

التكرار واستغلال المشاعر والتضخيم والمبالغة والقولبة والتنميط و«كباش الضداء» وتسمية الأشياء بغير مسمياتها

أساليب دعائية تستخدم وقت الأزمات للمتك بالآخر وتحقيق الأهداف

يقول الدكتور عبدالقادر تومي: إذا كانت أغلب النظريات الإعلامية قد استندت إلى جملة من الأركان الأساسية في توصيف ماهية الإعلام من حيث الوظيفة والأهداف، والتي يمكن تلخيصها بمثلث ماكلوهان الإيجابي القائم على (الأخبار، الترفيه، التثقيف) فيمكن أن نضيف مهمات أخرى تسجل على هذا الخط وهي التعتيم والإيهام والتزييف (التشويه) ولعلها من المهمات والاستراتيجيات التي يستخدمها أصحابها، لفرض مواقفهم بما يوافق المصالح الاقتصادية والاستراتيجية ويعززها خدمة لأغراض مختلفة، وهكذا بات الإعلام في زمن العولمة أحد أهم الأسلحة الفتاكة التي توظف للقيام بدور اديولوجي متميز، ليس غريباً على السياسات والتوجهات المعاصرة للأقوياء أن تستغل وسائل الإعلام لنشر القيم التي تساعد على تحقيق جميع أهدافها.

تقرير / خاص دنيا الإعلام



لعل هذا الأسلوب من أكثر أساليب الدعاية شيوعاً ووضوحاً، إذ تقدم لنا وسائل الإعلام وجهات نظر أصحابها الخاصة في كل شيء، كأن يحرص على تقديم المسلم في صورة رجل طويل اللحية غريب الملبس، أو في صورة امرأة تتشج بالسواد وتجلس في مقعد السيارة الخلفي، حيث يعمل تكرار هذه الصورة على الربط التلقائي لكل ما تستدعيه من توابع قد لا يصرح بها، فيغدو الإسلام مرتبطاً في ذهن الغربي بكل الصفات السلبية التي تستبطنها تلك الصورة دون البحث عما يمكن أن يخفئه المظهر الخارجي من قيم ومبادئ تقصى عمداً عن الطرح والمناقشة.

القولبة والتنميط:

لعل هذا الأسلوب من أكثر أساليب الدعاية شيوعاً ووضوحاً، إذ تقدم لنا وسائل الإعلام وجهات نظر أصحابها الخاصة في كل شيء، كأن يحرص على تقديم المسلم في صورة رجل طويل اللحية غريب الملبس، أو في صورة امرأة تتشج بالسواد وتجلس في مقعد السيارة الخلفي، حيث يعمل تكرار هذه الصورة على الربط التلقائي لكل ما تستدعيه من توابع قد لا يصرح بها، فيغدو الإسلام مرتبطاً في ذهن الغربي بكل الصفات السلبية التي تستبطنها تلك الصورة دون البحث عما يمكن أن يخفئه المظهر الخارجي من قيم ومبادئ تقصى عمداً عن الطرح والمناقشة.

أسلوب كبش الضداء:

من الأساليب التي تتبعها الدعاية لتحطيم العدو تركيز الرسالة الدعائية على شخص معين إذا لم تستطع التغلب على العدو كجماعة، مستغلة بذلك روح التعصب لدى الأفراد المستهدفين، و مستغلة الروح العدوانية التي يتكونها لعدوهم وغرائزهم الطبيعية وفي مقدمتها غريزة حب البقاء.

إن أسلوب كبش الضداء يخلط بين القضية والإنسان، وتكمن خطورة هذا الأسلوب في قدرته اللاعقلانية على احتواء الجمهور المستقبل للدعاية، حيث يصبح الإنسان المستهدف المحول إلى كبش فداء محور القضية، ويصبح أساس المسألة ومركز الدعاية وخير مثال على هذا الأسلوب، تركيز الحلفاء دعابتهم ضد هتلر أكثر من الألمان، وتوجيه أمريكا دعابتهم لفيدال كاسترو في محاربتها للمد الشيوعي في القارة الأمريكية وتركيز الغرب بصفة عامة والأمريكيين بصفة خاصة على ابن لادن في محاربتهم للعرب والمسلمين.

تسمية الأشياء بغير مسمياتها:

بما أن وسائل الإعلام تسلك اليوم بزماء الرأي العام وتعمل على توجيهه وصياغته على النحو الذي تريد، فإن ذلك يستتبع بالبداية تحكمها في المفاهيم والمصطلحات التي تتداولها وتوسع لتدويلها بين الناس، إذ تتجنب غالباً التعرض المباشر للقضايا التي ترغب في تحويلها أو تغييرها، وإنما تعمل على إعادة صياغتها بلغة جديدة تتناسب مع سياساتها وبثها بين الناس الذين يتقبلونها لا شعورياً على المدى الطويل.

وظيفة الإعلام: الأخبار، الترفيه، التثقيف ومهمات أخرى كالإيهام والتزييف... استراتيجية يستخدمها أصحابها لفرض مواقفهم

حجب الأسباب الحقيقية لحرب الخليج عن الرأي العام . ومن الأساليب التضليلية التي أتبعها الإدارة الأميركية لتبرير نقل ما يقارب النصف مليون جندي على بعد عشرات آلاف الكيلومترات من دولهم ، قامت الوسائل الإعلامية بتسوية صورة الرئيس صدام حسين وإثارة المخاوف من ازدياد قوته ومن ثم دغدغة عواطف الأمريكيين بالأمور التي يعتز بها ويحافظ عليها، ويعمل لأجلها كل أمير كبي وهي الحرية والعدالة والنظام العالمي.

ولقد نجحت وسائل الإعلام الأميركية بتعبئة الرأي العام ضد نظام الرئيس العراقي الذي وصفته بهتلر الغرب ، الشيطان الصغير والمخرب الأعظم . وكان من الواضح أن الإدارة الأميركية وبواسطة إعلامها المكثف أظهرت أن

حجب الأسباب الحقيقية لحرب الخليج عن الرأي العام . ومن الأساليب التضليلية التي أتبعها الإدارة الأميركية لتبرير نقل ما يقارب النصف مليون جندي على بعد عشرات آلاف الكيلومترات من دولهم ، قامت الوسائل الإعلامية بتسوية صورة الرئيس صدام حسين وإثارة المخاوف من ازدياد قوته ومن ثم دغدغة عواطف الأمريكيين بالأمور التي يعتز بها ويحافظ عليها، ويعمل لأجلها كل أمير كبي وهي الحرية والعدالة والنظام العالمي.



وفي دراسته الإعلام و أزمة الخطاب العولمي : قراءة نقدية في مرآة الإعلام المؤدلج ٢٠١٠ يرى تومي : إن نجاح أي دعاية وإصابة هدفها متعلق بمدى حسن توظيفها لرموز ومعان وإيحاءات الأساليب المستخدمة، فتحقيق الدعاية الإعلامية لهدفها يبقى دائماً مرهوناً بالأسلوب المستخدم وخاصة وقت الأزمات، والذي يستعمل كمنبه مثير، يمكن بموجبه خلق استجابة معينة لدى الجمهور المستهدف وقد عد الباحثون أكثر من ثلاثين أسلوباً ومن بين أهم أساليب الإعلامية التي تلجا إليها نذكر ما يلي:

أسلوب التكرار:

إن أهمية التكرار تكمن في تهيئة إدراك الفرد لتقبل الرسالة الدعائية وجعل الفرد لا يفكر إلا في الموضوع المقترح عليه بشكل متكرر و دائم، ومن ثم فإن التكرار يمكن أن يؤدي وتوظيفتين : إيصال الرسالة ، والمحافظة على ثباتها واستمرارها، فرجل الدعاية لا يمكنه مطلقاً الاستغناء عن هذا الأسلوب. تطبيقاً للنظرية القبولية التي تقول: أكذب أكذب حتى يصدقك الناس، أو حتى يعلق شيء في أذهان الناس. ومن أكبر آكاذيب الإعلام في التاريخ الكيفية التي من خلالها خدعت الولايات المتحدة وبريطانيا شعبيهما والعالم في مسألة الحرب على العراق وبشكل جوهري كيف كذبتا في موضوع التهديد الذي مثله صدام حسين بزعم امتلاكه أسلحة تدمير شامل وقد عملت وسائل الإعلام الغربية الرئيسية مثل محطات التلفزة العمومية والكبرى والخاصة لم تكن محايدة ولم تكن غير منحازة بل قامت بوظائف دعائية في تأييد فكرة الحرب.

أسلوب استغلال المشاعر:

تعتبر المشاعر حقلاً واسعاً وخصباً بالنسبة لرجل الدعاية يعبث فيه كما يشاء، ويستغله بالطريقة التي يريد، فالمشاعر كثيرة ومتنوعة، تفسح لرجل الدعاية مجالاً رحباً لاختيار أي شعور للعب على أوتاره. ومن الأساليب الهامة لهذا النوع من الدعاية أسلوب الاستعطف لاستثارة مشاعر الشفقة، وتعتبر الدعاية الإسرائيلية أحسن مثال على استخدام مثل هذا الأسلوب، فقد كانت تستخدم عبارات مؤثرة في نفوس الشعب الأمريكي مثل قولهم: أعطونا لعيش ورسم مع هذه العبارة صورة طفل صغير يريد الأكل فلا يجده، وبهذه الطريقة تمكنوا من اكتساب عطف الأمريكيين بإظهار ضعفهم واستكانتهم وتعتمد الدعاية في هذا الأسلوب على العواطف والمشاعر أكثر من اعتمادها على العقل ومناقشة الحقائق وتحليل الوقائع، وينظر رجل الدعاية إلى الجماهير نظرة يرى فيها الكثير من خصائص النساء، لأن استجابتهن تكون عاطفية أكثر مما هي عقلية ومن أهم الأساليب التي اتبعها الإعلام الغربي عامة والأميركي خاصة ، وذلك لكسب الرأي العام ، كان أسلوب التضليل الإعلامي ومن الأمثلة الكثيرة مثال

الداني يشارك في ملتقى الفجيرة الإعلامي الثاني (الثورة الاتصالية وتأثيرها على مصطلحات اللغة العربية)



وتجربة تعليم اللغة عن طريق مواقع الانترنت الإخبارية وسلطة اللغة في الانترنت : ثورة الفيس بوك أما الجلسة الثالثة فتطرق إلى : الترجمة الإعلامية : إشكاليات وتحديات والترجمة الإعلامية في مواطن الصراعات والحروب B.B.C والإعلام بصفته أداة رئيسية لحوار وصراع الحضارات والتطبيقات المعاصرة للترجمة التتابعية ومحاذير الانتفاة اللغوي وسوء الفهم المتعمد وغير المتعمد في الترجمة الإعلامية

فيما حددت الجلسة الرابعة للغة الإعلام العربي: مهارات وممارسات : تأثير الإعلام على القدرات اللغوية للنشء والثورة الاتصالية وتأثيرها على مصطلحات اللغة العربية والبرامج التلفزيونية العربية : إبداعات أم إخفاقات والبرامج التلفزيونية العربية : وجهة نظر أخرى والخطاب الإعلامي ودوره في تكريس الأخطاء الشائعة

الاهتمام المشترك، وخلق حوارات جادة للوصول إلى نتائج ايجابية تسهل معرفة ما يجري من تطورات في ميادين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات وتأثير هذا التطور على الحياة المعاصرة.

وتمحور الملتقى حول الترجمة والإعلام في عالم متغير وفيه تم مناقشة: الفضائيات العربية وأثرها في نشر اللغة العربية خارج النطاق العربي والواقع الراهن للغة العربية الفصحى في برامج الإعلام العربي وأهمية الترجمة الإعلامية في حوارات الحضارات وإشكاليات الترجمة الفورية في المؤتمرات الإعلامية واللغة واللامساواة في التبادل الإعلامي بين الشمال والجنوب وتمحورت الجلسة الثانية حول اللغة العربية والإعلام : تنمية الدوق اللغوي بين الإعلام القديم والإعلام الجديد وتأثير اللغات الأجنبية على لغة الإعلام العربي واللغة العربية في الإعلام

كتب / المحرر شارك الدكتور عبد الملك الداني - الأستاذ الزائر في كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان في ملتقى الفجيرة الإعلامي الثاني ٢٠١١م، الذي عقد الأسبوع المنصرم من ٢٩-٣٠ مارس، تحت عنوان (الترجمة واللغة العربية في وسائل الإعلام وتحديات المستقبل)، وتنظم هذا الملتقى العلمي الإعلامي سنويًا هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام بالتعاون مع شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، وشارك في الملتقى العديد من أساتذة الجامعات العربية والأجنبية، وتناولت ورقة العمل العلمية المقدمة من جهة د.الداني إلى (الثورة الاتصالية وتأثيرها على مصطلحات اللغة العربية).

وهدف الملتقى الى تاسيس تقاليد علمية لتشجيع الحوار الإعلامي بين الإعلاميين العرب والأجانب في الموضوعات ذات