

أنواع الدعاية الدعاية عملية اتصالية آملة نجد فيها (الدعائي / المرسل / الرسالة) ومضمونها والجمهور المتلقي ووسيلة الاتصال والتأثير ، وهي من أهم النشاطات الإعلامية التي ميزت الدولة الحديثة ، وإذا آنت الدعاية آفن من فنون الترويج لفكرة أو رأي أو موقف أو مذهب بسيطة في أول تطور المجتمعات البشرية فإنها تعقدت فيما بعد لاسيما بعد نمو المجتمعات البشرية ، \*أنواع الدعاية من حيث نشاطها هنا نحاول التفريق بين أنواع الرسائل الدعائية حيث تنقسم الدعاية من حيث نشاطها إلى سبع أنواع هي : الدعاية من حيث نشاطها : political propaganda أولاً : الدعاية السياسية وهي نظم الاساليب التي تستخدمها الحكومة أو الحزب ، أو الإدارة ، أو جماعة الضغط بهدف التأثير لتغير سلوك الجمهور وموقفه السياسي ، وقد تكون الدعاية استراتيجية أو تكتيكية فالدعاية الاستراتيجية تضع الخطوط العامة وأنساق الجدول وترتيب الحملات الدعائية ، أما الدعائية التكتيكية فتسعى للحصول على نتائج فورية في إطار عملها مثل المنشورات أثناء الحرب استخدمت مكبرات الصوت للحصول على أستلام فوري للعدو وهناك ثلاث صور رئيسية للدعاية : \* الدعاية البيضاء \* الدعاية الرمادية \* الدعاية السوداء 1- الدعاية البيضاء وهي الدعاية الواضحة الشفافة والتي يمكن الدفاع عن مضمونها بحجج مقنعة فهي تقول على أسس الحق والحرية والمبادئ الإنسانية آالدعاية لحقوق الإنسان والحفاظ على البيئة ومحاربة الطغيان والقضايا التي تتوقف مع قيم العدل والديمقراطية والشرعية ، وتسمى هذه الدعاية ب(الدعاية المكشوفة) أيضاً overt propaganda أو (الدعاية المباشرة) 2 . Direct propaganda . الدعاية الرمادية إنها دعائية مقنعة وموجهة وهي في خطابها وعناصرها تخفي أموراً غير ذلك المعلنة ، غير أنه من الممكن الوقوف على غايتها الحقيقية ، وذلك من خلال التدقيق في أهدافها وطبيعة الجماعات أو القوى التي تقف ورائها وبالتالي فضحها والكشف عن غايتها الحقيقية . 3- الدعاية السوداء وهي دعائية خفية تقترب من الإشاعات المجهولة المصدر هذه الدعاية تقوم بها أجهزة المخابرات والعملاء السريون ، وهذه الدعاية تنمو وتتوالد بطرق خفية ، وتسمى هذه الدعاية ب(الدعاية المستورة) أو (الدعاية غير المباشرة) covert propaganda أو indirect propaganda ثانياً : الدعاية الاجتماعية : وهي الدعاية التي تسعى إلى أن تدمج في المجتمع أأبر عدد من أفرادها وتوحد سلوكهم بناء على نمط هذا المجتمع على جمعات أخرى ، وظاهرة الدعاية الاجتماعية هي أأثر صعوبة لاستيعابها من الدعاية السياسية لأنها معنية أساساً الأيديولوجية من خلال سياقها الاجتماعي . : religions propaganda ثالثاً : الدعاية الدينية وهي تهدف الى تحويل الناس من معتقداتهم الدينية إلى معتقد آخر ، أو أرشادهم إلى الالتزام بفرائض الدين وهي بالنسبة لنشر الدين الإسلامي تعرف بأسم الدعوة ويعرف النشاط الدعائي للدين المسيحي بأسم التبشير ، علما أن مصطلح ( الدعاية ) أستخدمها الرسول صلى الله عليه وسلم في إحدى رسائله لإحدى الشخصيات بقوله ( أدعوك بالدعوة الإسلام ) . بتحقيق الدعم والتأييد لها عند شعوبها أو عند الشعوب المحايدة لها أو الصديقة ( وستنوسع في الحديث بشكل مفصل لأهميتها ) . الدعاية من حيث المصدر 1. Vertical Propaganda : الدعاية العمودية وهي تلك الدعاية التقليدية التي يقوم بها قائد أو سياسي أو مرجع ديني معروف إجتماعيا وسياسيا وروحيا حيث يسعى للتأثير على الجمهور بشكل مباشر، حيث تاتي الدعاية هنا من الأعلى وبشكل عمودي. وفي آتابة (الاتصال الجماهيري- منشورات دار الشروق -عمان 1999 ) يتحدث (د. صالح أبو إصبع) عن (الدعاية) من حيث المصدر فيؤآد بأن هذا النوع من التفريق بين مصادر الرسائل الدعائية ، ويتوقف عند (الدعاية العمودية) فيكتب : (الدعاية التقليدية هي الدعاية العامودية ويقوم بها قائد أو فتى أو سياسي أو رئيس ديني بحكم سلطته وموقفه القيادي المتفوق فيها ويسعى في التأثير في الجمهور الذي يتبعه . وهي تستخدم الطرق الفنية لمرآزية وسائل الاتصال الجماهيري فالدعاية العمودية تغلف الجمهور في حين يبقى ممارسوها خارج الغلاف. يبقى الدعائي وحيداً خارج الجمهور مع أنه واحد منهم وردود فعل الجمهور هي أستجابة لصوت القائد ، ولذا فإن هذا النوع من الدعاية يتطلب موقفاً إيجابياً منهم ، فالجمهور محاصر ومسيطر عليه وملتزم أيضاً بتجربته هي التي تطلب منهم أن يجربونها فهم يتحولون في الحقيقية الى أشياء فالفرد لا يأخذ قرارات بل يستجيب لقرارات القائد أما يطرحها الباحث براون . فهي أفقية لأنها تتم داخل الجماعة وتنتشر بينها بشكل أفقي ولا تنزل عليها من الأعلى، أما أنها دعائية بلا قائد أو مرجع ديني، ويبرز هذا الأمر في يوميات العمل السياسي والتبشيري الديني، وفي الحملات الانتخابية. يرى (جاك أيلول) أن الدعاية الأفقية هي شكل من أشكال الدعاية التي تطورت حديثاً من حيث مضمونها قد تكون سياسية أو إجتماعية، أو قد تكون آالهما دعائية أندماجية من حيث الدور الذي تلعبه ، وتسمى دعائية أفقية لأنها تتم داخل الجماعة وليس من فوقها ومن حيث المبدأ فليس هناك قائد مجتمع الأفراد متساوون ويتصل الافراد بعضهم البعض الآخر على مستوى واحد، ومثل هذه الدعاية تسعى إلى تشكيل وعي عام متماسك يتم تقديم مضمونها ثنائية وتخاطب الأذآباء . ويلعب (القائد الدعائي) دوره آقائد (مناقشة) فقط، وفي بعض الاحيان لا يكون معروفا لدى المجموعة من حيث وجوده أو هويته. ويتم ولاء (الفرد) لجماعة ما عن وعي لأنه يعي (الدعاية)

ويلاحظها، ولكنها، في الوقت ذاته، ليست (دعاية) إختيارية، لأن الفرد يقع في شرك (الجدل)، وفي مجموعة تقوده بنجاح إلى هذا (الولاء). ويكون هذا (الولاء)، في هذه الحال، ليس (أصيلاً)، لأن المعلومات والبيانات والسبب الذي قاد إلى ولائه للمجموعة هي معلومات وبيانات قاداته بشكل (مدروس) و(معد) مسبقاً . ومن أبرز خصائص الدعاية الأفقية وجود الجماعة الصغيرة ويشارك الفرد بنشاط في حياة هذه المجموعة في حوار حي وأصيل ومن خلال الحديث وتدرجياً يكتشف الفرد قناعاته الخاصة ، وهي أيضاً قناعة الجماعة ، ويساعد الآخرين على تشكيل آرائهم والتي تكون متماثلة فكل فرد يساعد على تكوين آراء الجماعة ولكن الجماعة تساعد آل فرد على أتشاف الخط الصحيح . وعادة ما يكون التقدم نحو الاقتناع بطئياً إذا يجب أن يكون هناك أجماعات عديدة وآلها تستذآر أحداتاً وسباقاتها مما يعمل على وجود تجربة مشترآة بينهم وإذا آانت الدعاية العمودية تحتاج الى أجهزة الاتصال الجماهيري إلا أن الدعاية الأفقية تحتاج إلى تنظيم واسع للناس ، فكل فرد يجب أن ينتمي إلى أآثر من جماعة ولكن لكل جماعة يجب أن تكون متجانسة متخصصة وصغيرة من(15 إلى 20) شخصاً على الأآثر لتسمح لكل فرد بالمشارآة النشيطة ، ويستلزم لنجاح الدعاية الأفقية شرطين : 1- قالة الاتصال بين الجماعات :فعضو الجماعة الصغيرة يجب أن لاينتمي إلى جماعات أخرى يكن أن تجعله يخضع للتأثيرات أخرى تسمح له بمقاومة التأثير .