

هناك مجموعة اساليب يتم من خلالها تغيير الرأي العام. فالجمهور المطلع يكون دائماً أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن.

وهناك اساليب تقليدية استخدمت عبر التاريخ في محاولات لتغيير الرأي العام والتي ما زالت مستخدمة حتى الآن، وأضيفت إليها اساليب أخرى تحت مظلة الحرب النفسية التي تقوم على عناصر ثلاثة رئيسية هي الإشاعات وافتعال الأزمات، وإثارة الرعب، بالإضافة إلى استخدام الدعاية السافرة.

والرأي العام في أي بلد من البلدان له مقومات مبعنها تاريخه وتقاليد وظروفه البيئية وتراثه الثقافي ومناخه النفسي وهذه المقومات في أي بلد تساعد معاذه فعالة في استنباط الاتجاهات المحتملة للرأي العام بالنسبة لموضوع معين، كما أنها تساعد في تحديد دور الإعلام والتنظيمات السياسية والهيئات التعليمية.

ولابد من الحذر في الخلط بين الرأي العام في المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة وبين الرأي العام بصفة عامة، فالرأي العام يدور حول مسائل ومواضيع مثيرة للجدل والنقاش بعكس المعتقدات العامة التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير.

وهناك بعض الجهات ذات المصالح الخاصة التي تحسن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام بما يتفق مع مصالحها، خاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

اساليب تغيير الرأي العام:

١- التكرار والملاحة

٢- الإثارة العاطفية

٣- عرض الحقائق

٤- تحويل الانتباه

٥- البرامج الايجابية

٦- افتعال الأزمات

٧- اثارة الرعب والفووضى

٨- الشائعات

٩- التكرار والملاحة:

يعد أسلوب التكرار لا الجدال ولا النقاش من انجح الأساليب لغير الرأي العام، فهو يعمل على توجيه أبصار ومشاعر وأسماع وأذهان الأفراد نحو قضايا معينة ومحاولة التركيز عليها عن(طريق التكرار).

وكان الدعاية الألمانية تعتقد هذا الأسلوب وتؤمن بأن هذا الأسلوب المثالي لمخاطبة الجمهور . وقد وصف جوبيلر هذا الأسلوب الدعائي . بأن سر الدعاية الفعالة لا يمكن ان تكون في إذاعة البيانات التي تتناول آلاف الأشياء ، وإنما في التركيز على الحقائق وتوجيه الناس إليها باستمرار مراراً وتكراراً.

والحقيقة أن أسلوب التكرار في توجيه الجماهير ، يعتبر أحد الوسائل الدرجة التي تستخدمها الدعاية في مكان وزمان ما ، خاصة حينما تتجه لمخاطبة وإثارة العواطف والمشاعر لا العقل . ويطلق على هذا الأسلوب (الترتيب) ، والشرط الرئيسي ليكون أسلوب الترتيب مؤثراً هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة هذا الجمهور وسماته المختلفة ، ولعل أوضح استخدام لأسلوب الترتيب هو الصراع العربي الإسرائيلي .

كما عملت الولايات المتحدة الأمريكية على استخدام أسلوب التكرار لشن الهجوم وال الحرب على العراق وتحشيد أكثر من ثلاثين دولة حينما استخدمت أسلوب التكرار في امتلاك العراق للأسلحة النووية .

كذلك استخدمت نفس الأسلوب مع ايران بأنها راعية للارهاب وانها تدعم الجماعات الإرهابية حسب زعمها مثل حزب الله في لبنان وجماعة الحوثيين في اليمن .

٢- الآثار العاطفية

قد يتم الاعتماد على أسلوب إثارة العواطف لتغيير الرأي العام عندما يصعب استخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية في استمالة الرأي العام او مواجهة رأي مضاد ، وقد يلجأ(لاستخدام هذا الأسلوب في المجتمعات التي تزيد فيها نسبة الامية)

وتعتمد الدعاية أساساً على إثارة العواطف لا على المناقشة والإقناع ، حيث تتبع عن احتقار دفين للجماهير .

من أبرز المشاعر التي استعان بها هتلر(الرغبة في احترام الذات ، والإحساس بالشفقة على النفس).

وكان هتلر يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء ، كما أن استجابة الجماهير تكون دائمًا استجابة عاطفية لا أكثر مما هي عقلية ، لذلك فقد كان يدعوا إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف ، خاصة عاطفة الحقد وأيسر السبل إلى إثارة الحقد التشهير وإكالة التهم ، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق .

٣- عرض الحقائق

اعتمد هذا الأسلوب بالأساس على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس ، وعلى أن الحقائق الملموسة أقوى تأثيراً وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والإشاعات . وينبع هذا الأسلوب من

احترام عقلية الجماهير وحقّها الديمقراطي في حكم نفسها. ومن عوامل نجاح هذا الأسلوب التربية السياسية الوعية للجماهير من خلال الشرح والإقناع.

٤- أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

لها سحرها الكبير على الرأي العام. حيث تكون البرامج متسمة بالإيمان والتفاؤل بالمستقبل، فبهذا يتضاعف تأثيرها. وتتلاشى وتندفع قيمتها إذا لم يتبعها عمل وتنفيذ.

ويعتمد هذا الأسلوب على إثارة موضوع ثانوي آخر غير موضوع الاهتمام السائد بين الناس لغرض تحويل انتباهم عن الموضوع السائد او الذي يفترض ان يسود باتجاه الاهتمام(الموضوع الثاني).

ويكون من الصعب معارضة الرأي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة موضوع معين، حيث أن المعارضه اتجاه جارف من الرأي العام بعد تجهيزه لا يأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي على خطأ. والأسلوب الذي يتبعه السياسيين وأجهزة الإعلام في مثل هذه الأحوال؛ هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر أكثر أهمية منه.

٥- أسلوب البرامج الإيجابية المحددة:

إن البرامج والتصريحات الإيجابية المحددة لها أثرها البالغ على الرأي العام بعكس البرامج الغير محدودة والكلمات الجوفاء، ويدرك رجال السياسة تمام الإدراك مزايا البرامج المحددة في تغيير اتجاهات الرأي العام لذلك يحرص معظمهم على التقدم للناخبين ببرامج ايجابية من النوع الذي يطمح له جمهور الناخبين.

إن البرامج والتصريحات الإيجابية والمحددة لها أثر البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام، بعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب والسلبية. ويسوق البعض نموذجاً لذلك البيانات بما تعرضه من جزء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير.

٦- أسلوب افتعال الأزمات:

يعد هذا الأسلوب من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام هو استغلال بعض الأحداث والظروف بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام و تستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب.

٧- أسلوب الشائعات:

يعد من الأساليب الخطير التي تستخدم لتغيير الرأي العام كونها لا تتقييد بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام كالموضوعية والصدق والنزاهة والدقة التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق الدولة الواحدة أو عدة دول والهدف هو التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق الدولة الواحدة

او عدة دول، فهي تروج لخبر لا أساس له من الصحة او تعتمد على المبالغة او التهويل او التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة او إضافة معلومة كاذبة او مشوهة لخبر معظمها صحيح، بهدف اختبار الرأي العام وتوجهه، اي هل هو قابل ام رافض لهذه الأفكار والقرارات التي قد تتخذ، فإذا لاحظت الحكومات أن الخبر قد أثار جدلا سياسيا او رفضه الرأي العام فأنها تعلن حينئذ عدم اعتزامها تطبيق هذا القرار، وإذا لاحظت العكس تقوم بتأكيد الخبر بشكل رسمي.

- اسلوب اثارة الرعب والفووضى:

أكثر من برع في هذا الجانب (المخابرات النازية) وقد سارت دعاية الغرب على هذا النهج حتى وقت قريب.

وتأتي الحرب النفسية لتشغل حيزا لا يأس به في عالمنا، لأنها تعبّر عن قطاع كبير من التفاعل الاجتماعي بين أفراد كافة المجتمعات لأنها تعبّر عن قطاع كبير من التفاعل الاجتماعي بين أفراد كافة المجتمعات الإنسانية وذلك لما لها من تأثير يوجه إلى كافة الأفراد بمختلف قدراتهم وسماتهم وخصائصهم وعاداتهم وتقاليدهم.