



www.massira.jo

طبعة مزيدة ومنقحة

الدعاية

أساليبها ومدارسها
والحرب النفسية

الدكتورة

منال هلال مزاهرة



رقم التصنيف : 659.1
المؤلف ومن هو في حكمه : منال هلال المزاهرة
عنوان الكتاب : الدعاية اساليبها ومدارسها والحرب النفسية
رقم الإيداع : 2017/8/4421
الواصفات : الدعاية/ الحرب النفسية/ الاعلان التجاري
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2012م - 1433هـ

الطبعة الثانية 2018م - 1439هـ

طبعة مزيدة ومنقحة


**دار
المسيرة**
للنشر والتوزيع والطباعة
شركة جمال أحمد محمد حيف وإخوانه

عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

طبعة مزيدة ومنقحة

الدعاية

أساليبها ومدارسها
والحرب النفسية

الدكتورة
منال هلال مزاهرة



الفهرس

المقدمة..... 23

الباب الأول

الدعاية: تعريفاتها وعناصرها ونشأتها

الفصل الأول: تعريف الدعاية 29

تعريف الدعاية 30

التعريف اللغوي 30

التعريف القانوني 32

التعريف العام 34

التعريف الاصطلاحي للدعاية 34

التعريفات الأجنبية 35

التعريفات العربية 38

خصائص الدعاية 41

عناصر العمل الدعائي الخمسة 42

تفسير الدعاية من قبل الباحثين والمفكرين 44

الفصل الثاني: عناصر الدعاية 49

العناصر الرئيسية للدعاية 49

العمد 49

العمل على تكوين الاتجاهات وتعديلها والسيطرة عليها 50

الدعاية موجهة للجماعات 50

51	استخدام الإقناع
52	تحقيق الهدف (التأثير على السلوك)
53	المبادئ الأولية التي يجب أن يراعيها رجل الدعاية
53	العنصر الأول: مصدر الدعاية
56	العنصر الثاني: زمن الدعاية
57	العنصر الثالث: الجمهور المستهدف من الدعاية
59	العنصر الرابع: التخطيط
59	العنصر الخامس: التأثيرات المتنافسة
60	العنصر السادس: القوة والنفوذ
60	العنصر السابع: الموضوع
60	العنصر الثامن: إحداث التغيرات
62	العوامل التي أدت لظهور الدعاية كنشاط هادف ومنظم
62	التطور الكمي والنوعي في وسائل الاتصال
63	ظاهرة الرأي العام وتأثره بوسائل الإعلام
63	ظهور الأيديولوجيات الحديثة وأثرها على تعزيز دور الإعلام والدعاية
64	تطور العلوم الاجتماعية والنفسية
65	الصعوبات التي تواجه الدعاية
65	عدم الوثوق بوجود ظاهرة الدعاية
65	عدم وجود معالم واضحة وإطار محدد لظاهرة الدعاية
65	الارتباك الذي يلتف حول الدعاية
65	المشكلات التي تحيط بالدعاية وبيئة الدعاية بصفة عامة
67	الفصل الثالث: نشأة وتطور الدعاية
67	مدخل
67	العصور القديمة

67	في تاريخ مصر الفرعونية وحضارة وادي الرافدين كالسومريين والآشوريين والبابليين
68	في العصور الإغريقية
69	في العصور الرومانية
69	الدعاية في القرون الوسطى
72	الدعاية في القرن الثامن عشر
73	الدعاية في القرن التاسع عشر
73	الدعاية في الحرب العالمية الأولى (القرن العشرون)
76	الدعاية في الحرب العالمية الثانية
79	العوامل التي تؤدي إلى نجاح الدعاية

الباب الثاني

خصائص وقواعد الدعاية

83	الفصل الأول: خصائص الدعاية
83	مدخل
84	الخصائص التي تتصف بها الدعاية
84	الدعاية حقيقة موجودة
84	الدعاية تعتمد على التعليم
86	قوة الدعاية
86	قدرة الدعاية
87	الدعاية هي علم
88	دراسة الفرد من خلال المجتمع الذي يعيش فيه
88	وحدة وشمولية الدعاية
89	سيطرة الدعاية على الأدب والتاريخ

89	استمرار الدعاية ودوامها
90	تنظيم الدعاية
90	استخدام المراوغة والتأثير النفسي
91	الرقابة
93	الفصل الثاني: القواعد العامة للدعاية
93	مدخل
93	التمويه
93	التركيز
94	تحقير الخصم
95	فراصة منهجية أو أيديولوجية العدو
95	التركيز على المعلومات الدقيقة
95	تحديد نقاط ضعف العدو
96	المرونة
96	عدم المواجهة
96	العمل الجماعي
96	اصطدام الدعاية بالأحداث
97	المشاركة
97	استخدام أسلوب الاستهزاء والسخرية
97	المبادرة والسرعة

الباب الثالث

تقسيمات وأساليب الدعاية

101	الفصل الأول: تقسيمات الدعاية
101	مدخل

101 تقسيم الدعاية وفق الأسلوب
101 الدعاية الكامنة
102 الدعاية الظاهرة
102 تقسيم الدعاية وفق وظيفتها وأهدافها
102 الدعاية الهدامة
102 الدعاية الاندماجية
103 الدعاية التحريضية
104 الدعاية التسويقية
104 الدعاية العقائدية
104 تقسيم الدعاية وفق المصدر
104 الدعاية العمودية
105 الدعاية الأفقية
106 تقسيم الدعاية وفق المضمون
106 الدعاية البيضاء
107 الدعاية السوداء
108 الدعاية الرمادية
109 تقسيم الدعاية وفق الموضوع
109 الدعاية السياسية
110 الدعاية الاجتماعية
110 الدعاية الاقتصادية أو التجارية
110 تقسيمات الدعاية الأخرى
113 الفصل الثاني: أساليب الدعاية
113 مدخل
113 أسلوب التكرار والملاحقة

114	أسلوب الكذب
115	التشويه بالحذف أو الإضافة أو المبالغة
115	أسلوب الإثارة العاطفية
117	إساءة استخدام الأسماء والمصطلحات
117	التشكيك في الذات أو في الآخر
118	الارتباط الزائف
118	أسلوب عرض الحقائق
118	استخدام الصور الذهنية
119	أسلوب تحويل انتباه الجمهور
119	أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة
120	أسلوب افتعال الأزمات
120	إثارة الرعب والفوضى

الباب الرابع

الشائعات

125	الفصل الأول: تعريف الشائعات
125	مدخل
126	تعريف الشائعات
126	التعريفات اللغوية للشائعات
126	التعريف الاصطلاحي للشائعات
127	التعريفات الأجنبية
130	التعريفات العربية
132	تاريخ الشائعة
135	الفصل الثاني: ملامح وسمات وأهداف الشائعات
135	الملامح الرئيسية لمفهوم الشائعة

135 سمات الشائعات
138 أهداف نشر الشائعات
138 أهداف نفسية
138 أهداف سياسية
138 أهداف اجتماعية
139 أهداف اقتصادية
139 أهداف عسكرية
141 الفصل الثالث: تصنيف الشائعات
141 تصنيف الشائعة وفق المناخ العام الذي تخلقه
141 الشائعات البيضاء
141 الشائعات السوداء
142 شائعات الأمل أو الأمانى أو الأحلام
142 شائعات اليأس والخوف
142 شائعات الكراهية وتحويل الولاء ودق الأسافين
142 تصنيف الشائعات وفقاً لاستمراريتها وبعدها الزمني
142 الشائعة الزاحفة
143 الشائعة الحايية
143 الشائعة الصادمة
144 شائعة النار والرماد
144 شائعة الوهم
144 الشائعة العنيفة
144 الشائعة العاطفية
145 الشائعة المندفعة
145 شائعات الكراهية

145	شائعات العدوان
145	الشائعات الحاملة
146	شائعات العنصرية
146	تصنيف الشائعات وفق الأهداف
146	شائعة التفتيت
146	شائعة التمويه
146	شائعة الذكرى
147	الشائعات العفوية
147	الشائعة الهجومية
148	تصنيف الشائعة وفق العمومية
148	الشائعة الشخصية
148	الشائعة المحلية
148	الشائعة القومية
148	الشائعة الدولية
149	الفصل الرابع: النظريات المفسرة لانتشار الشائعات
149	نظرية ألبرت ويستمان
150	نظرية فستنجر
151	نظرية كارل يونج
152	نظرية روزناو
155	الفصل الخامس: دوافع نشر الشائعات وطرق مكافحتها
155	دوافع نشر وسريان الشائعات
156	أسباب انتشار الشائعات
156	الرغبات النفسية والحاجات العفوية كالأحلام والأمانى
157	الخوف والقلق

157	مشاعر الكراهية
157	الكشف عن مظاهر التوترات المتفاقمة الموجودة في داخل التجمعات
158	تهدئة التوترات الانفعالية
158	الأدلة التجريبية
159	العوامل التي تساعد على انتشار الشائعة
160	طرق مكافحة الشائعات
160	قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً
160	القضاء على الشائعات بالمعلومات
161	تكذيب الشائعة
162	أساليب مواجهة الشائعات

الباب الخامس

الحرب النفسية

167	الفصل الأول: تعريف الحرب النفسية
169	مسميات الحرب النفسية
174	العناصر الأساسية للحرب النفسية
		الفصل الثاني: الحرب النفسية خلال الحربين العالميتين والنظام العالمي الجديد
177	الحرب النفسية في الحرب العالمية الأولى
181	الحرب النفسية خلال فترة الحربين العالميتين الأولى والثانية
182	الحرب النفسية في الحرب العالمية الثانية
185	الحرب النفسية في ظل النظام العالمي الجديد
189	الفصل الثالث: أشكال وأنواع الحرب النفسية
189	أولاً: أشكال الحرب النفسية
189	الحرب الفكرية (الأيدولوجية - العقائدية)

189	الحرب الاستراتيجية الخداعية.....
189	الحرب الاستخبارية.....
190	الحرب التنظيمية.....
190	الحرب الجماهيرية.....
190	ثانياً: أنواع الحرب النفسية.....
190	الحرب النفسية الاستراتيجية.....
191	الحرب النفسية التكتيكية.....
192	الحرب النفسية التعبوية.....
193	الحرب النفسية التعزيزية.....
195	الفصل الرابع: أهداف وخصائص الحرب النفسية.....
196	أولاً: أهداف الحرب النفسية.....
196	أهداف سياسية.....
197	أهداف عسكرية.....
198	إضعاف المعنويات.....
199	ثانياً: خصائص الحرب النفسية.....
203	الفصل الخامس: الأساليب المستخدمة في الحرب النفسية.....
203	أسلوب التهديد بالقوة.....
204	أسلوب فرق تسد.....
205	أسلوب الترويع وإثارة الرعب.....
206	أسلوب الضغط الدبلوماسي والاقتصادي.....
207	أسلوب التفريق وإثارة السخط.....
208	أسلوب تحطيم الثقة.....
208	إخفاء الحقائق.....
209	استخدام وسائل الإعلام المتاحة.....

210	استغلال العاطفة الدينية.....
211	أسلوب تشويه الصورة الذهنية.....
212	التضليل والتعتيم الإعلامي.....
215	الفصل السادس: المبادئ العامة للحرب النفسية
215	مبادئ الحرب النفسية.....
	الاعتبارات التي أدت إلى استخدام الحرب النفسية كسلاح من أفضل الأسلحة
219	المؤثرة.....
223	الفصل السابع: أدوات الحرب النفسية
224	أدوات الحرب النفسية.....
224	أولاً: الحرب المعلوماتية.....
226	الحرب المعلوماتية الهجومية.....
227	الحرب المعلوماتية الدفاعية.....
229	ثانياً: الشائعات.....
230	تعريف الشائعة.....
230	أهداف الشائعات خلال الحرب النفسية.....
232	الأساليب التي تستخدم فيها الشائعات في الحرب النفسية.....
233	ثالثاً: غسيل الدماغ.....
234	تعريف مصطلح غسيل الدماغ.....
234	ما هو غسيل الدماغ.....
238	غسيل الدماغ في التاريخ.....
240	أسباب استخدام غسيل الدماغ.....
241	أهمية غسيل الدماغ.....
241	خصائص ومقومات عملية غسيل الدماغ.....
242	مراحل تطور غسيل الدماغ.....

242	أنواع غسيل الدماغ
243	الأساليب المستخدمة في غسيل الدماغ.....
244	مراحل غسيل الدماغ
427	آلية عمل غسيل الدماغ
248	غسيل الدماغ الجماهيري
248	ما هو غسيل الدماغ الجماهيري
249	تخطيط الحرب النفسية
250	مقومات التخطيط للحرب النفسية.....
250	مقومات نجاح التخطيط للحرب النفسية
252	مراحل التخطيط للحروب النفسية.....
257	الفصل الثامن: الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحرب النفسية.....
257	وسائل التأثير النفسية.....
258	أولاً: الاختراق الإعلامي
259	أساليب الاختراق الإعلامي
259	أهداف الاختراق الإعلامي
262	ثانياً: وسائل الإعلام المستخدمة في الحرب النفسية.....
262	الوسائل المطبوعة والمقروءة
264	الوسائل السمعية
270	الوسائل المرئية
275	الفصل التاسع: الوقاية من الحرب النفسية
276	المبادئ التي يجب مراعاتها بعد نتائج الحرب النفسية
279	دور التوجيه المعنوي في مقاومة الحرب النفسية
280	تنمية الاتجاهات النفسية الصحيحة لدى الأفراد
280	غرس عقيدة القتال

281متطلبات التحصين ضد الحرب النفسية.....

الباب السادس

المدارس الدعائية العالمية

287 الفصل الأول: الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى والثانية

287 مدخل

288 ظروف الحرب الدعائية بين الدول المتحاربة قبل وبداية الحرب العالمية الأولى

294 الوسائل الدعائية التي استخدمتها الدول المتحاربة خلال الحرب العالمية الأولى ...

295 التأثير على الصحف في الدول الأخرى

296 المنشورات

298 الراديو التلغرافي

299 إرسال الخطابات للمواطنين الألمان

299 العملاء السريون

299 المضمون الدعائي الذي قدمه الحلفاء خلال الحرب العالمية الأولى

301 النشاط الدعائي بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى وحتى بداية الحرب العالمية الثانية

306 أساليب الدعاية خلال الحرب العالمية الثانية

313 النتائج السياسية للحرب العالمية الثانية

317 الفصل الثاني: الدعاية البريطانية

317 مدخل

318 النشاط الدعائي البريطاني خلال الحرب العالمية الأولى

324 الدعاية البريطانية الموجهة للخارج

328 الدعاية البريطانية خلال الحرب العالمية الثانية

328 أهداف الخدمات الدعائية البريطانية

329 الدعاية البريطانية الإذاعية

331	الوسائل الدعائية التي استخدمها الإنجليز خلال الحرب العالمية الثانية.....
331	أولاً: الوسائل التكتيكية.....
332	ثانياً: الوسائل الإستراتيجية.....
332	الراديو.....
336	الإذاعات السرية البريطانية أو الراديو "الأسود".....
338	الدعاية البريطانية الموجهة عبر الإذاعة.....
339	أولاً: الإذاعة الموجهة إلى العدو.....
344	ثانياً: الدعاية البريطانية الموجهة إلى الأصدقاء في الدول المحتلة.....
346	ثالثاً: الدعاية البريطانية الموجهة إلى شعوب الدول المناصرة للأعداء.....
347	المبادئ التي حكمت العمل الدعائي البريطاني في الحرب العالمية الثانية.....
351	الفصل الثالث: الدعاية النازية.....
351	مدخل.....
352	مفهوم النازية.....
353	طفولة ونشأة هتلر.....
359	نشأة وتطور الحركة النازية.....
362	إعلان هتلر الثورة الوطنية.....
363	المبادئ التي اعتمدت عليها الحركة النازية.....
364	تنظيم جهاز الدعاية النازي.....
365	المبادئ الأساسية التي حكمت الدعاية النازية.....
369	الأسس التي ركزت عليها الدعاية الهتلرية.....
373	الأساليب التي اتبعتها الدعاية النازية.....
387	العوامل التي أدت إلى نجاح الدعاية النازية في المراحل الأولى للصراع.....
389	الدعاية النازية الموجهة للخارج.....

394	المبادئ التي اعتمدها ألمانيا في دعايتها ضد الحلفاء
395	الدعاية النازية في منطقة الشرق الأوسط
397	الفصل الرابع: الدعاية الصهيونية
397	مدخل
398	نشأة وتطور الحركة الصهيونية
398	مفهوم الحركة الصهيونية
402	مراحل تطور الحركة الصهيونية
403	المرحلة الأولى (1897 - 1917)
405	المرحلة الثانية (1917 - 1948)
405	المرحلة الثالثة (1948 - 1956)
406	المرحلة الرابعة (1956 - 1967)
406	دور الدعاية الصهيونية في تأسيس الدولة اليهودية
408	مراحل تطور الدعاية الصهيونية
409	الأسس الإيديولوجية للدعاية الصهيونية
411	أهمية العمل الدعائي للحركة الصهيونية
412	أساليب الدعاية الصهيونية
414	الأساليب الدعائية التي اتبعتها الحركة الصهيونية
419	أهداف الدعاية الصهيونية
420	أدوات الدعاية الصهيونية
420	أجهزة الإعلام الجماهيري
423	وسائل وقنوات الاتصال المباشر
424	الجاليات اليهودية
425	المنظمات غير الحكومية

426	خصائص الدعاية الصهيونية
426	المركزية
427	التركيز
427	التخصص
427	التوقيت
428	المصداقية
428	المرونة
428	الهجوم
428	التكامل
428	التعامل النفسي في إطار الحركة الصهيونية
430	أسباب نجاح الدعاية الصهيونية
433	الفصل الخامس: الدعاية الإسرائيلية
433	مدخل
434	التمييز بين اليهودية والصهيونية وإسرائيل
434	تطور الدعاية الإسرائيلية
435	أصول الدعاية الإسرائيلية
435	مراحل تطور الدعاية الإسرائيلية
439	تنظيم الدعاية والإعلام الإسرائيلي
440	الدعاية الإسرائيلية الخارجية
441	السياسة المتبعة في الدعاية الإسرائيلية
442	عناصر المنطق الدعائي الإسرائيلي
445	الفصل السادس: الدعاية الفاشية
445	مدخل: تطور الفكر الإيطالي نحو الفاشية
446	مفهوم الفاشية

448 حياة موسولوني
450 تأسيس الحزب الفاشي
452 دخول موسوليني إلى البرلمان والسلطة
453 هيكلية الدولة التي أرادها موسوليني
454 نظام الحكم الأمثل عند موسوليني
455 تسلم موسوليني الحكم
458 سمات الفكر الفاشي
459 الأساليب الدعائية التي اتبعها موسوليني مع الشعب الإيطالي
461 سياسة موسوليني الداخلية
462 دعاية الفاشية الخارجية
466 نهاية موسوليني والحزب الفاشي
469 الفصل السابع: الدعاية الشيوعية
469 نشأة وتطور الدعاية الشيوعية
474 أهداف الدعاية الشيوعية
476 الأساليب الدعائية التي اتبعها الشيوعيون
480 الأسس التي قامت عليها الدعاية الشيوعية
480 تقسيمات المجتمع التي وضعها لينين
480 المنظمون
481 مثيرو القلاقل
483 رجال الدعاية
485 الثقافة والتعليم الشيوعي
486 الأساليب التي اتبعها الشيوعيون في الثقافة والتعليم
487 الوسائل الدعائية التي استخدمها الشيوعيون خلال الحرب العالمية الثانية
491 الدعاية السوفيتية الموجهة للدول الغربية

492	الدعاية السوفيتية الموجهة لدول العالم الثالث
495	الدعاية السوفيتية الموجهة للشرق الأوسط
495	فشل الشيوعية
497	الفصل الثامن: الدعاية الأمريكية
497	المؤسسات الدعائية الأمريكية خلال الحرب العالمية الأولى
500	النشاط الدعائي للولايات المتحدة خلال الحرب العالمية الثانية
504	الدعاية الأمريكية الإذاعية
505	مراحل الدعاية الأمريكية الإذاعية
507	الخدمات الإذاعية الأمريكية
507	المحطات الإذاعية الرسمية
510	المحطات الإذاعية غير الرسمية
512	الإذاعات الدولية الخارجية الأمريكية
512	لجنة أوروبا الحرة وإذاعتها صوت أوروبا الحرة
514	لجنة آسيا وإذاعتها صوت آسيا الحرة
514	اللجنة الأمريكية للتحرر من البلشفية التي تديع عن طريق راديو الحرية
515	تطور الدعاية الأمريكية المرئية
517	الفصل التاسع: الدعاية اليابانية
517	مدخل
517	المؤسسات الدعائية اليابانية
518	الوسائل الدعائية التي استخدمها اليابانيون
518	الأساليب الدعائية اليابانية الداخلية
520	الأساليب الدعائية الخارجية التي اتبعها اليابانيون
524	الدعاية اليابانية بعد الحرب العالمية الثانية
528	المشكلات التي واجهتها الدعاية اليابانية
529	المراجع