون وفي مجالات المجتمع كافة سياساً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وغيرها .

### **ثالثاً/ علاقة الدعاية بالاعلان :**

يرى المتخصصون مدى اقتران او تشابه مفردتي الدعاية والاعلان في مجال التسويق فالدعاية هي تسويق الاراء والافكار والسياسات اما الاعلان فهو تسويق للمنتجات من السلع اما الاختلاف بين المفردتين من حيث الاهداف، إذ أن هدف الدعاية السياسية هو للتاثير واقتناع الجمهور المستهدف للوصول الى اهداف اخرى معلنة او غير معلنة ، اما هدف الاعلان فهو الترويج للمنتجات المادية من اجل الحصول على الارباح والمكاسب المادية وبمعنى اخر فان الهدف في الدعاية هو (سياسي) اما الهدف في الاعلان فهو (مادي اقتصادي تجاري ) .

### **رابعاً/ علاقة الدعاية بالشبكة العالمية (الانترنت):**

في ظل التطور الاعلامي والاتصالي المذهل في تقنيات الاتصال والمعلوماتية وفي ظل تطور الخبرات والكفاءات في عصر الفضاء الالكتروني والذي جعل من الاعلام اكثر اثارة وجذباً للمتلقي إذ تؤدي شبكة الأنترنت عبر مواقعها وتطبيقاتها ومنافذها المختلفة الدور الحيوي في الحياة المجتمعات ببسر وسهولة وفي خدمات متواصلة زمنياً خلال الأربع وعشرين ساعة وهو ما أدى الى تعرض المستخدمين لمواد وبرامج مختلفة في فنون التحرير الصحفي أو الفنون

الإذاعية المعززة بالصور وأفلام الفيديو التي تنقل الأحداث والوقائع ،وكذلك ما يعرضه القائم بالاتصال منعمليات التلاعب والتضليل والتشويه للحقائق والأحداث عبر الكلمات المؤثرة أو التلاعب بالصور من أجل التلمويه والتزييف وحجب الحقائق عن الجمهور المتلقي بالنتيجة يتمكن الدعائي من التأثير والأقناع في المتلقي وعلى وفق تخطيطه المنظم و المقصود ، وهنا يمكننا توضيح في ظل التطور التقني لوسائل الاعلام و الاتصال فأن الدعاية الالكترونية: هي اقل كلفة من العمل الدعائي عبر وسائل الاعلام التقليدية كالإذاعات ومحطات التلفزة والصحف والمجلات متنوعة المضامين والتخصصات ،وذلك لسرعة الموصول الى اكبر عدد ممكن في العالم اجمع ويتمكن الدعائي من شرح افكاره وتدعيمها بالصور كشواهد حية من مقاطع فيديو و فوتوغراف والذي ساعد في الوصول الدعاية وتأثيرها في المتلقي عبر ضحها في مواقع التواصل الإجتماعي التي أختصرت للمخطط الدعائي والنفسي كثير من الوقت والجهد للتأثير في المتلقي والوصول الى الأهداف المنشودة.

#### **٥.١.٢ / علاقة الدعاية بالازمات :**

اضحى الاعلام والدعاية عبر وسائله المتطورة اداة لتطويع الشعوب والامم المختلفة السياسات والعقائد والتوجهات حتى اضحت الدعاية قوة معنوية لاتقل عن قوة وسطوة السلاح لا سيما عندما توظف بدقة وبتخطيط مدروس لتغطية جميع الازمات وبمختلف انواعها وبشكل خاص الازمات السياسية والامنية ولاننسى ان الانسان ومنذ بدء الخلق هو في صراع مستمر مع مكونات الطبيعة من كوارث طبيعية او مصاعب ومعوقات من صناعة البشر بسبب تضارب المصالح وتشابك العلاقات الاجتماعية للحصول على المنافع الشخصية أو الجماعية مما يؤدي إلى الضرر بمكونات المجتمع وينسيجه المادي والاجتماعي الامر الذي يستوجب على المؤسسات المجتمعية التصدي والمواجهة بالوسائل والاساليب كافة لتخفيف الضرر الناجم.

وتستخدم العديد من الدول المتحالفة اثناء الحروب(الدعاية السوداء) في التضليل وتشويه الحقائق والشخصنة والتزوير لتحقيق الاهداف السياسية بعيدا عن التزاماتها الموضوعية والصدق في تقديم المعلومات والحقائق وتفسير الاحداث والوقائع كما حدثت او مازالت تحدث، ويمرور الوقت يتوقع بعض الخبراء انتهاء الدعاية السوداء بتقديم وسائل الاتصال وسهولة حصول الجمهور على المعلومات ببسر وسهولة عبر شبكة الانترنت ومواقعها وتطبيقاتها

المختلفة، ولم يكن بالامكان التأثير فيه بأساليب ملتوية، ولمن ما نعيشه في الواقع اثبت عكس ما توقعه هؤلاء البعض إذ ان مواقع التواصل الاجتماعي اضحت ارضا خصبة لنمو الافكار السرية الهدامة واشباع رغبات الجمهور في الشعور الوهمي بالحصول على معلومات من مصادر مختلفة مع توافر اساليب التشويق والعرض للجذب والتاثير مع وجود صفحات (دعائية وهمية) لشن حملات تشويه الحقائق، فالخصوم يحاولون ازالة امد الازمات وتاجيج الخلافات ولا بد من اعداد وتنفيذ خطط اعلامية اتصالية وطنية لمواجهة كل محاولات الاساءة والتضخيم وتوضيح الحقائق عبر الحجج والمنطق وسير الوقائع بشكلها الصحيح.

### **الدعاية السياسية في الإعلام الإلكتروني :**

**الدعاية السياسية:** هي محاولة التأثير على الرأي العام وعلى ممارسات وسلوكيات ومواقف الجمهور المستهدف لتحقيق اهداف سياسية عبر لغة مؤثرة تستعمل رموزا ومفردات منتقاة من أجل التأثير والاقناع لكسب الجمهور المتلقي والحصول على تاييده وولائه.

برزت الدعاية السياسية بشكل منظم وعالمي مع البعثات التبشيرية في اوربا ، وتم توظيفها بشكل سياسي واضح في الحرب العالمية الاولى والثانية، إذ استخدام الجميع الوسائل المتاحة من صحف واذاعات وسينما ومناهج تعليمية من اجل ترسيخ الفتناعات وتشكيل رأي عام دائم ومؤيد لتحقيق اهدافهم المعلنة والغير المعلنة.

كما انتشرت الاذاعات الدولية في الحرب العالمية الثانية والحرب الباردة وتطور البث التلفزيوني ووسائل الاتصال، فكان لكل دولة دعاية سياسية تروج لاهدافها وعقائدها وتدحض الدعايات الاخرى ، وتطورت وسائل واساليب الدعاية السياسية بمرور الوقت وبتطور وسائل الاعلام والاتصال والمعلوماتية وظهور الإعلام الرقمي ووسائله المختلفة والذي جعل من العالم قرية صغيرة، حيث توسعت دوائر التأثيرات الدعائية وأصبح حجم التأثير كبير على فئات المجتمع، وما نعيشه الان من ثورات اتصالية وفكرية وثقافية في ظل تطورات شبكة الانترنت والفضاء الالكتروني تعبير عن ما وصلت اليه التأثيرات الدعائية في الجمهور المتلقي لتحقيق الاهداف السياسية بشكل عام.