

أنواع الدعاية الدعاية عملية اتصالية آملّة 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 أنواعاً : أولاً : الدعاية السياسية وهي نظم الاساليب التي تستخدمها political propaganda : أنواع هي : الدعاية من حيث نشاطها 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 الدعاية 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 الدعاية لحقوق الإنسان والحفاظ على البيئة ومحاربة الطغيان والقضايا التي تتوقف مع قيم العدل والديمقراطية والشرعية ، - الدعاية 2. Direct propaganda (أو الدعاية المباشرة overt propaganda وتسمى هذه الدعاية ب(الدعاية المكشوفة) أيضاً الرمادية إنها دعاية مقنعة وموجها 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 دعاية 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 ثانياً : الدعاية الاجتماعية : وهي الدعاية التي تسعى إلى أن تدمج في indirect propaganda أو covert propaganda (المباشر المجتمع أأبر عدد من أفرادها وتوحد سلوكهم بناء على نمط هذا المجتمع على جمعات أخرى ، وظاهرة الدعاية الاجتماعية هي آثار religions propaganda : . صعوبة لاستيعابها من الدعاية السياسية لأنها معنية أساساً الأيدولوجية من خلال سياقها الاجتماعي 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 ، علماً 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 (وسنتوسع في الحديث بشكل مفصل لأهميتها) . الدعاية الدعاية العمودية وهي تلك الدعاية التقليدية التي يقوم بها قائد أو سياسي أو مرجع: Vertical Propaganda . من حيث المصدر 1 ديني معروف إجتماعيا وسياسيا وروحيا حيث يسعى للتأثير على الجمهور بشكل مباشر، حيث تأتي 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 فيؤاد 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 وموقه القيادي المتفوق فيها ويسعى في التأثير في الجمهور الذي يتبعه . وهي تستخدم الطرق الفنية لمرآية 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 الحقيقة الى أشياء فالفردي 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 دعاية 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 أجتتماعية، أو قد تكون آلاهما دعاية أندماجية من حيث الدور الذي تلعبه ، وتسمى دعاية أفقية لأنها تتم داخل الجماعة وليس من فوقها ومن حيث المبدأ فليس هناك قائد مجتمع الأفراد متساوون ويتصل الأفراد بعضهم ببعض الآخر على مستوى واحد، ومثل هذه الدعاية تسعى إلى تشكيل وعي عام متماسك يتم تقديم مضمونها ثنائية وتخاطب الأذياء . ويلعب (القائد الدعائي) دوره آقائد (مناقشة) فقط، وفي بعض الأحيان لا يكون معروفا لدى المجموعة من حيث وجوده أو هويته. ويتم ولاء (الفرد) لجماعة ما عن وعي لأنه يعي (الدعاية)

وبلاحظها، ولكنها، في الوقت ذاته، ليست (دعاية) إختبارية، 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 وتدريباً 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 أكتشاف الخط الصحيح . وعادة مايكون التقدم نحو الاقتناع بطئياً إذا يجب أن يكون هناك أتماعات عديدة وآلها تستدأر أحداثاً وسباقاتها مما يعمل على وجود تجربة مشترآة بينهم وإذا آانت الدعاية العمودية تحتاج الى أةزة 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