

الدعاية

أسباب نجاحها



عُدَّت الدعاية عدلاً . ولكن ليس علماً بالمعنى الدقيق للعلم ، أعني يمكن تطبيق قواعده ثابتة وقوانين راسخة على ما يعمل من دعايات يقوم بها الأفراد أو الجماعات ، لأن مجال الدعاية مترامي الأطراف متنوع الفروع وطرقها غامضة غير مبيدة ومساكنها شائكة وعرة . فميدان الدعاية ومجال نشاطها يتصل بالعقول مؤثرة في الحوادث ، ومتأثرة بها . والعقول والحوادث عنصران يتخضعان لمراميل متغيرة متقلبة ، أبعدا ما تكون عن صفات الثبات والاستقرار . ثم إن الداعية يخدم مبادئ ثابتة يضمها نصب عينيه ، ولكنها في نفس الوقت مطاطة فضفاضة . ويتوقف مقدار نجاحها على مدى تمسك هذه المبادئ ، إزاء ما يلاقي من مشاكل أو ما يواجهه من عقبات ، أو أهالة أمر هذه الأسس وتلك المبادئ .

وقد فطن القائلون بأمر الدعاية إلى ميدانها الواسع الصحيح وعرفوا أن هنالك طريقة مباشرة آلية تعمل على سحق المعارضة جهراً وعلانية ، وأخرى غير مباشرة وهي وسيلة دقيقة حذرة عاقلة ، توحي بالآراء التي ترى فيها في قلوب الناس في كياسة ولباقة ، فلا ينفن إلى ما يتسرب إلى أذهانهم من آراء طرفية ومعتقدات جديدة . ويستقر في روعهم أنهم قد وصلوا إلى ما وصلوا إليه من آراء وعقائد بمحض قوة ملاحظتهم ، ودقة استنتاجهم ، ولكل من هاتين الوسيلتين — المباشرة وغير المباشرة — فيجته وأثره في المحيط الذي خلقت له ، ولكن الداعية الذي يعتمد على الطريقة غير المباشرة ، أمامه مجال أوسع وأفتح لدى نشاطه وهمته . والداعية لكي تكون له القدرة على إملاء رأي من الآراء على جمهوره ، يجب أن يستند إلى هيئة سياسية منظمة تشد من أثره وتكون له عوناً ، كما يجب أن تكون له شخصيته القوية البارزة في جماعته ، المسيطرة سيطرة مباشرة على أولئك الذين يرد التأثير فيهم ، فإذا تشعبت الأغراض وتفرقت الأهداف حيث يجب أن تقتفي وتتصل بعضها ببعض ، فإن الأجراء هو الوسيلة التي يجب اتباعها وهي وسيلة لها أهميتها وميزتها ، إذ هي كهيئة باكتساب أمتاع أشد اقتناعاً وأقوى ثقة بما يؤمنون . والتقول المأثور : الرجل الذي تقتنع قسراً ، ضد إرادته ، يبقى على رأيه القديم ، قالاً ما يتردد وقعه على أذني الداعية فيحيره في أمره ، بينما تجد أنه عندما يلجأ إلى الأجراء تثبت الغرور الكاذب والخيلاء الباطلة

في أذهان أولئك الذين اعتنقوا الذهب الجديد ، إذ أنهم يؤمنون إيماناً صادقاً أنهم قد وصلوا إلى ما وصلوا إليه من آراء ومعتقدات عن طريق العقل ، أحراراً مستقلين ، لم ترهم قوة أو يخضعهم سلطان ، ولذا يكون من الصعب تحويلهم ، إذ يجب عليهم في هذه الحال الاعتراف بما وقعوا فيه من أخطاء وبخاصة أن ليس هناك غيرهم يلتقون عليه تبعة هذه الأخطاء ، ولذا فهم يميلون إلى مقاومة كل حجج تتعارض ومبطلهم ، حتى ولو كانوا في دخلهم يصرحون بأن طاقتها ووجاهتها .

ولأجل أن يضي الدعاية صفة البساطة والسهولة على ما يدعو إليه من مقعد الأمور ، وضعت سبعة أسس سميت أسرار نجاح الدعاية السبعة . والدعاية التي يطبقها في حملته المستمرة يتيح لنفسه فرصاً لتفوز ، ولكن هذا التحديد يؤكد لنا بأن الدعاية كثيراً ما يكون تحت رحمة المصادفات . ولا أهمية لمهارة الدعاية أو مناصرة أو حسن اعداد خطط الدعاية ، وإنما النجاح موكول للظروف ، إذ أن الدعاية معرض في كل وقت بطوار المزائم المتكررة بسبب التغيرات الاتجاهية في مجرى الأمور والتي ليس له عليها من سلطان ، لأن المواقف وتذبذبها والأمواء وتأرجحها من أكثر المشاكل تحميراً لا تقبل إزاء القضايا العامة لأن الحرارة التي تبعث الحياة في حركة من الحركات تخبر بغير مسبب ظاهر . والدافع إليها يضعف دون مرور ملحوظ . فأن معبودات جبل من الأجيال تحت رحمة عظمي الأمتام في الجيل التالي ، فإذا ما أخذ الدعاية التكرير الشخصي للجمهور من المجتمعات أو جماعة من الجماعات على أنه ثابت لا يتغير ، فقد ارتكب أغشى الأخطاء وأنكرها ، فيجب عليه أن يكون دائماً على حذر وأن يعد سياسته بحيث تنفق ونفسية الجماهير . والتواء الدعاية الآتية لما أثرها التفاعل وهي دستور الدعاية .

سر نسيان الجمهور

١ - التكرار هو السر الأول من أسرار نجاح الدعاية : ومن سرعة نسيان الجماهير ما نراه منها في حادث من الأحداث يلعب حفة في وسط الظلمات وينفذ برأناً إلى السطور الأولى في الصحافة ، ثم سرعان ما يخبر ذروته وتراجيح لمواد الواحدة أثر الأخرى قبل أن يجد الجمهور مسحة من الوقت ليتعرف أهمية هذه أو خطورة تلك ، ولكن يطوي النسيان هذه وتلك معاً وفي سرعة فائقة . ففي قضية قتل ، مثلاً ، يتم فيها طلع زراعي أمي مجهول مغمور ، تتداولها أسنة آلاف مؤلفة بالذكر والتبريد . ولكن سرعان ما ينسى هؤلاء كل ما يتعلق بالقتل والقتال ، ولا يمدون يدك كرون حتى اسمه في مدى شهر قصير . ثم لنذهب إلى الطرف المقابل لذلك . سياسي يأتي حثماً تتغطاه أملاك البرق في مختلف

مناحي العالم وتتداوله الأقلام والأقوال بالثقة والتعليق في الصحف ومن أعنى أعراف المناير، كما تشغل ذهن رجل الشارع فيناقشها مستحسناً أو مستهجنًا لها، ولكن سرعان ما يسدل غيها وعلى ما أثارته من ضجة حثار النسيان، فكم منا يذكرون، إذا سئلوا، تصرخ سير سموريل هور المشهور الذي ألقاه في جمعية عصبة الأمم عام ١٩٣٥ مما بدلت بريطانيا من جهود ليكف موصوليني عن نشاطه في الحبشة، بأن عرضت عليه عرضاً جديداً بشأن إعادة النظر في مشكلة الموائد الختام.

وفي ضعف ذاكرة الجماهير والجماعات يقوم نجاح الدعاية وانتصارها المميز أو يكن فيها فشلها التدرج. فذلك الضعف يساعد الداعية على أن يغير مسلكه دون أن تلتفت إليه الأنظار، وفي نفس الوقت تلتقي على كاهله ولجبات وتحم عليه التزامات. فيجب أن يكرر ويعيد دون أن يمل. ويجب على الداعية أن يتف إزاء ما يقع من الأحداث في كل يوم متحفواً للعمل دائماً لا يفتقر ولا يلين، فإذا كان عمله مقصوداً على أن يبعث برسائله وتقريراته إلى رجال خاضعين للدولة ونظمها الاجتماعية والسياسية في كل ما يعملون، كان عمل الداعية في هذه الحال سهلاً يسيراً بالتعبس إلى غيره.

ولكن إذا كان الداعية يعمل دون أن تظاهرة قوة رسمية، بل وربما كان يعمل معارضاً للميثة الحاكمة أو معارفاً للنظام الاجتماعي القائم، وجب عليه أن يكون ملماً بما تعقد من الأمور أو تصب وتشابهت منها، بأن يمرض الموضوع الواحد في صور لا عدد لها ولا حصر مختلفة الأوضاع متمدة الألوان، لأن التكرار يورث الملل والسأم إذا لم يصطبغ في كل مرة بصفة الجديدة، ويتعد الجمهور عن الاهتمام بما يدور حوله من مناقشات. ولكن الداعية إذا تبار وأكتسب إلى جانبه أعضاء جدد يصحبون اتجاهه ويأخذون برأيه ويؤيدون دعواته، فإنه لا يلبث أن يظفر بتأييد بعض طبقات العامة، وفي الوقت المناسب تصبح الدعوة التي ينشرها وآراؤه التي يبشر بها سدى العقول ولحمة قلوبهم.

التكرار، التكرار، التكرار. لكن هو رائد الداعية فإن من المؤكد أن في كل مكان وزمان يوجد فريق من الناس يحاجون أو يناقشون ويترون بالثقة أو التقرظ موضوع الدعاية أيضاً كان هو، لأن العدو اللدود لأي من الأمور هو إهماله ونسيانه أو تناسيه والجملات العتيقة، قطعاً، أفضل له من تجاهله، فثلاً لما قذف المتمدون سير ساموريل موزلي بالأحجار في أجمع عام، قامت الصحف المعارضة لتطالب بأن يترك وحشاً وحيداً أعزل دون حماية أو رعاية. ولكن سرعان ما أدركت الصحف جميعاً إنها كانت حقا وسب حمايتها ففرت الأخبار انقائية إلى الصفحات الأمامية والسطور الأولى في الصحف وإن كان زعيم الحركة الناشية وهو سير سموريل موزلي قد دفع عن هذه الدعاية فانياً. ولكن مما لا شك فيه إن الحوادث

كان دعاية ناجحة غاية النجاح .

يمثل هذا الحادث عنصراً أساسياً في الدعاية الصحافية التي قوامها التكرار . وجرى العادة أن تكون كل جرعة من الدعاية لها قيمتها الاخبارية ، لأن قيمة الاخبار في الصحافة الحديثة لها قدرها وخطرها والحكم عليها قاس لا يرحم . وليست المعضلة في ملء أعمدة الصحيفة ولكن أن تضغط أخبار أربع وعشرين ساعة في حيز ضيق بأمر يندو الى الشفقة بالقارئ بشؤون الصحافة . وهناك نوع من الاعلانات الاخبارية المنقعة ويطلق عليها بالانجليزية Publicity (وهي اعلانات لطبقات تجارية أو سياسية توضع في صفحة أخبار دون أن يلحظ القارئ انها مقصودة لمجرد الاعلان) ، وقد أصبح الاعتراف بها حقيقة واقعة لا يمكن انكارها ، كما لا يمكن تفاديها بحال ، رغم ما تلقى من معارضة شديدة حدثت بالمشرقيين على الصحافة الى صحتها واختصارها الى الحد الأدنى . والدعاية الذي يعتمد على أوساط الحلول في عمله ، لا يلبث أن يجد نفسه بلا عمل فيجب عليه أن يصل بدعايته الى الذروة دائماً ، والأعنى خصومه الفرصة أن يجدوا نفرة يتغذون منها إلى محاربه .

الرئيس ومصارع التيران

٢ - اللون هو الأساس الثاني من أسس الدعاية السليمة : لا يعياً القرد العادي بالمشروبات ولكنه يهتم كثيراً بالشخصيات والحقائق . وقد أدرك الداعية الحديث هذه الحقيقة ، فهو لا يحاول فرض حججه فرضاً على انعامه ولكنه يسمي بنشر تقريراته التي يذيعها الى كسب العطف على قضيته أو لئير الضغط على خصومه ، وغالباً ما يكون لمثل هذه الدعاية أثرها الفعال . ويجيء هذا الأثر عن طريق الجوارث يجمعها وتكون في مجموعها شاذة خارقة للعادة تترك أثراً عميقاً في النفس وان كان خادعاً . لأن من عادة رجل الخارج أن يناقش الأشياء الخاصة وينتهي بها الى مبادئ عامة .

ولا يبع الداعية أن يلتفت كثيراً الى هذا فليبدأ عندما يكون هدفه التأثير في الجماهير . فبينما يرى القارئ يولي مسرعة عن الدعاية الصينية القاعة على معاهدة الدول التسع ، تراه يقبل في حماس وشغف على قصة شارلي ستيج الذي هاجر مفلاً ممدماً الى الولايات المتحدة والذي غدى بناته ثلاث فيما بعد قابضات على السلطة في حكومة الصين ومجالسها ومجالسها شيانج كاي شاك إحداهن . ويلعب دوراً خبيراً في تاريخ الصين الحديثة .

والذكور من الفراز الأول وخشباء الطبيعة يدركون ويعترفون بصحة هذا المبدأ . فلا بد وان يتأكدوا من أن كل فرد من جمهور المستمعين يتشبع بشغف ما يناقشه الخطيب أو المتكلم . لأنه ليس من المصواب أن رغم الأقلية على تابع ما تقول اذا كان فيما تدلي به

من آراء ما يخص الأغلبية الباقية من المستمعين ، والأجدي ننا أن نخاطر بالأدلاء بأحدوث
عن شئون مبهوسة بانية لبيان إلى الأقلية الناهرة من أن نجر الأكثرية بما نقول .
وما يقوي هذا القول حقيقة أن من السهل على غالبية الناس أن تتبع بحثاً مطبوعاً سهل
التناول مدعماً بالأدلة والبراهين ، من أن يستمعوا إلى هذا البحث نفسه من فم خطيب على
منبره ، فإن الجهد الذي يبذله المستمعون لحصر آرائهم في أثناء الخطابة ، أعظم منه في حال
القراءة الهادئة الصامتة .

وفض المبر مثل إلى هذه الحقيقة واستوعبها فعار هذا المبدأ أحد القواعد الأساسية
التي يسترشدها ، وإذا ما قرن نفسه بلويد جورج وينام مولوج^(١) فهو يعزو عظمة
السياسي الإنجليزي المنقطع النظر إلى البساطة التي يتمتع بها والتي لها الحر المين في أذان
السامعين ، فالبساطة التي تصيغ خطبه ، واليسر الذي يتجلى في تعبيراته ، والصور الواضحة
الهيئة التي يوردتها في أحاديثه دليل قاطع على قدرة رجل وريز^(٢) السياسة الفاعلة .
ولا يقتصر هذا على الدعاية الكلامية بل يشمل الدعاية الصحفية أيضاً ، فواجب الكاتب
أن يكتب في حدود الكلمات المألوفة لدى القراء ، ويجب عليه أن يستغل ميولهم ويفيد من
جهلهم ، ولكي يوضح « وول ارون » هذه النقطة يروي القصة التالية عن الحرب
الامبانية ، فإن الصحفنة الإقليمية في هذا البلد كان من السهل على الدعاية شراؤها بالمال فتنته
لتعبيس وتبقي . نشرت هذه الصحف قصة ما عثمت الصحف الكبرى أن نشرت القصة ذاتها ،
وهي نصف أن إحدى كريعات الرئيس ولسن أُجبت في أثناء زيارة لها في « بيرجوس »
مصارع بيراني ، ثم ما لبثت أن تزوجت منه ، وأمر هذا الزواج مثقالاً ذكراً . ولكن
الرئيس سلب التلب متحجراً ، فأرغم ابنته على العودة إلى أرض الوطن وهرز زوجها والتخلي
عن وليدتها ولم يضر وقت مران حتى أتى المطار حثفه في حلقة انسياق وأسلمت الأقدار
انطلق إلى جديده المعدمين الذين كتبوا للرئيس ولسن استجديانه بعض المال لتربية جفده
ولكن ضاعت جهودها مدرس ولم يظفرا منه شيئاً ، رغم الألفاف في السؤال .

الدعاية الألماني لهذه قصة هذه قصة كان يعرف أن الرئيس ولسن هو الشخص
الأمريكي الوحيد الذي يسبه منه التلاحون الألمان . وإن لالامبان تزامناً بالأشغال لا يوفقه
غراه ، وإن يظن كل امباني وأمانة هو مصدره الثماني . وسجف هذه القصة في نظر الناظرين
يعادله ويقال له تقديره تقرية محققاً ما حدث فككر أن يخلق جوّاً يبدو فيه مادناً جديداً لا يذوره
الباشل من بين يديه ولا من خلفه .

(١) كبير وزراء دفاع في الحرب العالمية الأولى (٢٠) نوبل جوائز كيم ورواه المحل في الحرب الأولى

وقصص التعذيب والارهاب تزدهر أيما ازدهار في جو الحروب الخائف المسمم، فإنه من الضروري جمع وتركيز الكراهية القومية على العدو وعرف الدعاية أن خير الطرق لتنفيذ ذلك هو أن تعطي العواطف حركات مسرحية وتصبغها بألوانها ونضيتها بأوارها، ويكون ذلك بالتركيز على شخصيات البارزين فإن عطفحات الخيال ومبتهجاته في ابتكار قصص التعذيب أو تخويزها أو مسحها حتى تلائم الهدف الذي يرمى إليه، قد وصلت آماداً بعيدة وبلغت أفاقاً نائية في الحرب الكبرى الماضية (١٩١٤ - ١٩١٨) بصورة تدعو إلى الدهشة والاعجاب. وقد انمس كل من الجانبين المتحاربين في إبراز صور التعذيب وألوانها. ولكن كان لدعايات الحلفاء نصيب أوسع وأكبر من الذبوع والانتشار من دعايات الأعداء لسيطرة الحلفاء على طرق المواصلات ومحكمهم فيها، فقد كانوا صادرة الموقف والتأبضين على ناصية الأمر.

وقد أفاد الحلفاء، ولا مراء، بما ارتكب الألمان من أخطاء فاحشة فإن «كابتن فريت» عند ما حاول أمر غواصة ألمانية بصفينة تجارية غير مسلحة ثم أخفق، أعلن الألمان أن حقه كأسير حرب قد سقط، وأعدموا رمياً بالرصاص. وقد هز إعدام هذا البحار الجري، العالم أجمع وألحق بالقضية الألمانية خسارة لا تقدر. فقد استغل الدعاية هذا الحادث، كما استغل حادث المرحمة «إديث كافيل» من قبل عندما صور الحلفاء بطولتها في جلال وتعظيم جعل حياتها مشكلة نضية فلهجات سني الحرب السود. فإن الهيئة التي أصدرت حكم الأعدام كانت من النساء وقصر النظر لدرجة نشت معها أن موت «إديث» لا يهيم. فظالما أعدم كثير من النساء من كلا المعسكرين، من قبل. ولأنها كانت تشترك فعلا في مؤامرات سرية تدبر خلف الخطوط الألمانية، فكشفت المحكمة بإصدارها حكم الموت عن جهل مطبق بالغبية الانسانية والنفس البشرية.

وكان للحلفاء أيضاً ميزة كتابها البارزين والرسميين والعباقرة الذين كانت كتاباتهم ودرهمهم مرة المذاق شديدة الوقع على الأعداء، فإنه من المستحيل أن تضر إلى إحدى صور «زايمكي» الهولندي دون أن تؤمن إحدى المعونة الهائلة التي قدمها للحلفاء، فقد صور في إحدى روائعه اشتداء الألمان على السفن المحايدة وإغراقها في لوحة تمثل اجتماع شرمذة من جنود الألمان اجتمعت مهابتها على نفسها في روح الحراسة في غوادة حيث يراقبون اقتراب زورق وقف به السيد المسيح وكتب تحتها عبارة وحيدة ولكنها بارعة: «إنه يبدو محايداً». فلهفرقه. مثل هذه الصورة كان لها تأثير صريح أركان الدعاية لألمانية، وقومنا أسسها في نضالها الحلفاء حينذاك. ساهم تاوروسون الأسبوني