المحاضرة الثالثة : الاتصال الاجتماعي

- مفهوم الاتصال الاجتماعي
- خصائص الاتصال الاجتماعي
- المفاهيم القريبة من الاتصال الاجتماعي: (التسويق الاجتماعي: تعريفه / مراحل له / مميزاته)
- الفرق بين الاتصال الاجتماعي و الاتصال العمومي

1- مفهوم الاتصال الاجتماعي:

تعود بداياته إلى منتصف القرن العشرين أو إلى الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين حسب تقدير "ميشال لونيت" حيث دفعت الانشغالات الاجتماعية بعض الدول والحكومات إلى مضاعفة استعمال الإعلام لخدمة الفرد والمجتمع (الولايات المتحدة الأمريكية والدول النامية) خاصة مع تضخم المصاريف المخصصة للصحة والأمن وغيرها.

من أسباب ظهور الاتصال الاجتماعي وانتشاره أيضا بروز مجموعة من المشاكل الاجتماعية بشأن المناخ والبيئة مما أدى بالسلطات العمومية إلى اتخاذ تدابير حازمة لمقاومة والتصدي لهذه المشاكل التي أصبحت تشكل ظواهر اجتماعية سلبية تقف في وجه تطور المجتمعات ورفيها.

وقد عرفه حسين عبد اللاوي: " هو مجموعة من الآليات والكيفيات الحتمية أو القصدية المستعملة في المجتمع لتنظيم تدفق المعلومات والرسائل الإعلامية والرموز الضرورية لإعادة الإنتاج الاجتماعي".¹

أما محمد قيراط فقد عرفه: "الاتصال الاجتماعي هو تقنية وإستراتيجية ونشاط يفرض نفسه في المجتمع. ميشال لونيت: الاتصال الاجتماعي هو الركيزة الأساسية لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوكيات المعاكسة إذ يجب على الاتصال الاجتماعي تحويل مهمة الإقناع إلى مهمة الفرض، فهو يستخدم وسائل الإعلام مما يجعل الفرد عرضة لمجموعة من الرسائل التي تثبت يوميا".²

وعرفه محمد يسري دعبس: " يتجه الاتصال الاجتماعي نحو توعية الجمهور بأمور تهمة وتزيد من معارفه لفهم ما يدور حوله، أي إكسابهم لمهارات وخبرات جديدة لدفعهم للعمل من أجل المصلحة العامة فكلما زادت فرص وأساليب التعلم كلما زاد المجتمع تحضرا وتطورا."

كما يعتبر الاتصال الاجتماعي علم نقل الأفكار من طرف أول إلى طرف ثاني ، فهو الركيزة الأولى للسلطة من أجل تطوير المعارف و دفع الوعي الى الطريق السليم و تغيير السلوك المغاير للطبيعة السليمة

¹ حسين عبد اللاوي: الاتصال الاجتماعي في الجزائر، وزارة التضامن الوطني والعائلة ، الجزائر، 1999، ث 93.

² قيراط محمد، تشكيل الوعي الاجتماعي، دور وسائل الاعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت، 6x، ص 32.

للإنسان، فهو يبحث عن تغيير موجه لصالح المجتمع في مجمله عندما يجيب عن تطلعات و مصالح فئات هذا المجتمع في مسائل تهمة مثل: مكافحة الجريمة، ترويج القيم الإنسانية.....الخ.³

يضيف أرسطو على أنه "البحث عن جميع الوسائل المؤدية إلى الإقناع"

الاتصال الاجتماعي يعمل من خلال هذه الوسائل لتعديل السلوكيات و تغيير المواقف و ترسيخ القيم .

أما **جاك دوران** "فيعتبر الثقافة و الاتصال الجماهيري و المواصلات السلوكية و اللاسلوكية قطاعات خاصة ضمن مجال واسع من الاتصالات الاجتماعية ، فمجال الاتصال الاجتماعي يبدو واسعاً، ففي كل مظاهر الحياة الاجتماعية يمكن إيجاد نشاطات اتصالية ."

تقول **جوديت الزار:** " بأن الاتصال الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام يلعب دوراً في جمع

الأشخاص ."

يقوم الاتصال الاجتماعي على إستراتيجية محكمة، تعتمد على تقنيات واسعة ذات فعالية، تهدف إلى حل المشاكل الناتجة عن تطور السريع للمجتمعات ، إما بتغيير سلوك قائم أو تعديله أو تثبيته، المهم أنه يبحث دائماً عن تغيير لصالح المجتمع في مجمله و ذلك بجعل كل فرد يأخذ حصته من المسؤولية إزاء العمل المشروع، وبهذا يكون الاتصال الاجتماعي أحد أهم الوسائل المعتمدة في مجال الوقاية من الأمراض و الحوادث، في مجال التنمية و التطوير و يستعين الاتصال الاجتماعي من أجل تحقيق هذه الأهداف بتعدد التخصصات و المداخل التي يدرس من خلالها هذا المجال المعرفي الشاسع.⁴

2- خصائص الاتصال الاجتماعي:

بدأ دوره يتسع وأصبح يتناول ميادين جديدة خصوصاً في فترة ازدهار الحياة الاقتصادية في الستينيات، و بروز مشاكل اجتماعية مستجدة في المجتمعات كالتلوث و المحيط، المجاعة...وكان الاتصال الاجتماعي في البدايات الأولى عمومياً بالدرجة الأولى أي كان بيد الحكومات والسلطات العمومية.

مر بنفس مراحل تطور نظريات الإعلام والاتصال أي التأثير المباشر، على مرحلتين، التراكمي،

التفاعلية و استعمال عجلتي الإقناع الإكراه.

يرتبط الاتصال الاجتماعي بالسياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي العام للمجتمعات، فهو

³ ميشال لوني ، الاعلام الاجتماعي، تر: صالح بن حليمة ، اقتباس : مصطفى المصمودي ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، تونس ، 1993، ص 07.

⁴ حيين عبد اللاوي، المرجع السابق ، ص 93.

يعكس بناء وتطور المجتمع وحجم النشاط الاتصالي أي تطور وسائل الإعلام و جماهيرها واتساع وتعدد أنواع الاتصال.

للاتصال الاجتماعي دور في : التوعية والتعليم، مكافحة المخاطر والآفات والمشاكل الاجتماعية، ترقية سلوك الفرد وتنظيمه إثراء معرفة الإنسان، إحداث التغيير الاجتماعي، الدور الاقتصادي للاتصال الاجتماعي، الدور الأخلاقي للاتصال الاجتماعي، الدور السياسي للاتصال الاجتماعي.

3- المفاهيم القريبة من الاتصال الاجتماعي:

أ- التسويق الاجتماعي:

امتد مفهوم التسويق ليشمل تسويق الأفكار والقيم والخدمات الاجتماعية، وأصبح هذا المجال الجديد متميزاً له طابعه الخاص في إطار التسويق بصفة عامة، ويقوم على استخدام مبادئ ومهارات علم التسويق، وأساليب الإبداع الإعلاني، لترويج أفكار وقيم وخدمات اجتماعية، وتعميمها على مستوى المجتمع.

وقد ظهر العديد من المصطلحات التي ترمز إلى مفهوم التسويق الاجتماعي، إلا أن مجتمع الكتابات الحديثة اتفقت على تسميته بالتسويق الاجتماعي، واعتبرت كل المصطلحات الواردة داخلة تحت هذا المسمى، أو هي جزء منه، منها

الحملة غير الربحية non profit campaigns

- حملات الخدمة العامة public service campaigns.

- التسويق الانساني Humanistic

- التسويق البيئي ecological marketing

- التسويق المجتمعي societal marketing

➤ إن التسويق الاجتماعي هو الوجه الآخر للتسويق التجاري الذي يهدف إلى إحداث تغيير أو تعديل في الآراء والاتجاهات وسلوكيات الأفراد، وترويج أفكار أو سلوكيات أو تعديل اتجاهات أفراد المجتمع لمصلحة الأفراد من جهة والمجتمع من جهة أخرى ، وذلك لتحقيق الصالح العام. فالتسويق لا يعنى بالسلع فقط، وإنما امتد ليشمل الخدمات والأفكار والقيم الاجتماعية والتي تعني بالسلوك الاجتماعي.

وقد لخص كل من «كوتلر» و «زلتمان» تصميم وتنفيذ ومتابعة البرامج المعدة لزيادة قبول

الفكرة الاجتماعية، وممارستها داخل الجامعة المستهدفة، والذي يستخدم نفس المفاهيم التسويقية المرتبطة بالفكرة كمنتج من حيث التخطيط له، والترويج، وبحوث الجماهير والاتصال وذلك بهدف زيادة استجابة الجماهير المستهدفة ويؤكد هذا التعريف على جوانب، من أهمها:

- أن التسويق الاجتماعي يستهدف إحداث تغيير سلوكي، بإقناع الأفراد بتبني وممارسة أفكار أو سلوكيات جديدة أو مرغوب فيها.
- أن التسويق الاجتماعي يعمل على تفهم أفضل الظروف التي تمكنه من التعزيز أو التغيير، بطريقة متوازنة مخططة في عمل جماعي .
- أن التسويق الاجتماعي يقوم على دمج تقنيات الاتصالات الحديثة، بمهارات التسويق، خدمة النظم الاجتماعية.⁵

نظرية التسويق الاجتماعي: وتعتبر من النظريات المعاصرة ويرأها "بارن" و"دافيسي" توليف للنظريات الخاصة بتسويق المعلومات أو المعرفة التي تتبناها الصفوة لتكسب القيم الاجتماعية.

كما يحدد " كوتلر واندرسون " Andersson&Kotler التسويق الاجتماعي على أنها مجال يختلف عن مجالات التسويق الأخرى، لأن التسويق الاجتماعي يبحث عن التأثير في السلوكيات الاجتماعية وليس تحقيق المكسب للقائم بالاتصال أو القائم بالتسويق وإنما للجماهير المستهدف والمجتمع بوجه عام ، تعتمد على طرق ووسائل إغراق المتلقين من خلال ترويج الأفكار والشخصيات.

ب- مراحل التسويق الاجتماعي:

الخطوة الأولى: المرحلة التمهيديّة:

- ✓ تحديد المشكل ومكوناته
- ✓ جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المشكلة
- ✓ تقييم موارد المنظمة
- ✓ التعرف على البيئة العامة (مواقف الجمهور والتيارات الاجتماعية)

الخطوة الثانية: تخطيط وتحديد الإستراتيجية

- ✓ تحديد الجمهور المستهدف مع تحديد الأهداف
- ✓ استخراج مكاسب الجمهور من الوضعية

⁵ فوادة عبد المنعم البكري، اتسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 ، ص 7.

✓ تحديد أساليب تقييم المجهود

الخطوة الثالثة: تصميم الأدوات والأنشطة

✓ تحديد نبذة الرسالة

✓ تخطيط الأنشطة الإعلامية والمناسبات الخاصة مع التقنيات الترويجية

الخطوة الرابعة: كتابة البرنامج الاتصالي

✓ مراجعة كل ما سبق ووضع رزنامة التنفيذ

الخطوة الخامسة: تنفيذ البرنامج

• إطلاق الحملة

• التأكد من دعم الشخصيات العملية لتوصيل الرسالة للجماعة المستهدفة

• لا بد من مراقبة التنفيذ والمرونة

الخطوة السادسة: تقييم النتائج⁶

مميزات التسويق الاجتماعي هي :

- الفهم المسبق للجمهور المستهدف تحليل السلوك وتحديد الهدف من التغيير
- التركيز على جمهور محدد.
- التركيز على مبدأ التبادل بين المرسل والمتلقي.
- استعمال أدوات التسويق التجاري

ج- الفرق بين الاتصال الاجتماعي والعمومي:

توجد بعض الفروق والاختلافات بين الاتصال العمومي والاجتماعي، وهي كالتالي:

- ❖ الاتصال العمومي: في الاتصال العمومي هناك تبادل للرسائل والأفكار والآراء، حيث يُعرف تبادل الأفكار بين شخصين أو مجموعة من الناس، وهو نوع من الحوار العام أو المناقشة، وهناك العديد من الآراء وتبادل الأفكار بين الناس.
- ❖ الاتصال الاجتماعي: الاتصال الاجتماعي هو تصرفات أو سلوكيات أو ممارسات شخصين أو أكثر مع التركيز على كلا الطرفين.

⁶ محمد إبراهيم، التسويق الاجتماعي ، دار الواصل للنشر ، ط1- 2004، ص ص ، 41، 45.

- ❖ وهو أيضاً أي سلوك يحاول التأثير أو يأخذ في الاعتبار تجارب أو أغراض لكلا الطرفين، لذا فإن الاتصال الاجتماعي هو مسألة التوجه الذاتي المتبادل بين الطرفين.
- ❖ الاتصال العمومي هو جمع المعلومات والبدء في تبادلها مع الجمهور المتلقي من قبل شخص أو مجموعة من الأشخاص أو تقديم عرض تقديمي حول مواضيع محددة لإيصال رسالة.
- ❖ والاتصال الاجتماعي هو مهارات لفظية وغير لفظية وتواصل وتفاعل اجتماعي والإدراك الاجتماعي.
- ❖ بالإضافة إلى ذلك هو شكل من أشكال الاتصال غير المكتوب وتشمل سلوكيات التواصل الاجتماعي استخدام تعابير الوجه والتواصل البصري ولغة الجسد