



**الحاضرة الثانية**

**مادة**

**الدعاية والحرب النفسية**

**المرحلة الرابعة**

**إعداد**

**أ.م.د. عقيل الشافعي**

**2024-2023**

## **الماضرة الثانية / مبادئ وقواعد وأنواع الدعاية**

**أولاً: مبادئ الدعاية : يمكننا تحديد مبادئ عديدة للنشاطات الدعائية وهي:-**

١. تحديد مبدأ الهدف .
٢. مبدأ الأولويات أي تحديد الموضوعات التي سيتم نشرها أو اذاعتها أو بثها لايصال رسائل مهمة وفق اولوية الاهتمام.
٣. وحدة الهدف وذلك بأشراك جميع العالمين وتوحيد ارائهم للحصول على الغايات والاهداف المراد الوصول اليها.
٤. مبدأ التوقيت وهو تحديد الوقت المناسب لبدء الخطة وانهاؤها حسب ظروف كل خطة للنشاط الدعائي.
٥. الخطة البديلة وذلك لمواجهة الظروف الطارئة.
٦. مبدأ المرونة لمواجهة المتغيرات دون اللجوء إلى احداث تغييرات جذرية تبعثر الجهود.

**قواعد الدعاية:-**

**وضع المتخصصون مجموعة قواعد تكون ملزمة للقائم بالاتصال لتنفيذ برامج الدعاية وتوضح هذه القواعد وفق الآتي:-**

- ١ -التخصص وخبرة القائم بالاتصال الذي يجب ان يمتلكها من حيث الكفاءة والخبرات وضرورة ان يكون له قدرة على اختيار الوسيلة لبث ونشر المواد والبرامج المختلفة.
- ٢ -البساطة في عرض وبث ونشر المضامين لتكون مفهومة لدى المتلقي.
- ٣ -ان تكون منسقة وعلى وفق خطط دقيقة تدرس جيدا بيئة الجمهور وحاجياته وارهه ومواقفه ازاء الآخرين.
- ٤ -التنوع في استخدام وسائل الاعلام والاتصال حتى تصل الى الجميع ببسر وسهولة.
- ٥ -الانطلاق من مواقف محددة ايديولوجيا أي فكريا ودينيا وقوميا وثقافيا من اجل الدفاع وفق الحجج والادلة المنطقية لتحقيق التأثير والاقناع.

**أنواع الدعاية : يمكننا تحديد أبرز أنواع الدعاية والتي تعد الأكثر شيوعاً في الاستخدام العاك للدعاية الدولية وهي :-**

١ - **الدعاية المباشرة :** وهي تستهدف تغيير الاتجاهات والآراء ويجب ان تكون مسبقة بدعاية ذات طبيعة اجتماعية وتبحث عن خلق مناخ تمهيدي لاتجاهات محبة ويقوم الدعائي نفسه باظهار آرائه وقناعاته ويطلب من المتعرضين للدعاية ان يستجيبوا له وهي معروفة باسم الدعاية المكشوفة وهي معروفة للجميع مثل مديريات او أقسام الإعلام في المؤسسات الحكومية أو غير الحكومية والتي تعلن مسؤوليتها الدعائية.

٢ - **الدعاية غير المباشرة:** أبرز تسمياتها الدعاية المستورة لانها تميل إلى اخفاء اهدافها وهويتها واهميتها ومصادرها، أما الجمهور فلا يعني بان هناك احد يريد ان يؤثر عليه ولا يشعر بأنه مدفوع إلى اتجاه محدود وتسمى هذه الدعاية أيضا بالدعاية السوداء، وتكون أكثر فعالية اذا كان هدفها دفع المناصرين نحو اتجاه معين بدون ان يكونوا واعين.

**وهناك أنواع أخرى للدعاية كثرت وفق اختلاف وجهات نظر الدارسين والمتخصصين من حيث انواعها واهدافها وتحليلها ومن هذه الانواع التي قسمت من حيث (المصدر) :-**

١ - الدعاية العمودية : التي يقودها قائد سياسي ديني على مجموعة يسعى إلى ان يتبعوه.  
٢ - الدعاية الافقية: التي تتم داخل الجماعة وليس فوقها وبدون قائد ويكون ولاء الفرد لجماعته عن وعي.

**أما الدعاية من حيث (الوظيفة) فتشمل :-**

١ - الدعاية التحريضية : التي يقودها حزب يسعى الى تحطيم الحكومة لتأسيس نظام جديد وتبرز عبر الازمات.

٢ - الدعاية الاندماجية : تعمل على توازن المجتمع وتوحيده وتعزيزه وهي مفضلة عند الحكومات الحديثة العهد وهي أكثر دقة من الدعاية التحريضية حيث عليها ان تستخدم التحليلات النفسية ووسائل الاتصال بالجمهور لا كما تفضله الدعاية التحريضية من اثار مؤقتة.

٣ - الدعاية التسويقية: وهي التجارية لتسويق السلع والبضائع والخدمات.

## **ماهي وظيفة الدعاية في الحرب النفسية أثناء الصراعات والحروب ؟**

✍/شهد القرن العشرون تطورات علمية وتكنولوجية في جميع ميادين الحياة أدت إلى ظهور مفاهيم عديدة ذات أغراض وأهداف مختلفة تندرج بأطار التعامل النفسي كأداة من أدوات السياسة الخارجية للدول في اضعاف ارادة الخصم وانهياره ومن ثم استسلامه، وهذه المفاهيم اعتمدت في الغالب على أساليب الكذب والخداع وتشويه الحقائق على نطاق واسع وعمد فيها المتحاربون إلى نشر الكثير من الاخبار الملفقة التي تجرد الخصم من انسانيته .

### **الدعاية المضادة :**

ترتبط الدعاية المضادة بالخداع والتلاعب بالعقول وتختلف عن الدعاية التي تسلك سلوك أكثر نزاهة ومصادقية لتقليل تأثيرات الدعاية الاصلية على الجمهور المستهدف.

وتعرف الدعاية المضادة : بأنها الاجراءات التي تفسر وتوضح الدعاية الاصلية على أنها كاذبة ومزيفة لحث الجمهور المستهدف للتفكير والتصرف بشكل معارض للدعاية الاصلية بغية التقليل من تأثيرها.

وتختلف الدعاية المضادة عن الدعاية الاصلية في أن الدعاية المضادة تكون دفاعية وتأتي ككرة فعل عن الدعاية الاصلية وتستهدف الدعاية المضادة الجمهور نفسه الذي تستهدفه الدعاية الاصلية .