



www.massira.jo

الدعاية وحروب الإعلام

PROPAGANDA & MEDIA WARS

الدكتور
محمد صاحب سلطان



رقم التصنيف : 327.14

المؤلف ومن هو في حكمه : محمد صاحب سلطان

عنوان الكتاب : الدعاية وحروب الإعلام

رقم الإيداع : 2013/6/1951

المواصفات : الدعاية/ الحرب النفسية/ الاعلام العام

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 2014م - 1435هـ



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

www.massira.jo

الدعاية وحروب الإعلام

PROPAGANDA & MEDIA WARS

الدكتور
محمد صاحب سلطان



الفهرس

المقدمة 23

الفصل الأول

الاتصال والإقناع في وسائل الإعلام

الأهمية 29
نسق اجتماعي ميدانه الحياة 31
البنائية الوظيفية ودراسة الإعلام 32
الأهداف الإرشادية للقيم 33
الإعلام وراء تشكيل الوعي 33
أهمية الاتصال للإنسان 34
الإثارة الإعلامية والعمليات الدعائية 34
الإقناع في وسائل الإعلام 36
ظاهرة تأثير الإعلام 37
الاختراع والانتشار والنتيجة 37
القدرة على زرع الأفكار والقيم 38

الفصل الثاني

التأثيرات الإعلامية لقلب المفاهيم والميول

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام 41
مفهوم النظرية 42
افتراضات النظرية 44

45	ركائز النظرية
46	حدود النظرية وتداخلها مع النظريات الأخرى
46	تأثير وسائل الإعلام في الجمهور نتيجة الاعتماد عليها
46	أولاً: الآثار المعرفية
46	كشف الغموض
47	تكوين الاتجاه
47	ترتيب الأولويات
47	اتساع الاهتمامات
47	ثانياً: الآثار الوجدانية
47	الفتور العاطفي
47	الخوف والقلق
47	الدعم المعنوي
47	ثالثاً: الآثار السلوكية
47	التنشيط
47	الخمول
49	نظرية الاستخدامات والإشباع
49	مفهوم النظرية
50	جذور النظرية
51	فروض النظرية
53	افتراض الجمهور النشط
55	الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام
57	دوافع الجمهور، وحاجاته من وسائل الإعلام
58	الثقافة وراء اختلاف الدوافع
59	الحاجات التي تولدها العوامل النفسية والاجتماعية
60	توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

الفهرس

60	توقع الإشباعات من وسائل الإعلام
61	إشباعات وسائل الإعلام
62	ما يحتاج إليه الجمهور
63	أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
64	إشباع المحتوى
65	إشباعات الاتصال

الفصل الثالث

الدعاية الإعلامية واتجاهاتها

70	الدعاية سلب وإيجاب
70	الدعاية حاجة لا فروض
71	الدعاية قضية إعلامية دولية
72	الدعاية لسان حال
73	الدعاية والمصادقية

الفصل الرابع

أسس الدعاية السياسية

77	توطئة
80	جذور الدعاية
80	مفهومها
81	نبذة تاريخية عن الدعاية السياسية
81	أسس الدعاية السياسية
82	شروط وقواعد الدعاية السياسية
82	خصائص الدعاية السياسية
82	ماذا تفعل بالضحية؟

الفهرس

83	مواصفات الدعاية السياسية
83	الدعاية والنظام السياسي
84	مقاومة الدعاية المضادة
84	التسميم السياسي
85	وسائل الدعاية السياسية
85	أسس الدعاية الشيوعية
85	الدعاية النازية
86	الدعاية الصهيونية
87	مقومات الدعاية الإسرائيلية
88	الحرب النفسية في الدعاية
89	عناصر الدعاية
90	الخاتمة

الفصل الخامس

الدعاية السياسية وآليات العمل

95	نبذة تاريخية
97	أنواع الدعاية السياسية
97	أولاً: دعاية الاستقطاب
97	ثانياً: الدعاية الاحتجاجية
98	ثالثاً: الدعاية الإدماجية
98	كيف تؤثر الدعاية السياسية
98	الفوز بثقة السامعين
99	البساطة والتكرار
99	استخدام الشعارات

الفهرس

99	الإخفاء وقلب الحقائق
100	من يستخدم الدعاية السياسية
100	الحكومات
100	المنظمات
100	رجال الأعمال
101	قواعد الدعاية السياسية
101	قاعدة التبسيط والعدو الأوحـد
101	قاعدة التضخيم والتشويه
102	قاعدة التوجيه والإشراف
102	قاعدة التحويل
102	قاعدة الـاجماع

الفصل السادس

الدعاية وخطة الدعاية المضادة

105	أول ظهور علني لمصطلح الدعاية
106	أهداف الدعاية
107	ماهية الدعاية
107	خطاب الدعاية
107	حسن استخدام الدعاية
108	عوامل وأساليب نجاح الدعاية
110	خطة الدعاية المضادة

الفصل السابع

الحياة بـعيون تـلفازية

113	الصورة التلفازية وانعكاساتها
-----	------------------------------

الفهرس

114	الواقع التلفازي المصنوع
114	مصادقية النقل المباشر
115	مسرحة الأحداث
115	تصوير الخيال على أنه واقع
117	دعاية أم إعلام

الفصل الثامن

الدعاية الصهيونية والإعلام الإسرائيلي

121	مقدمة
122	دعاية أم غسيل دماغ؟
123	مصادر الدعاية الصهيونية
123	التوراة وما يرتبط بالدعاية اليهودية من معتقدات ومبادئ
123	فلسفة نيتشه وآراء المفكرين العنصريين
123	الأفكار الاشتراكية الديماغوجية
124	الآراء الفلسفية للصهيونية الثقافية
125	أساليب الدعاية الصهيونية
125	المحاضرات
125	الصحافة
127	الكتب
127	الراديو والتلفزيون
127	السينما
128	المعارض والمتاحف
128	الهدايا
128	المؤتمرات الدولية

الفهرس

الطلاب	128
النشاط الثقافي الصفي في إسرائيل	129
الشخصيات الغربية	129
جمعيات الصداقة الإسرائيلية – الأجنبية	129
الخبراء الإسرائيليون	129
السياحة	130
الجمعيات الصهيونية	130

الفصل التاسع

تخطيط وفلسفة الدعاية الصهيونية

فلسفة الدعاية الصهيونية	133
قواعد وحدود الدعاية الصهيونية	134
مرتكزات الدعاية الصهيونية	140
أولاً: المرتكزات التاريخية – الدينية	140
ثانياً: المرتكزات السياسية	140
ثالثاً: المرتكزات الاقتصادية	141
أهمية العمل الدعائي للحركة الصهيونية	141
أبرز الجوانب التي تعرض لها الإعلام الدعائي الصهيوني	142
خلود العداء للسامية	142
العلاقة المقدسة بين اليهود والتوراة	143
تغيير صورة اليهود في العالم	143
تخطيط الدعاية الصهيونية	145
خصائص تخطيط الدعاية الصهيونية	149
مجالات التخطيط في الدعاية الصهيونية	150

تنظيم الدعاية والإعلام الإسرائيلي 152

الفصل العاشر

مراحل الدعاية المرافقة للمشروع الصهيوني

المراحل 159

المرحلة الأولى: إصدار الوعد 159

المرحلة الثانية: التآزر بين الانتداب والحركة الصهيونية 159

المرحلة الثالثة: مرحلة الهدنة 160

المرحلة الرابعة: مرحلة العدوان عام 1967 160

المرحلة الخامسة: مرحلة حرب تشرين 1973 160

المرحلة السادسة: مرحلة تولي شارون مقاليد الحكم 160

الأسس الأيدلوجية للدعاية الصهيونية 161

أهداف الصهيونية 161

تخطيط الدعاية الصهيونية 162

خصائص الدعاية الصهيونية 162

أدوات الدعاية الصهيونية 162

نماذج من الأساليب الدعائية الصهيونية 163

الأساليب الحديثة للدعاية 165

قصة سارة وقصة لوط 165

استغلال فرويد 166

اختيار أحسن ما في الدعايات 167

الأساليب الصهيونية للدعاية 167

الأسلوب الاستعطافي في الإعلام الصهيوني 167

أسلوب التكرار والخرافات الصهيونية 168

الفهرس

169	أساليب الابتزاز والتهديد بالدعاية الصهيونية
170	الترويج للديمقراطية الإسرائيلية
171	أمريكا وراء دعم الدعاية الصهيونية

الفصل الحادي عشر

سمات الإعلام الإسرائيلي الموجه

176	السلام بالمفهوم الإسرائيلي
177	ظاهرة تسييس الدين
178	الجمود في واقع متحرك
179	الدعاية ودبلوماسية الجوقة
180	دبلوماسية الجوقة
180	أساسيات الدعاية الصهيونية
182	نجاح الدعاية الصهيونية

الفصل الثاني عشر

الملامح الدعائية للسينما الصهيونية

185	المقدمة
185	صناعة السينما الإسرائيلية
186	أسباب تأخر الإنتاج السينمائي
187	المؤسسات السينمائية الإسرائيلية الحكومية
187	أولاً: مركز الفلم الإسرائيلي
188	ثانياً: الخدمات الحكومية للسينما
188	ثالثاً: مصدر الفلم الإسرائيلي
189	رابعاً: أرشيف الفلم الإسرائيلي
189	خامساً: التمويل الشعبي

الفهرس

189	الجوائز الحكومية للسينما الإسرائيلية
189	الرقابة على السينما
190	المؤسسات السينمائية الشعبية
190	المهرجانات السينمائية الدولية
191	النموذج الدعائي لأول فلم صهيوني
191	الدعاية الموجهة
192	التشابه بين النازية والصهيونية
192	الأفلام الصهيونية التسجيلية
193	تزييف التاريخ الحقيقي
194	المقاومون.. قطاعو طرق!
195	العرب ومواجهة النشاط الدعائي الصهيوني
196	القدس في السينما العربية
196	الأفلام التسجيلية
198	السينما الفلسطينية مطلع الألفية الثالثة
200	الأفلام الروائية العربية
200	الثنائية المتعارضة: الزواج والاحتلال
201	حكاية عارض أفلام سينمائية
202	رمز الإصرار الفلسطيني على العيش

الفصل الثالث عشر

الدعاية الصهيونية والانتفاضة

205	المقدمة
206	"حقل الأشواك" لم يكن جاهزاً
207	الإعلام الإلكتروني يؤلب الرأي العام

الفهرس

208	الدرة... قتل بأيدي فلسطينية!
209	المدنيون والقتل المستهدف
210	تبرير الإبادة والقتل والقمع
210	الإرهاب خيار استراتيجي
211	الصهاينة يستغلون أحداث 11 أيلول 2001م
212	المنازل ورشات لتصنيع القذائف
213	تقديم الفلسطينيين في حالة شقاق
214	قبل أن يستفيق العرب
214	التقدم في ميدان الدعاية والحرب النفسية
214	آليات الخطاب الدعائي الإعلامي في الحرب على غزة
214	المقدمة
215	الأعياب الحرب النفسية
215	تمهيد دعائي للعدوان
216	كراس إلزامي لجميع المتحدثين الصهاينة
217	الإعلام الأمريكي يخصص أقل من 2٪ لتغطية العدوان
217	عاجل.. العنوان الرئيس للإعلام العربي
218	الإعلام الفلسطيني والشخصنة
218	الإعلام المصري
219	معايير التغطية وتباين الأسلوب
219	اختلاف لغة الخطاب الموجه

الفصل الرابع عشر

الدعاية الإيرانية

223	المقدمة
223	حقائق لا بد من ذكرها
224	عناصر الدعاية الإيرانية الموجهة للوطن العربي
225	قواعد وأسس الدعاية الإيرانية
226	الأساليب الدعاية الإيرانية الموجهة إلى العرب
226	شخصنة العداء
226	توحيد الخصوم
226	استخدام المسميات الدلالية
227	المبالغة
227	تحويل الانتباه
227	التجاهل المتعمد
228	انتقاء الوقائع
228	اللجوء إلى التحريف والتشويه والاختلاق
228	خلق حالة اليأس والخوف لدى الخصوم
229	التفرقة الطائفية
229	التبرير
229	نماذج من آليات الدعاية الإيرانية
230	الجهود في الغرب
230	الإعلام
231	الاستمالة
232	دور الوصاية الواسعة

الفصل الخامس عشر

عولمة الدعاية الأمريكية

235	المقدمة
236	حضارة الموجة الثالثة
236	التحكم في آليات التفكير والتحليل
238	حقبة التحول العميق للرأسمالية
239	الانفراد في السيطرة على العالم
240	الإعلام بيد الشركات الكبرى
242	ولادة مزدوجة للمنظمة العالمية
242	نظام إعلامي أمريكي متفرد

الفصل السادس عشر

أدوات الدعاية الأمريكية الموجهة إلى العرب

247	المقدمة
247	إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية
249	التلفزيون
251	السينما الأمريكية
252	وكالات الأنباء الأمريكية
253	الأدوات الثقافية
254	الفلسفة الثقافية الأمريكية
255	النشاط الدعائي الأمريكي تجاه العراق واحتلاله
255	البعد الدبلوماسي
256	العمل بالخفاء
256	البعد الإعلامي

الفهرس

256	أكذوبة الحرية الإعلامية
257	ملخص الجهد الإعلامي واتجاهاته
257	مرحلة ما قبل الاحتلال
258	التعامل الإعلامي إبان الاحتلال
259	مرحلة ما بعد الاحتلال

الفصل السابع عشر

آليات الدعاية الأمريكية في احتلال العراق

263	منظومة إعلامية محترفة للدعاية
264	العراق هدف الأجندة الأمريكية
264	دور السفارة في تطوير الجهد الدعائي
265	مؤتمرات أسبوعية للمتحدث الرسمي
266	الاتصال المواجهي في العمل الدعائي
267	فيالق الدعاية الممهدة لغزو العراق
268	هجوم دعائي بجوقات سياسية
268	أسلوب الإثارة واللف والدوران
269	إشاعة اليأس
269	الصدمة والترهيب
270	الحرب الإعلامية الأمريكية على العراق
271	منظومة الدعاية الأمريكية
272	الدوائر السياسية والمخابراتية
272	جماعات الضغط المؤثرة في صنع القرار
274	مكاتب العلاقات العامة
274	مراكز دراسات ومفاتيح الفكر

الفهرس

275	وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة
276	طواير العمليات النفسية
278	الانترنت وحرب المواقع الإلكترونية
279	حرب الأيدلوجيات
282	حقائق وأرقام
285	المراسم السرية لجنازات القتلى في العراق
286	صناعة السياسة الهدامة

الفصل الثامن عشر

حرب الخداع الإعلامية

291	المقدمة
291	تغطيات مدبلجة
292	التضليل والحرب الإعلامية
292	إستراتيجية التخويف
293	كيف جرت التغطية الإعلامية أثناء الحرب؟
294	تحويل الحرب إلى لعبة فيديو
295	الاستعانة بمحترفي العلاقات العامة
295	اختفاء الحدود بين الإعلام والدعاية

الفصل التاسع عشر

فضائيات وفوضى إعلامية عارمة!

299	حل وزارة الإعلام العراقية
300	الفراغ الإعلامي
301	غياب القانون
301	الترويع السياسي

الفهرس

302	استجلاب التمويل
302	الكفاءات الإعلامية المعطلة
303	الإقبال الجماهيري
303	الأحداث الساخنة
304	التغطية المضادة
304	تعزيد الاحتلال
304	السلح الأقوى في المعركة
305	شركة (بنادور) للعلاقات العامة
306	المبادئ الخمسة للحرب الدعائية
306	أولاً: إخفاء الحقائق التاريخية
306	ثانياً: إخفاء المطامع
307	ثالثاً: تشويه صورة الخصم
307	رابعاً: خداع الشعوب
307	خامساً: فرض الخطاب الإعلامي الواحد
307	الاحتلال وراء تفريخ الإعلام الطائفي
308	دعم الاحتلال
308	الدعم الخارجي
308	النهج المعتمد
309	التخندق الطائفي
309	أحداث الشارع
309	نسبة المشاهدة
309	قناة العراقية... أنموذجاً
311	مخطط استهداف الصحفيين العراقيين
312	من المسؤول عن كل هذا؟

الفهرس

الغموض يلف العمليات الإجرامية	313
انتهاكات صارخة	314
كيف زرع العراقيون الرعب بأمريكا؟	314
شهادات أجنبية	315
التجربة في العراق لا تصدق	316
قصة الجحيم العراقي	317
تأثير سلمي كبير على مشاريع أمريكا	317
مقالات تستغيث	318
مصدر رعب حقيقي	319

الفصل العشرون

تشويه صورة الإسلام ورموزه

السيطرة الأمريكية الصهيونية على وسائل الإعلام	323
صدام الحضارات	324
الصهاينة يجرضون الغرب	324
نماذج من الدعاية المسيئة للعرب والمسلمين	325
من دون أخلاق وعنيفون	326
صور ورسوم تسيء للرسول محمد ﷺ	326
دوافع الإساءة وفق معطيات علم النفس السلوكي الحديث	328
إسقاط نظرية صراع الحضارات	332
تطبيقات حرية الإعلام وحقوق الإنسان	335
الإعلام ... حرية شخصية وجماعية	337
مفاهيم حرية الإعلام عربيا	337
أسس المواجهة المطلوبة	342

الفهرس

343	الامبريالية الالكترونية والغزو المنظم
346	ادوار فعالة ولكن؟
351	المصادر والمراجع