



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تكريت

كلية التربية للعلوم الانسانية

قسم العلوم التربوية والنفسية

الدعاية والاعلام

المادة: علم النفس الاجتماعي

المرحلة: المرحلة الثانية

اسم التدريسي: م.د. اسلم حسام طه

الدعاية

تُعد الدعاية وسيلة من وسائل الضبط الاجتماعي والعمليات النفسية التي تشتمل عليها وتساعد على التأثير بها لا تختلف عن تلك التي تدخل في عمليتي الإدراك والتعلم .

مفهوم الدعاية:

الدعاية لغة من الفعل (دعا) والمعانيه الاستغاثة والانتحال والمناداة. وهناك تعريفات عدة للدعاية منها نشر معلومات وحقائق قد تكون صادقة وقد تكون غير صادقة لخلق انواع من التفكير والنشاط مرغوب فيه

تعريف الدعاية : هي نشر معلومات بين الناس الهدف منها التأثير في الرأي العام وفق اتجاه معين دون الكشف عنه

ويعرف والتر وليمان الدعاية بانها (محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم في سلوكها لأغراض تعد غير علمية او ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما وفي زمن معين .

س/ الفرق بين الدعاية والتعليم ؟

ج/الدعاية قد تكون لخدمة فرد او جماعة ام التعليم يكون لخدمة الفرد او الجامعة

الدعاية قد تكون مؤقتة بينما التعليم يهدف الى تكوين الشخصية المتكاملة

يعد التعليم بحد ذاته مصدراً واثماً ضد الدعاية

اهداف الدعاية:

١- اهداف الدعاية قصيرة المدى : توجه عادة الى مجتمع كبير ومتنوع وعلى اساس

الاهداف والرغبات الحالية. ومثل ذلك دعاية اصحاب الاعلانات ، و مجموعات

المصالح ، حيث ان الهدف ليس التأثير العميق على الفرد بقدر كسب دعمه لمسألة ما
وكلما كانت الاهداف قصيرة كلما سهلت اساليب الدعاية

٤- اهداف بعيدة المدى : تحاول التأثير على الاتجاهات الاساسية وعلى الآراء الحالية
للجمهور وهي عادة صعبة التحقيق فقد يتدخل المستعمر مثلاً في وضع المناهج الدراسية
في المدارس ووضع موضوعات تحقق اهدافه او تمهد لتحقيق اهداف مرسومة كما يفعل
الصهاينة في مدارس المناطق المحتلة

قوانين الدعاية:

استخلصت بعض القوانين للدعاية وهي بمثابة قواعد عملية دون ان تتسم مع ذلك بطابع
الضرورة ومن هذه القوانين :

١- التبسيط

٢- المبالغة.

٣- التكرار.

٤- الاجماع والعدوى.

انواع الدعاية : والدعاية في ذاتها انواع عدة .

١- الدعاية البيضاء .

٢- الدعاية السوداء .

٣- الدعاية المضادة.

١-الدعاية البيضاء : هي الدعاية المكشوفة وهي عبارة عن النشاط العلني من اجل هدف
معين كما يكون ذلك في الصحف والاذاعة ووسائل الاتصال الجماهير .

٢-والدعاية السوداء : ويكون هذا النوع خافيا لأغراض وتقوم برفع الشعارات البراقة
والكلمات الرنانة وتستعمل المترادفات السلبية بدلاً من تسمية الأشياء .

٣- والدعاية المضادة : وتقوم على اساس كشف اخطاء الدعاية الخاطئة وتمييزها ومهاجمتها بطريقة مباشرة وتعمل على تجنب وقوع الافراد تحت تأثيرها ومن اساليبها دراسة الدعاية وتحليلها والقيام بالدعاية المضادة .

ما هي اساليب الدعاية:

- ١- اسلوب التكرار: وهو من اهم اساليب الدعاية والاعلان كذلك ومن اجل هذا لا تكتفي سلعة من السلع في الاعلان عن نفسها بمرة واحدة في الصحف او الاذاعة او التلفزيون ولكنها تأخذ في تكرار الاعلان عن نفسها بكل الوسائل المتقدمة حتى تطمئن الى ان هذا الاعلان قد استقر في اذهان الناس بصورة عميقة وطويلة الامد.
- ٢- اسلوب القلق. حيث يمكن تخفيف القدرة الانتقادية للجمهور عن طريق اساليب تؤدي الى اثاره القلق والخوف . كما هو الحال في الاعلانات الصحية التي تجعل الناس قلقين على صحتهم .
- ٣- اسلوب النكتة: للنكتة تأثير كبير على الرأي العام وخاصة الشعوب التي تميل بطبيعتها الى ذلك. وقد يحدث احياناً ان يكون لبعض النكات تأثيراً في الرأي العام اكبر واعمق من تأثير وسائل الاعلان.
- ٤- اسلوب الكذب: وللدعاية في الواقع أساليب غير مشروعة منها اسلوب التحريف والتزييف واسلوب الحذف او البتر واسلوب الكذب والاختلاق.
- ٥- جذب الانتباه: تعتمد فعاليتها على طبيعة الوسائل المستخدمة وعلى ميل الجمهور . وقد وجد أن التأكيد على الاتجاهات السلبية كما هي في حالة الدعاية المضادة غالباً ما تكون ناجحة في جذب الانتباه والدعم.

وهناك اساليب كثيرة وفي كل يوم يخترع جديد من الطرق والاساليب . وكذلك يمكن تمييز نوعين من الدعاية , دعائية فردية ودعاية جماعية

* من وسائل الدعاية الفردية.

- ١- المحادثات العادية.
- ٢- توزيع الجرائد.
- ٣- طرق الابواب والتحدث مع الاسر.

* اما وسائل الدعاية الجماعية :

- ١- الكلمة المطبوعة مثل الكتب والنشرات والمنشورات والصحف.
- ٢- الكلمة المنطوقة مثل الخطب.
- ٣- الصور كالصور الفوتوغرافية والرسوم الكاريكاتيرية.
- ٤- المشاهد ومن امثلتها الاستعراض والسينما والمسرح.

سايكولوجية الدعاية:

ان الشائعات السلبية تنتشر عادة في البيئات الاجتماعية التي تمتاز بالغموض والشك والتردد والتفكك الاجتماعي لذا فان الدعاية التي تعمل على اشباع حاجات الناس النفسية والمادية.

ومن اهم مشكلات الدعاية هي مشكلة المعارضة .

تأثير الدعاية في سلوك الفرد والجماعة.

للدعاية تأثير في سلوك الفرد والجماعة. وذلك لمحاولتها تغيير اراء اي فرد واي جماعة واتجاهاتهم. ولكي تحقق الدعاية هذه الاهداف فعليها ان تعتمد على المصدر والجذب وقوة الشخص ومستواه التعليمي والخبرة العامة او الخاصة والجنس والموضوعية. وعوامل الجذب تشمل مألوفية المصدر , والمصدر قد يكون فردا يتحدث او يكتب او صحيفة او محطة تلفزيونية او راديو او سينما.

اشار كلابر الى ان التأثيرات المباشرة التي يمكن احداثها من قبل وسائل الاتصال بالأفراد

هي:

- ١- خلق الآراء .
- ٢- تعزيز الآراء
- ٣- احداث تغييرات طفيفة.
- ٤- احداث العكس
- ٥- لا تأثير