

## المحاضرة الثالثة

انواع الدعاية : يمكن تحديد ابرز انواع الدعاية والتي تعد الاكثر شيوعا في الاستخدام العام للدعاية الدولية وهي :

١\_ الدعاية المباشرة : وهي تستهدف تغيير الاتجاهات والآراء ويجب ان تكون مسبوقة بدعاية ذات طبيعة اجتماعية ، وتبحث عن خلق مناخ تمهيدي لاتجاهات محببة ويقوم الدعائي نفسه بإظهار آرائه وقناعاته ويطلب من المعترضين للدعاية ان يستجيبوا له ، وهي معروفة باسم الدعاية المكشوفة كذلك تعرف بالدعاية البيضاء وهي معروفة للجميع مثل مديريات او اقسام الاعلام في المؤسسات الحكومية او غير الحكومية والتي تعلن مسؤوليتها الدعائية فالمصدر الدعائي معروف واهدافه معلنة ومقاصده محددة . وبالنسبة للجمهور فانه يعرف انه مؤثر عليه دعائيا .

٢\_ الدعاية غير المباشرة : ابرز تسمياتها الدعاية المستورة لأنها تميل الى اخفاء اهدافها ، هويتها ، اهميتها ، ومصادرها ، اما الجمهور فلا يعي بان هناك احد يريد ان يؤثر عليه ولا يشعر بانه مدفوع الى اتجاه محدود وتسمى هذه الدعاية ايضا بالدعاية السوداء . والدعاية المستورة اكثر فعالية اذا كان هدفها دفع المناصرين نحو اتجاه معين بدون ان يكونوا واعين لذلك اي ان الجمهور المستهدف لا يشعر انه تحت اي تأثير دعائي .

وهنا نرى انه من المناسب التعرض الى وظيفة مهمة ذات علاقة بهذا الموضوع تلك هي وظيفة الدعائية في الحرب النفسية ، فقد شهد القرن العشرون تطورات علمية وتكنولوجية في جميع ميادين الحياة ادت الى ظهور مفاهيم عديدة ذات اغراض واهداف مختلفة تندرج باطار التعامل النفسي كأداة من ادوات السياسة الخارجية للدول في اضعاف ارادة الخصم وانهياره ومن ثم استسلامه .

وهذه المفاهيم اعتمدت في الغالب الكذب والخداع وتشويه الحقائق بأوسع نطاق ، وعمد فيها المتحاربون الى نشر الكثير من الاخبار الملفتة التي تجرد الخصم من انسانيته .

وهناك انواع اخرى للدعاية كثرت وفق اختلاف وجهات نظر الدراساتين والمتخصصين من حيث انواعها واهدافها وتحليلها ومن هذه الانواع الدعاية التي قسمت من حيث ( المصدر )

\_ الدعاية العمودية : التي يقودها قائد سياسي ديني على مجموعة يسعى الى ان يتبعوه .

\_ الدعاية الافقية : والتي تتم داخل الجماعة وليس فوقها وبدون قائد ويكون ولاء الفرد لجماعته عن وعي .

اما الدعاية من حيث الوظيفة فتشمل :

الدعاية التحريضية : التي يقودها حزب يسعى الى تحطيم الحكومة لتأسيس نظام جديد وتبرز خلال الازمات .

\_ الدعاية الاندماجية : تعمل على توازن المجتمع وتوحيده وتعزيزه وهي مفضلة عند الحكومات الحديثة العهد وهي اكثر دقة من الدعاية التحريضية حيث عليها ان تستخدم التحليلات النفسية ووسائل الاتصال بالجمهير لا كما تفصله الدعاية التحريضية من اثاره مؤقتة .

الدعاية التسويقية : وهي التجارة لتسويق السلع والبضائع والخدمات .

الاستمالات الدعائية :

ان من ابرز شروط انتاج الرسائل الدعائية "المحتوى او المضمون " هو قدرتها على الاقناع لكسب عقول وعواطف الناس عبر الكلمات اي الرموز اللفظية كما اوضحناها سابقا بالتفصيل والرموز غير اللفظية من الوان وحركات وايماءات واشارات ومسرح ورقص وكل ما في مفردة الفولكلور من ظواهر ونتائج تراثية للمجتمعات .

والاستمالة من الفعل استمال واستمالته اي جذبته وجعله يميل الى شيء او شخص او مجموعة اشخاص ، والاستمالة اصطلاح وضحه وشرحه علماء النفس وعلماء علم النفس الاجتماعي والذي اعتمدت عليه الدراسات الاعلامية والاتصالية كونها توجه موادها ومضامينها للتأثير في النفس البشرية وكيفية تطويعها لصالح التخطيط الدعائي وضرورة تحقيق النجاح .

ولابد من التأكيد لما تم ذكره ان النشاط الدعائي الى جانب تأثيره في العاصفة فهو يخاطب العقل الانساني ايضا دون الاهتمام بالقيم الاخلاقية وهو ما يصل الى تحقيق الاستلاب والاختراق الثقافي للجمهور وسلخه كما يذكر المتخصصون من قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم وفق ما يتعرض له من مواد وافلام تغريبيه تشعرهم بالغربة عن

بلدهم ومحيطهم عبر الانبهار بما موجود في حياة الدول المتقدمة التي توجه الدعاية للدول المتخلفة او النامية وتخطط لاستمرار تبعيتهم واستهلاكهم لما ينتجون .

وقسم العلماء استمالات الدعاية الى :

١\_ الاستمالات العاطفية للتأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته واثارة حاجاته النفسية والاجتماعية والثقافية عموما ومخاطبة الحواس وبما يحقق اهداف القائم بالاتصال وتعتمد على :

- استخدام الشعارات والرموز
- اعتماد الاساليب والالفاظ اللغوية
- استخدام الالفاظ المحددة لتحريف الكلمات بأخرى لها وقعها ومعانيها المضللة للحقائق .
- اعتماد معاني التوكيد وهي العبارات والالفاظ التي تستخدم لتشديد المعنى .

٢\_ الاستمالات العقلانية :

- وهي التي تعمل عبر موارد وبرامج تخاطب العقل عبر تقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها ويستخدم في الاتي :
- تقديم الارقام والاحصائيات
  - لبناء النتائج على المقدمات
  - تنفيذ وجهات نظر الاخرين
  - الاستشهاد بالواقع والمعلومات والاحداث الواقعية .

استمالات الخوف

- وهي التي تحصل بسبب عدم اقتناع المتلقي برسائل القائم بالاتصال لكنه يخضع لها خوفا ورهبة وضعفا بسبب :
- شدة الاثارة العاطفية التي تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة

- توقعات الفرد بإمكان تجنب الاخطار وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة ويحدث الخوف لأسباب مهمة هي :

١\_ قوة محتوى الرسالة بأن يكون قويا مؤثرا حتى يستجيب المتلقي له وبذلك يتمكن المخطط الدعائي من تحقيق الهدف عبر التوتر والقلق العاطفي فالناس يميلون الى تجاهل التهديدات حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها .

٢ \_ مصدر الرسالة اذا كان القائم بالاتصال غير ملم بالمعلومات الكافية فسوف يرفض التعامل وتكون توقعاته غير مضمونة على ان لا يبالغ القائم بالاتصال بكثرة التخويف خشية هروب المتلقي وتجاهله لما يثبت ويعرض وينشر ويذاع عبر وسائل الاعلام والاتصال الجماهير .

### الدعاية المضادة :

ترتبط بالخداع والتلاعب بالعقول وتختلف عن الدعاية المضادة التي تسلك سبلا اكثر نزاهة ومصداقية لتقليل تأثيرات الدعاية الاصلية على الجمهور المستهدف وتعرف الدعاية المضادة : انها الاجراءات التي تتخذ لتصوير الدعاية الاصلية على انها كاذبة ومزيفة لحث الجمهور المستهدف للتفكير والتصرف بشكل معاد للدعاية الاصلية بغية التقليل من تأثيرها

وتختلف الدعاية المضادة عن الدعاية الاصلية في ان الدعاية المضادة دائما تكون دفاعية وتأتي كرد فعل عن الدعاية الاصلية وتستهدف الدعاية المضادة نفس الجمهور الذي تستهدفه الدعاية الاصلية .