



المحاضرة الأولى

مادة

الدعاية والحرب النفسية

المرحلة الرابعة

إعداد

أ.م.د. عقيل الشافعي

2024-2023

المحاضرة الاولى / نشأة وتطور الدعاية

أولاً: مدخل تاريخي في الدعاية :-

قد أعتد الانسان منذ قديم الزمان على قدراته الذاتية والعقلية لفرض نفسه والاستحواذ على غيره لبسط النفوذ والقوة، اذ استخدام الدعاية عبر ادواته المتوفرة وصولاً إلى يومنا هذا في تقديم وسائل الاعلام والاتصال التقليدية والالكترونية عبر شبكة الانترنت، اذ يسر الفضاء الالكتروني امكانية انفتاح العالم على بعضه ويسر التواصل والاتصال والتفاعل المباشر الكترونياً وأفتراضياً لا يصال المعلومة إلى أقصى مكان في الارض وفي نفس الوقت.

ويمكننا القول أن الدعاية قديمة قدم الانسان، فقد تفنن الفراعنة في مصر والاغريق والرومان وحضارات وادي الرافدين في العراق والصين والامم الاخرى في استخدام وسائل وأساليب الدعاية للتأثير والاقناع فكانوا يدونون أهم الاحداث وخاصة الحروب على جدران المعابد والهياكل واوراق البردي والاثار مثل الاهرامات في مصر والجنائن المعلقة في العراق.

وقد عرف الرومان الدعاية كأقامة الموكب واحتفالات الاستقبال الرسمية لتكريم قادة الرومان المنتصرين ومعهم الغنائم بهدف التأثير في المواطن العادي وابهاره بعظمة الدولة الام، وكانت عبادة الامبراطور نتيجة لخطئة دعائية متعمدة كوسيلة لحصر ولاء القبائل الخاضعة للحاكم الروماني آنذاك.

وعلى الرغم من ان الدعاية عرفت قديماً الا أن مصطلح الدعاية لم يكن معروفاً إلا في القرن السابع عشر حين ادراك البابا عام ١٦٢٢، وعند استعراض حالة الكنيسة في اوربا لم يعد في الامكان اعادة فرض الدين بقوة السلاح وان الظروف الجديدة تتطلب إجراءات جديدة لمواجهة الاصلاح الديني، وقد أعلن البابا عن عزمه انشاء هيئة دائمة تهدف الى نشر العقيدة الكاثوليكية بشكل سلمي وبدون حروب وعلى وفق منهج جديد، فتم انشاء هيئة للدعاية الدينية.

وقد اعتمدت الدعاية بمعنى الدعوة في نشر الحق وترويجه على وفق المنطق ورفض الكذب والتشويه كونها عبارة عن صدق موجه من عقيدة إلى من يمكن أن يؤمن بها بالفعل والتي استخدمت لدى المسلمين والمسيحيين في العصور الوسطى، ويتضح ذلك في رسالة (الرسول

محمد عليه الصلاة والسلام) من خلال دعوته إلى الدين الاسلامي، فكانت الدعاية مرادفة لكلمة الدعوة في العصور الاسلامية الاولى.

واستخدامت الدعاية في الحرب العالمية الاولى على نطاق واسع وعمد المتحاربون إلى تلفيق ونشر الاكاذيب والاكاذيب المزيفة التي تجرد الخصوم من انسانياتهم، وتطور الامر في الحرب العالمية الثانية من خلال الوسائل والاساليب وبرزت الدعاية الدولية كأداة من أدوات السياسة الخارجية في زمن السلم ويعزي الفضل في ذلك إلى قيام الاتحاد السوفيتي سابقاً والبدء في توجيه اذاعات بلغات أجنبية من محطاتها الارضية في موسكو، وكان للاذاعة البريطانية برامج بست عشرة لغة موجهة إلى امبراطوريتها وإلى الدول العربية ودول أمريكا اللاتينية.

أما في الحرب الباردة بين الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الامريكية التي بدأت بأنتهاء الحرب العالمية الثانية(بين المعسكر الاشتراكي والمعسكر الرأسمالي)، فكانت الدعاية السلاح الأول في السياسة الخارجية، اذ نشطت عالمياً الدعاية السوفيتية والامريكية والتي وصلت قمة الصراع النفسي بينهما حتى انهيار الاتحاد السوفيتي عام ١٩٨٩، وتحول النظام العالمي من الثنائية القطبية إلى القطبية الواحدة بزعامة الولايات المتحدة الامريكية والتي استخدمت أحدث تقنيات العصر في وسائل الاعلام والاتصال والمعلوماتية في ظل شبكة الانترنت والقنوات الفضائية والتي تتطولا تفصيلاتها التقنية بشكل مستمر ومتواصل عبر الزمان.

مفهوم الدعاية عبر الإعلام والاتصال التقليدي والإلكتروني:-

نعرف الدعاية بأكثر من تعريف كما يأتي:-

- هي بث المعلومات والاشاعات بشكل مقصود ومخطط له مسبقاً.
- محاولة التأثير على الشخصيات والسيطرة على سلوكهم في مجتمع ما وفي وقت معين لتحقيق اهداف تعد غير علمية ومشكوك فيها.
- التعبير المدروس عن الاراء والافعال التي تصدر عن الافراد والجماعات والتي تهدف إلى التأثير على اراء وافعال افراد وجماعات أخرى وذلك من أجل اهداف محددة مسبقاً ومن خلال تحكم نفسي.

- ان الدعاية نشر مخطط ومنظم للأفكار ووجهات النظر مكتوباً أو منطوقاً أو بمختلف الاشكال الاتصالية التي بواسطتها تتعرض الجماعات والدول او الجماعات الدولية لنشاطات فكرية ،سياسية، اقتصادية، ثقافية ودينية لتغيير الافكار والسلوك تجاه قضية معينة او ظاهرة أو مذهب.
- هي صورة من صور الاتصال الذي يختلف عن عمل وهدف الاتصال العادي الذي ينقل الحقيقة الاخبارية.
- محاولة متعمدة من افراد وجماعات باستخدام وسائل الاعلام لتكوين الاتجاهات والسيطرة عليها وتعديلها عند الجماعات وذلك لتحقيق هدف معين في كل حالة من الحالات التي يجب ان يتفق رد الفعل مع هدف الدعاية
- هي محاولة لتأثير في سلوك الآخرين تهدف عبر استخدام الرموز الى أحداث نمط او أنماط سلوكية لدى الآخرين

أما التعريف الشامل للدعاية فهو : هي محاولة تأثير في سلوك الآخرين وفي أفكارهم وآرائهم وأستجاباتهم عبر وسائل الإعلام و الإتصال ، وذلك بإقناع الجمهور المستهدف بسلوك جديد لا يعرفونه من قبل في ضوء مخاطبة العواطف مع عدم اهمال الجانب العقلي وعلى وفق تخطيط دقيق مآثر ومقنع.

تعريف الدعاية الإلكترونية : وهي رسائل اتصالية ومضامين محددة مخطط لها مسبقاً ازاء القضايا و الاحداث الدولية لتأثير في المستخدمين عبر الإعلام والإتصال الإلكتروني وبإعتماد أساليب الإقناع النفسي المختلفة وصولاً لكسبهم والحصول على تأييدهم لصالح أهدافهم و غاياتهم.

ويتضح من النشاط الدعائي المستخدم في وسائل الإعلام الرقمي عبر مواقع الانترنت الاخبارية و الصحفية المعبرة عن السياسات و المواقف الدولية ، أن لكل دولة توجه إعلامي إلكتروني لتوضيح رأيها و مواقفها ازاء القضايا و الاحداث الدولية بما يتناسب مع مصالحها و اهدافها بشكل عام في ظل متغيرات التقنيات الحديثة وصولاً بأسهل الوسائل وأيسرها لمستخدمين عبر حواسيبهم و أجهزة الهاتف النقال وكل ما هو متطور من أجهزة في هذا المجال.

الأسس والنظريات النفسية التي يجب اعتمادها ومراعاتها في تنفيذ البرنامج الدعائي هي :

- الدعاية تقوم على العقيدة أو فكرة معروفة و واضحة المعالم.
- استعداد الشعب لقبول الفكرة وتلقيها حتى وان يكون بشكل جزئي.
- تولد تغييراً معيناً في الموقف أو السلوك أو الإتجاه.

أم نظرية التحليل السلوكي لجورج النشاز الدعائي ، فقد وضع المتخصصون والعلماء في الموضوع ثلاث نظريات كل منها تنبع من فلسفة محددة تتعلق بطبيعة السلوك وعمل الدعاية وهي :-

١ - نظرية رد الفعل : والتي وضعها العالم الروسي الطبيب ايفان بافلوف (١٨٤٩-

١٩٣٦) ضمن نظريات علم النفس وتهدف نظرية التعليم السلوكي الشرطي التي تركز على المثبرات والإستجابة اي المؤثر الشرطي و الأستجابة الشرطية.

٢ - نظرية التحليل النفسي : والتي وضعها العالم النمساوي الطبيب سيغموند فرويد

(١٨٥٦ - ١٩٣٩) ويعد مؤسس علم التحليل النفسي إذ ذكر أن سلوك الإنسان

هو أمتداد لمجموعة العقد و النقائص المرتبطة بنشأة الطفل الاولى وكلما نضجت

هذه العقد والنقائص يكون ذلك سبباً في تبلور عقدة التعذيب التي تسيطر على

النفسية الفردية فتكون ارضاً خصبة لعمليات التلاعب بالتأثير و التأثير وعلية فإن

القائم بالإتصال الدعائي يتمكن من تمرين نشاطة الدعئي على مثل هذه الشخصيات

والتي تتوجه بتنفيذ برامجها أو مضامينها عبر وسائل الإتصال الجماهيري الى

المجمهور المستهدف.

٣ - نظرية التنقيف السياسي : ووضعاها عالم النفس و الفيلسوف الأمريكي جون ديوي

(١٨٥٩ - ١٩٥٢) وهو من زعماء الفلسفة و من أوائل مؤسسيها والتي أهتم

بتحديد الهدف من التعليم وربط النظريات بالواقع بعيد عن التقاليد الموروثة مهما

كانت عريقة ويراها المربون أنه اساس كل إصلاح حققته التربية في القرن المنصرم إذ

انتشرت افكاره في مختلف دول العالم وتأثرت به العديد من النظم التعليمية وتستمد

فلسلة التنقيف عند جون ديوي في أن الدعاية عمليات تنقيف وتعزيز المواقف

والتحكم بسلوكيات الفرد عن طريق التحكم في الوسط الاجتماعي أو عبر التلاعب في مقومات الشخصية إذ أثرت هذه الفلسفة في تقاليد الدعاية الأمريكية في جانبين مهمين هما :

- أن الدعاية عملية مختلطة بعملية التوعية والتثقيف وتجعل من الجامعات والمكتبات العامة بؤراً يتبلور حوله النشاط الدعائي.
- ثم تتوجه الدعاية الى الأصدقاء وتوسع دائرة التأييد لها.