له بعيدا عن الانقياد وراء وسيلة اتصالية او اعلامية ذات توجه عقائدي محدد هو اصلا اساس عمل الحرب النفسية بشكل عام .

الدعاية والازمات:-

اضحى الاعلام والدعاية عبر وسائله المتطورة اداة لتطويع الشعوب والامم المختلفة السياسات والعقائد والتوجهات حتى اضحت الدعاية قوة معنوية لا تقل عن قوة وسطوة السلاح لاسيما عندما توظف بدقة وبتخطيط مدروس لتغطية جميع الازمات وبمختلف انواعها وبشكل خاص الازمات السياسية والامنية ولا ننسى ان الانسان ومنذ بدء الخلق هو في صراع مستمر مع مع مكونات الطبيعة من كوارث طبيعية اومصاعب ومعوقات من صناعة البشر بسبب تضارب المصالح وتشابك العلاقات الاجتماعية للحصول على المنافع الشخصية او الجماعية مما يؤدي الى التنافس بين الناس وصولا الى الصدام الدامي فيكون الانسان هنا عنصرا مدمرا ويؤدي الى الضرر بمكونات المجتمع وبنسيجه المادي والاجتماعي الامر الي يوجب على المؤسسات المجتمعية التصدي والمواجهة بالوسائل والاساليب كافة لتخفيف الضرر الناجم وكما هو معروف وقد اوضحناه في انواع الدعاية ومنها الدعاية السوداء التي توصف بانها دعاية مستورة سرية ولا يشعر المتلقي انه تحت تاثير دعائي وهنا تكمن خطورة هذا النوع من الدعاية اذ تقوم وفي اثناء الازمات بنشر ما لا يمكن نشره او الافصاح عنه وعلى سبيل المثال تستخدم العديد من الدول المتحالفة وفي اثناء الحروب (الدعاية السوداء) في التضليل وتشويه

الحقائق والشخصنة والتزوير لتحقيق الاهداف السياسية بعيدا عن التزاماتها الموضوعية والصدقية في تقديم المعلومات والحقائق وتفسير الاحداث والوقائع كما حدثت او ما زالت تحدث وبمرور الوقت يتوقع بعض الخبراء انتهاء الدعاية المستورة والسوداء بتقدم وسائل الاتصال وسهولة حصول الجمهور على المعلومات بيسر وسهولة عبر شبكة الانترنت ومواقعها وتطبيقاتها المختلفة ولم يكن بالامكان التاثير فيه باساليب ملتوية لكن ما نعيشه من واقع اثبت ان مواقع التواصل الاجتماعي

اضحت ارضا خصبة لنمو الافكار السرية الهدامة واشباع رغبات الجمهور في الشعور الوهمي بالحصول على معلومات من مصادر مختلفة مع توافر اساليب التشويق والعرض للجذب و التاثير مع وجود صفحات (دعائية وهمية) لشن حملات تشويه الحقائق فالخصوم يحاولون اطالة امد الازمات وتاجيج الخلافات ولابد من اعداد وتنفيذ خطط اعلامية اتصالية وطنية لمواجهة كل محاولات الاساءة والتضخيم وتوضيح الحقائق عبر الحجج والمنطق وسير الوقائع بشكلها الصحيح.

اساليب الاقناع في الدعاية :

للدعاية اساليب كثيرة ومتنوعة يلجا اليها القائم بالاتصال عبر وسائل الاعلام والاتصال بشكل عام ،من اجل تحقيق اهدافه في التاثير في الجمهور وتغيير ارائه ومواقفه وسلوكياته ووفق ما يتناسب مع طبيعة الجمهور وعاداته ومشكلاته وارائه ومعتقداته بشكل عام ومن هذه الاساليب نذكر:

1- الاسلوب الخبري: وذلك بتناول الاحداث والوقائع عبر نشر وبث الاخبار في وسائل الاعلام والاتصال وبشكل مستمر مثل مواجيز ونشرات الاخبار عبر المحطات الاذاعية والقنوات التلفزيونية المتطورة وايضا نشرها في الجرائد والمجلات وحتى عبر الانترنت وفي مواقعه المختلفة.

2- اسلوب التكرار : ويعني اعادة البث والنشر لترسيخ المعلومات وامكانية احداث التغيير في المتلقي اذ يعتقد البعض ان اسلوب التكرار لا الجدال ولا المناقشة هو انجح الاساليب الدعائية لتغيير الراي العام وكانت الدعاية الألمانية تعتمد هذا الاسلوب وتؤمن بانه الاسلوب الافضل في المخاطبة اذ ذكر جوزيف غوبلز وزير الدعاية الالماني ان سر الدعاية الفعالة يكمن لافي اذاعة بيانات تتناول الاف الاشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط وتوجيه اذان الناس وابصارهم اليها مرارا وتكرارا .وهو ما اعتمدته الدعاية الصهيونيةبعرض مستمر لصور الاسرى العرب بعد نكسة عام ١٩٦٧ وبث الاحاديث معهم ورسائلهم الى ذويهم

والتي تركز على ما حدث لهم من هزيمة وانكسار ورسخ مفهوم اسرائيل الكبرى لدى الرائ العام العربي .

3- اسلوب الكذب : لما له من تاثير في الجمهور المستهدف وخاصة عند قليلي الثقافة والاطلاع ومثلما ذكر ادولف هتلر انه كلما كبرت الكذبة كلما رسخت في الاذهان.

4- اسلوب الشعارات : وهي التي تتحدد في كلمات بسيطة تصدر عن الزعماء والقادة ويرددها الشعب وبشكل مستمر

5- الاناشيد والاغاني والقصائد الشعرية

6- اسلوب الاستعطاف : عبر اثارة عواطف الجمهور وجره الى التاييد لاقتناعه بمظلومية ما او معاناة محددة موجهة لفئة او شريحة او دولة او مجموع دول متفقة سياسيا وفكريا .

7- اسلوب النكتة : باعتماد السخرية واثارة الضحك لتحقيق هدف سياسي او اجتماعي .

8- اثارة الشائعات واطلاقها بين الناس في وقت معين يراه القائم بالاتصال مناسبا للتاثير في الراي العام .

9- الاسلوب الديني :وهو ما اعتمد عبر الزمن من اجل التاثير في الافراد وكسب تاييدهم

10- اسلوب منطاد الاختبار وجس نبض الراي العام ويتم باطلاق شعارات محددة وفي وقت معين ثم القيام بتحليل الراي العام ازاءها فان اثبت التحليل نجاحها تم تكرارها وان حصل العكس يتم اعتماد غيرها

11- اسلوب الاحتواء وهنا يعمل المخطط الدعائي بمحاولات متكررة لافهام الاخر انه على رايه وعقيدته وافكاره .

12- الاسلوب العلمي باعتماد المنطق والمنهج العلمي في اقناع الجمهور المستهدف

13- الاسلوب الاستنكاري باطلاق المعلومات والشائعات بلهجة استنكارية تثير لدى المتلقي تحفيزا استكاريا مقابلا لمعرفة الحقيقة وفق تصورها

14- اعتماد الكاريكاتير من اجل النفاذ الى العقل بدون عناء وهو اسلوب مختصر لكنه عميق في دلالاته

15- التصورات كتعابير ثابتة لا تتاثر بالممارسات مثل الاشتراكية ،الراسمالية الارهاب ،الديمقراطية ،الخ

16- العمليات الانتخابية والاكتفاء بذكر الايجابيات واخفاء السلبيات

17- اسلوب معرفة الخصم وتحديده ويقصد به ابعاد الخصم او المناقص واللجوء الى تقوية الشعور والاحساس لدى الجماهير المؤيدة

18- اسلوب افتعال الازمات ان كانت سياسية او اجتماعية او اقتصادية او عسكرية للتاثير في الراي العام ومنها مشكلات الحدود التي زرعها وما زال يزرعها الاجنبي المحتل على انها قنابل موقوته تصلح في اي وقت لافتعال ازمة بين دول متجاورة .

19- اسلوب اثارة الرعب والفوضى وهو ما تثيره دائما الحرب النفسية والدعاية السوداء التي تستعملها من اجل التخويف والارعاب باستغلال دوافع الامان لدى الانسان ومن ثم افزاع الشعوب واخضاعها ونذكر لهتلر ايضا قوله ان اسلحتنا هي اضطراب الذهن وتناقض المشاعر والحيرة والتردد والرعب الذي ندخله في قلوب الاعداء فعندما يتخاذلون في الداخل ويقفون على حافة الثورة وتهددهم الفوضى الاجتماعية عندها تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة

20- اسلوب القولبة والتنميط اذ تلجا وسائل الاعلام على تقديم وجهات نظر اصحابه الخاصة في كل شيء مثل حرص وسائل الاعلام الغربية على تقديم صورة المسلم هو رجل متخلف ،نهم ،مزواج ، قاسي الملامح غريب السلوكيات وفي السنين الاخيرة اضحى المسلم ارهابيا مدمرا لكل حضارة وتطور ومنغلقا على نفسه لا يجيد حالة التعايش مع الاخر ، او في صورة امراة متشحة بالسواد وتجلس في مقعد السيارة الخلفي وبتكرار الصورة يغدو الاسلام مرتبطا في ذهن الغربي بكل الصفات السلبية التي تستنبطها تلك الصورة دون البحث في حقيقة ما

جاءت به الشريعة الاسلامية من مبادى سامية تراعي حقوق الانسان وتعمل على انشاء دولة مدنية تسدها المساواة والعدالة والرفاه

21- اسلوب استبدال الاسماء والمصطلحات كاستخدام المصطلحات والمفردات العاطفية والرنانة المؤثرة في الموضوعات والمضامين المنشورة او التي تبث في الاعلام المرئي والمسموعمع اطلاق اسماء سيئة في مهاجمة الاخر

22- اسلوب اعتماد الارقام والاحصائيات ونتائج الاستفتاء من اجل اسباغ المصداقية على الاخبار والمعلومات المراد ترويجها وهو ما تعتمده وسائل الاعلام الامريكية والبريطانية وبشكل مستمر بالاعتماد على مراكز وجهات بحثية واحصائية لها شهرتها لنزاهتها ومصداقيتها وان من الضروري التاكيد على وسائل واساليب اعتمدت .وهناك الكثير من الاساليب التي تلجا اليها الحرب النفسية عبر عمل دعائي منظم وبما يتناسب مع امكانيات وقدرات وبيئة وظروف الجمهور وكيفية انتاج خطاب مناسب ومؤثر يحقق الاهداف المراد الوصول اليها وعن طريق وسائل الاعلام والاتصال كافة.