المحاضرة العاشرة: الدعاية والاشاعة

أولا: الدعاية

تعريف الدعاية: هي نشاط إعلامي تقوم به الدولة أو أية هيئة أو منظمة اجتماعية أو سياسية بهدف التحكم بعقول الناس ومشاعرهم وحملهم على دعم سياسة الجهة التي تقوم بالعمل الدعائي، ومن ثم تأييدها والاستجابة لما تطرحه من أفكار ومواقف وما تتطلبه من تغيير لأنماط السلوك أو تثبيتها.

كما أنها فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير والترغيب أو الضمان القبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك.

إذن فالدعاية هي أسلوب فني يهدف الى التأثير والاقناع لأجل الموضوع المراد طرحه أمام المجتمع وأفراده لهدف اقناعهم به.

أنواع الدعاية:

للدعاية أنواع أو ألوان منها: الدعاية البيضاء. الدعاية السوداء. والدعاية الرمادية.

- **الدعاية البيضاء:** هي الدعاية المكشوفة غير المستورة. وهي عبارة عن النشاط العلني من أجل هدف معين. يكون ذلك في الصحف والاذاعة ووسائل الاتصال بالجماهير.
- **الدعاية السوداء:** هي الدعاية المستورة. وتقوم عادة على نشاط المخابرات السرية. ولا تكشف مطلقا عن مصادرها الحقيقية. ولكنها تنمو وتتوالد بطرق سرية. وذلك في داخل أرض العدو أو على مقربة منها. وللدعاية السوداء وسائل اعلام أخرى كثيرة عدا الإذاعة السرية منها وسيلة الصحف السرية والنشرات أو المطبوعات السرية
- **الدعاية الرمادية:** هي الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الناس على مصادرها الحقيقية، ولكنها تختفي وراء هدف من الأهداف ومن الأمثلة عليها اذاعات أوربا الحرة، وهي عبارة عن شبكة من المحطات الاذاعية تتولاها (اللجنة الأهلية لأوروبا الحرة باسم الاذاعة الموجهة).

مبادئ الدعاية الناجحة:

- إن الدعاية الناجحة هي التي توجه إلى الأشخاص لا إلى الموضوعات. لأن الموضوعات تستدعي المناقشة وإعمال العقل، بينما الدعاية الموجهة إلى الأشخاص تستهدف أخلاقهم وسلوكهم. وهذه تحرك المشاعر والعواطف أكثر مما تتطلب إعمال العقل والتفكير.

- يجب إخفاء الدعاية وتمويهها حتى لا تبدو واضحة على أنها دعاية وإلا تعرضت للفشل.
- يجب أن تستند الدعاية إلى المعلومات ذات القيمة وإلى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور، ويجب أن تنسق تماماً مع الاتجاهات السياسية والثقافية والوطنية للدول والشعب الذي توجه الدعاية إليه.
- معرفة لغة البلاد الخاصة بالدعاية، وهو شرط أولي للمستمعين أو المشاهدين.
- إن الدعاية الناجحة هي التي توجه إلى القضايا الراهنة كالبطالة، والفساد، والمستجدات السياسية والاقتصادية والاجتماعي التي يكون الحديث عنها متميزاً بالصدق والموضوعية والواقعية.

خطوات الدعاية الناجحة:

- المعرفة بنفسية الجماعة التي تستهدفها الدعاية في علم النفس الاجتماعي والفردي، أمر ضروري لمعرفة الخطوات التي يمكن تنفيذها التحقيق دعاية ناجحة. إن نفسية الجماهير متقلبة غير عقلانية مزاجية وانفعالية. بل لابد من إدراك الحالة النفسية لكل جمهور تبعاً للمكان والزمان والمناسبات والظروف والضغوط والأحداث.
- عامل الخلق والإبداع بحيث تبتعد الدعاية عن التكرار العمل والروتيني، سواء على صعيد الأسلوب أو اللغة أو التوقيت.
- التحريف وهو أن يعمد مسؤول إلى نقل تصريح أو خبر منسوب إلى شخص أو دولة مع تعمد التحريف البسيط مما قد يؤدي إلى نتائج خطيرة على صعيد ردة فعل جمهور أو شعب.

يمكننا كذلك الاعتماد على بعض النقاط الأساسية التي تجعل من الدعاية ناجحة مثل:

- التكرار لأن عامل التكرار يجب أن يستخدم بطريقة منظمة، وإن تكرار بعض العبارات والأقوال القصيرة والمعبرة والمترافقة مع أحداث مهمة يعطي نتائج جيدة في مجال الدعاية.
- عامل الدين من الممكن أن يكون للدين دور كبير في النشاط الدعائي، فالاستشهاد بحديث نبوي أو آية كريمة، يجعل الناس مبررين سلوكهم بأنه استجابة المواقف شرعية وإيمانية صادقة، ويجعلهم يشعرون بالرضا والاقتناع التام بهذا الأمر.

ثانيا: الاشاعة

تعريف الإشاعة: يعرفها كل من جوردن ألبورت وليوبوستمان في كتابهما "سيكولوجية الشائعات" بأنها اصطلاح يطلق على رأي موضوع معين مطروح لكي يؤمن به من يسمعه، وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو الدليل كما يمكن أن تعرف

بأنها رواية منتشرة بين الناس دون أن يكونوا متأكدين من صحتها. ويعرفها كامل محمد عويضة بأنها ضغط اجتماعي مجهول المصدر يحيطه الغموض ويثير الاهتمام.

الفرق بين الإشاعة والدعاية: الدعاية منظمة لإقناع الرأي العام عن طريق الإشاعة. الإشاعة وسيلة من وسائل الدعاية لكنهما يختلفان فالدعاية تكون مباشرة.

أنواع الإشاعة:

إن الإشاعة تتنوع حسب دوافعها وأهدافها النفسية والاجتماعية. وأهم أنواعها:

- **إشاعة فردية:** الغرض منها استعراض الراوي لقدراته في معرفة الحقائق أو الأسرار فيصبح مصدر تقدير واهتمام ولو لزمن قصير.
- **الإشاعة الاجتماعية:** وهي التسلية الجماعية على سبيل الفكاهة لملء الفراغ الذي يعيشون فيه الأفراد ويكون ذلك على حساب الآخرين بدون توقع المخاطر.
- **الإشاعة الاقتصادية:** ذات دوافع تجارية لإشهار بضاعة أو حل سلعة محل أخرى.
- **إشاعة ذات الحاجة:** لكسب التأييد العاطفي ويقوم بها استعدادا لتصديق أي قول أو خبر.
- **إشاعة الخوف الجماعي:** تكون أثناء الحروب والأزمات، لنشر الحقد والكراهية ويكون مصدرها الأعداء والعملاء.
- **اشاعة رفع الروح المعنوية:** وتسمى بالإشاعة البيضاء وتستخدم لرفع المعنويات للمجتمع في حالات الكرب والأزمات.

الخصائص السيكولوجية لمن يطلق الإشاعة:

- ضعف شعور الفرد لانتمائه إلى الجماعة الناتج عن تأثره بجماعة أخرى.
- الإحساس الدائم بالاضطهاد.
- صعوبة تكيف الفرد مع المحيط الخارجي.
- الإدراك الخاطئ للمواقف.
- الطموح الزائد للفرد.

الآثار السيئة للشائعة:

للشائعة آثار مدمرة وسيئة في الحياة النفسية والاجتماعية وأهم هذه الآثار:

- إن الشائعة السيئة خبيثة كيفما كانت فإن كانت صادقة فهدفها نشر الحقد والبغضاء والكراهية إلى جانب ما يصيبها من تشويه يبعدها عن الصدق، وإن كانت كاذبة فإن آثارها تكون أخطر.
- تسبب القلق الفردي والاجتماعي، وخاصة على صاحبها.
- تفقد الثقة بالآخرين ولو كانوا أقرب الناس وأخلص الأصدقاء، كونها مجهولة المصدر مما يجعلها تنشر عدم الثقة بين الآخرين.
- الإشاعة ركن أساسي في الحرب النفسية، فهي وسيلة فعالة لإحداث البلبلة في الحرب وهي مفتاح تغيير الاتجاهات وزعزعة أمن الحكم وهز الإيمان بالوطن والوحدة والثبات.
- ترويج الإشاعة وحبكها وتوقيتها يحتاج إلى الدقة في الصنع والصياغة مما يؤثر على الأفراد.
- أن تكون بشكل خبر أو رواية مختصرة وملائمة لتفكير المواطن العادي لتتمكن من تحوير فكره.
- يجب بث الإشاعة في ظرف الغموض والالتباس، فالغموض يولد الشك، ويؤثر في الرأي العام، ويستحسن أن يكون الناس في حالة من التوجس والخوف من حدوث شيء ما.
- إن تأثيرها في نفوس المستمعين وقبولهم إياها فيتوقف على مقدار وعيهم ودرجة استعدادهم النفسي.
- ويستهدف من بث الإشاعات تحطيم معنويات الشعب بإثارة موجة الرعب والخوف في نفوس السكان لأجل تصديع.