

ملخص مادة نظرية: وسائل الدعاية - الجزء الأول

يتم استعمال عدد كبير من وسائل نشر الدعاية، وهذه هي بعض أكثرها تطبيقاً:

### 1. اطلاق التسمية:

تستعمل هذه الوسيلة للتقليل من شأن طرف معارض أو عدو، فيقال مثلاً: "الحوثيين" بدلاً من الاسم الرسمي لجماعة أنصار الله في اليمن. أو يتم وصم جماعة سياسية ذات توجهات فكرية معينة بـ "الفئة الضالة". ويقال عن المحافظين على التقاليد بأنهم "رجعيون"، وعن العلمانيين المطالبين بالحدثة بأنهم "أتباع الغرب". وعن السعودية بأنها "وهاية". وغير ذلك من الأسماء التي تطلق، بدون رغبة أو موافقة من يتم تسميته بهذا الاسم. أما في مذبحه رواندا فقد كانت محطة الإذاعة المحرصة والمسيطر عليها من قبل إحدى طرفي الصراع، تصف القبيلة الأخرى بـ "الصراصير".

### 2. استثارة العاطفة:

تعتمد الدعاية عادة على إثارة العاطفة لاستدراج آراء الجمهور. على سبيل المثال، تستعمل الدعاية التحريض على الغضب لحمل الناس على دعم قضية ما. وقد شهدت دول عدة أحداث عنف وشغب ضد أقليات دينية جراء انتشار الغضب بين المتظاهرين على سياسات الحكومات المتعلقة باستقبال المهاجرين.

### 3. اللحاق بالركب:

وهي وسيلة تستعمل ضغط الأقران لإقناع الناس على القيام بفعل شيء ما. على سبيل المثال، قد يقول المرشح السياسي: "الجميع يصوتون لي، لذا عليك أنت أن تفعل ذلك أيضاً". وكثيراً ما يسعى الرؤساء والقادة في الدول الغربية، إلى الوقوف بجانب الأشخاص العاديين خلال المؤتمرات الصحفية، للإيحاء بأنه واحد منهم.



### 4. تكتيك الخوف:

يستعمل تكتيك الخوف لبت الذعر بين الناس، على نحو يدفعهم لدعم قضية ما. على سبيل المثال، حملة قد تحذر الناس بأنهم إن لم يصوتوا في الانتخابات، فإن مجرم خطير قد ينجح في الوصول إلى المنصب. كما قد يدفع الشعور بالخوف بعض الشبان إلى الاعتداء على المهاجرين جراء قضية الزواج المختلط، والتي تهدد من وجهة نظرهم مستقبل بلادهم.

### 5. التلاعب بالمعلومات:

يشمل التلاعب بالمعلومات التشويه أو العرض المضلل للحقائق للتأثير على آراء الناس. على سبيل المثال، حملة انتخابية قد تقدم إدعاءات خاطئة حول الخصوم لجعلهم يبدوون بمظهر سيء. قد تكون تلك المعلومات مقتطعة من خارج السياق.

### 6. استعمال احصائيات خاطئة:

استعمال نتائج إحصائية خاطئة هي وسيلة شائعة للدعاية. على سبيل المثال، حملة انتخابية قد تدعي بأن معظم الناس يدعمون مرشحها، حتى لو لم يكن ذلك صحيحاً. قد تكون نتائج الإحصاء قديمة أو تحتمل هامش خطأ يتم غض الطرف عنه في سبيل نشر الدعاية.



### 7. قطع وعود غير واقعية:

قطع وعود غير واقعية هي وسيلة شائعة الاستخدام في الدعاية. على سبيل المثال، مرشح قد يعد بإنهاء الفقر في البلاد، رغم أن ذلك غير ممكن فعلياً. كما يظهر أطباء مزعمون بين كل فينة، مدعين توصلهم لاكتشاف علاج لمرض السرطان وغيره. تبث هذه الوعود مشاعر الأمل (ملاحظة: يرجى الرجوع إلى البند المذكور أعلاه: استنارة العاطفة)

### 8. استعمال الرموز:

تستعمل الرموز عادة في الدعاية لتمثيل فكرة أو مبدأ. على سبيل المثال، في العام 1920 استعمل الحزب النازي في ألمانيا الصليب المعقوف لتمثيل مبادئه حول نقاوة العرق. (ملاحظة: يرجى الرجوع لمخلص الرموز والشعارات)

### 9. الشعار النصي Slogan:

الشعارات النصية هي جمل قصيرة خاطفة تستعمل لتلخيص فكرة أو مبدأ. على سبيل المثال، في العام 2016 استعملت الحملة الانتخابية لدونالد ترامب شعار نصي: "لنجعل أمريكا عظيمة مجدداً".