

## المحاضرة الخامسة

### الدعاية السياسية :

يمكننا تعريف الدعاية السياسية بأنها محاولة التأثير على الراي العام وعلى ممارسات وسلوكيات ومواقف الجمهور المستهدف لتحقيق اهداف سياسية عبر لغة مؤثرة تستعمل رموزا ومفردات منقاة من اجل التأثير والاقناع لكسب الجمهور المتلقي والحصول على تأييده وولائه .

وكما اوضحنا في النبذة التاريخية في موضع سابق فإن الدعاية السياسية برزت مع البعثات التبشيرية في اوربا ووظفت بشكل سياسي واضح في الحربين العالميتين اذ استخدمها الالمان وروسيا وايطاليا وفرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الامريكية ولا يغيب عن الذكر انه في عام ١٩٣٣ اسس الزعيم الالمانى ادولف هتلر دكتاتورية نازية في المانيا اعتمادا على الدعاية السياسية وعين جوزيف غوبلز وزيرا لدعايته اذ استخدموا جميع الوسائل المتاحة من صحف واذاعات وسينما ومناهج تعليمية من اجل ترسيخ القناعات وتشكيل رأي عام داعم ومؤيد لتحقيق اهدافهم وفي الحرب العالمية الثانية والحرب الباردة انتشرت الاذاعات الدولية وتطور البث التلفزيوني ووسائل الاتصال جميعها فكان لكل دعاية سياسية تروج لأهدافها وعقائدها وتدحض الدعايات الاخرى وتطورت وسائل واساليب الدعاية السياسية بمرور الوقت وتطور وسائل الاعلام والاتصال والمعلوماتية وما نعيشه الان من ثورات اتصالية وفكرية وثقافية في ظل تطورات شبكة الانترنت والفضاء الاليكتروني تعبير عن ما وصلت اليه التأثيرات الدعائية في الجمهور المتلقي لتحقيق الاهداف السياسية بشكل عام .

### توظيف اللغة في الدعاية السياسية

يرتبط موضوع اللغة بالدعاية وفق المحاولات الهادفة الى تغيير الآراء والافكار ووجهات النظر وهي محاولات قديمة قدم نشوء اللغة وتطورها ، واية ذلك ان مهمة اقناع الناس انما تتم في الاعم الاغلب عبر اللغة وليس العنف .

لقد كان الخطباء والمتحدثون في الماضي يسألون انفسهم ما الذي نريد ان نقوله ؟ اما اليوم وفي عصر التقدم الهائل في وسائل الاتصال وتطور النظم السياسية باختلاف بياناتها وحضاراتها فان المتحدثين يسألون انفسهم ماهي النتائج التي نروم تحقيقها ؟ وهنا يبرز دور اللغة في اغناء النشاطات المختلفة في الحياة الانسانية كي

تعتبر عن كل ما يحيط بها ، فهي الأساس الذي تعتمد عليه عملية ترتيب الافكار والآراء لان ترتيب الافكار في جمل متناسقة مفهومة يعطي قدرا من التأكيد مما يؤثر على فعاليتها بحيث يكون بإمكان اللغة اخفاء الدوافع الشريرة والسلوك السيء، كما ان بإمكانها ابراز المثل العليا والتطلعات نحو الخير والفضيلة . وفي الواقع ان اللغة تعد انعكاسا للتطور الاجتماعي والثقافي والسياسي لأي مجتمع وبتقدم وسائل الاعلام وتنوعها برز دور اللغة لا للتعبير عن الافكار بل لتكوين الافكار ايضا وبعد ان اصبح للإعلام دور مهم في احداث التأثير وخصوصا عندما استخدمت في وسائله اساليب اتصالية مختلفة كالحرب النفسية واساليبها المختلفة .... الخ لذلك نجد ان اللغة برزت في كيفية استخدامها في الوسائل الاعلامية المختلفة ومع هذا الاختلاف فقد كانت اللغة المنطوقة المستخدمة في الاذاعة والتلفاز متميزة عن اللغة المكتوبة التي تستخدم في الجرائد والمجلات والمطبوعات بشكل عام .

والدعاية من حيث المبدأ افكار ترتبت بالاعتماد على اللغة في المقام الاول وبالرغم من تعدد وسائل طرح الافكار الدعاية وما لعبته قدرات الانسان ومواهبه وابداعه المتميز وتوظيف هذه المواهب والابداعات في مجالات فنية مختلفة مثل الرسم ، الموسيقى ، التمثيل ... الخ ) وابرازها عبر قنوات الاتصال السمعية والمرئية وحتى المكتوبة ، الا ان كل ذلك لا يمتلك قوة التعبير التي تتميز بها اللغة في ترتيب الكلمات والجمل بشكل اخاذ يبرز معانيها المؤثرة والفاعلة في النفس البشرية .

وفي العمل الدعائي يجب ان يدرك الداعية كيفية التأثير على جمهوره ، والطريقة الامثل لذلك هو الاقناع للحصول على نتائج مرضية لمجهوده الدعائي .

وهنا يبرز دور اللغة في تحقيق مستوى معين من النجاح في اقناع الجمهور ، ويؤكد عالم الدعاية بروان ان بإمكان تصنيف الجهود الاقناعية على انها دعائية عندما تكون نتائجها في صالح القائم بعملية الاقناع وليس في صالح المقصودين بالدعاية .

اي ان النشاط الدعائي ما هو الا محاولات جاهدة لغرس قيم وممارسات مخطط لها من قبل المتخصصين في نفوس جمهورهم وفق ما يريد المخطط الدعائي وليس كما يريده الجمهور الذي تتطلب عملية اقناعه اعدادا وتخطيطا منظما كي يحدث بالتالي التأثير المطلوب . وهذا الاقناع لا يمكن ان يكون الا بالفهم الدقيق ل ( اللغة ) ولو بالقدر الذي يسمح للمخطط الدعائي ترتيب افكاره بشكل مثير ومؤثر .

وفي هذا الخصوص نود ان نؤكد على اننا لا نعني باللغة الاعلامية الدعائية ما توصف به اللغة الادبية من تذوق فني وجمالي او ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري وممارسات نحوية صرفة ، انما نريد باللغة الاعلامية الدعائية انها

لغة تبنى على نسق عملي اجتماعي ، فهي في جملتها فن يستخدم في العمل  
الاعلامي لتزيده قوة وتأثيرا واقناعا .