

## المحاضرة الأولى : الاتصال الاجتماعي والتسويق الاجتماعي : المفهوم و النشأة

### 1- مفهوم الاتصال الاجتماعي :

يعتبر ميدان الاتصال الاجتماعي حديث العهد وعلى الرغم من فعاليته وقوة تأثيره إلا أنه قليل الاستعمال حتى في البلدان المتقدمة ، وهو يستهدف البحث عن التغيير لصالح المجتمع بأكمله فهو يبحث عن تطلعات و مصالح أفراد هذا المجتمع في مسائل تهمة مثل مكافحة الآفات الاجتماعية ويساهم في ترويج القيم الإنسانية .

كما يؤدي الاتصال الاجتماعي إلى التواصل بين أفراد الجماعة الواحدة عن طريق مشاركة كل فرد على حد يفي بعملية التفاعل، وهو أيضا مولد للقرارات المهمة فهو من خلال مسائله لايسعى إلى تغيير الآراء بقدر ما يتوقف على تقوية آراء معينة وحملها إلى مرحلة الفعل واتخاذ القرارات .

و يعتبر الاتصال الاجتماعي علما معقدا و متشعب الفروع يستلهم قواعده من مختلف العلوم الإنسانية ، وهو يعمل على بث و نقل القيم و العادات و التقاليد و كل ما هو ذو قيمة في ثقافة وحضارة البلد ، ثم العمل على المحافظة على السلوك الجيد و الحرص عليه و دعوة المجتمع إلى التمسك به بما يحافظ على هوية هذا المجتمع و تحقيق الترابط بين أفراداه .  
و الاتصال الاجتماعي يتمثل أيضا في نقل أفكار ورسائل من طرف أول إلى طرف ثاني هدفه تقويم السلوكيات الضارة بالفرد و المجتمع.

### 2- مفهوم التسويق الاجتماعي :

و هناك مصطلح آخر يستخدم في مجال الاتصال و الإعلام له نفس دلالة الاتصال الاجتماعي و هو التسويق الاجتماعي ، حيث أن هذا الأخير يعد مفهوما خاصا بالمسؤولية الاجتماعية إذ يقوم من خلاله القائمون بالتسويق بشر فكرة أو قيمة أو نمط سلوكي مستهدفا إحداث تأثير معين في الإطار المعرفي أو في سلوك الأفراد ، و هناك العديد من التعريفات للتسويق الاجتماعي منها :

- هو عملية تسويق أفكار تهدف إلى تغيير سلوك باستخدام التقنيات و الأساليب التسويقية و التعاون مع صناع القرار و المتخصصين و المهتمين من خلال برامج تهدف لإحداث تغيير مجتمعي .
- التسويق الاجتماعي هو التأثير على السلوك الاجتماعي لمصلحة الجمهور المستهدف و المجتمع بشكل عام ، و ليس لمصلحة من يقوم بالتسويق .

- التسويق الاجتماعي هو عملية استخدام تقنيات التسويق التجاري للتأثير على الرأي العام بهدفحث الأفراد على اكتساب سلوك جديد من شأنه أن يحسن نوعية حياتهم و صحتهم ، و بالتالي للنهوض بالمجتمع ككل.

### 3- ظهور مفهوم التسويق الاجتماعي :

وتقوم فلسفة التسويق الاجتماعي التي جاء بها في سنة 1970 كل من فيليب كوتلر Philip Kotler، وجرارد زلتمان Geraled Zaltman، وتشارلز أتكين Charles Atkin، ولورانس ولوك Lawrence Wallack وغيرهم من الباحثين في حقل الاتصال الاجتماعي ، على أساس توظيف تقنيات وخطوات منهجية في عملية التغيير الاجتماعي وفق رؤية هادفة إلى تحسين ظروف معيشة الأفراد والمؤسسات، لا سيما وأن المجتمعات المعاصرة تعاني من عدد لا يحصى من الآفات والظواهر الاجتماعية، والبيئية، والصحية، والنفسية، والتنمية الخطيرة وهي ذات تأثير مباشر على حاضر ومستقبل هذه المجتمعات .

غير أن مصطلح التسويق قد ارتبط أساسا بالسلع المادية التي يروج لها من أجل تحقيق فوائد بأسرع الطرق و أهم الإمكانيات و الوسائل ، غير أن مفهومه تطور ليصبح يشمل بشكل أوسع التسويق للأفكار و السلوكيات و المعتقدات و القيم و غيرها من المفاهيم المجردة التي تشكل حاجات أساسية للفرد و المجتمع ، و هنا يكمن التوافق بين مصطلحي الاتصال الاجتماعي و التسويق الاجتماعي .

### 4- نشأة مفهوم الاتصال الاجتماعي :

-مع تطور المجتمعات و ازدياد حجم النشاط الاتصالي و كذا الانتشار المذهل لاستعمالات وسائل الاتصال المختلفة ، برزت إلى الأفق عدة مشاكل و آفات اجتماعية أثرت سلبا على تطور هذه المجتمعات و تقدّمها، مما أجبرت حكومات هذه الدول إلى اللجوء إلى عملية الاتصال للحد من هذه الآفات و محاولة تغيير السلوكيات و المواقف السلبية

2- كما شهدت هذه الدول تضخما ماليا و نقديا من جراء المصاريف المخصصة للصحة و الأمن و التي كانت عامل تحفيز آخر للاهتمام بالاتصال الاجتماعي ، حيث استدعت هذه الظروف استعمال كل الطرق العلمية من أجل الوصول إلى عملية اتصالية ناجحة لأن هذه الأخيرة لا تقتصر فقط على إرسال الرسائل إلى أفراد و إنما لابد أن يتقبلها الفرد بدون مقاومة معينة كما يجب أن يقتنع بمحتواها و يعمل بإرشاداتها.

3- وبهذا التطور ظهر الاتصال الاجتماعي كشكل جديد من أشكال الاتصال هدفه التحكم و السيطرة على الآفات و الأمراض الاجتماعية الناجمة عن السلوكيات الضارة

**كالتدخين ، إدمان الكحول و المخدرات و كذا أزمات بيئية كثيرة كالتلوث ، التصحر و النمو الديمغرافي المتفاقم. .**

4- تعود أولى بدايات استعمال الاتصال الاجتماعي إلى أفل القرن العشرين الذي شهدت خلاله المجتمعات تغيرات كثيرة وتطورات سريعة في ميادين شتى.

5- ويعود الفضل لظهور الاتصال الاجتماعي إلى جملة من الباحثين الأمريكيين نذكر منهم على سبيل المثال لا الحصر لازار سفيلد **Lazarsfeld** ، هارولد لازويل **Harold Lasswell** و كذا **فيرنوند تيرو Fernand Theroux**، الذي وضع تشريعا جديدا للقانون المتعلق بالصحافة و الأخبار ، كما أدخل **جين سوفازال Jean Sofazel** دراسات الرأي العام .

6- و ظهر المفهوم في الدين الإسلامي - النهي عن المنكر، الدعوة إلى التسامح و الأخوة وووو  
7- و شهدت سنوات 1973 و 1977 أضخم حملة إعلامية استهدفت أمن الطريق والاقتصاد  
في الطاقة . وخصصت فرنسا أيضا في السبعينات من القرن الماضي مليوني فرنك فرنسي من  
أجل استخدام الاتصال الاجتماعي و بلغت هذه الميزانية سنة 1988 مائتين و ثلاثون مليون فرنك  
فرنسي أي ما يعادل 450 مليون دولار أمريكي .

8- واستطاع الاتصال الاجتماعي بفضل الحملات الخاصة بالقضايا العمومية التدخين، المخدرات ، الصحة أن يحتل مرتبة معينة ومكانة معتبرة في الدول الديمقراطية و بدرجة أقل في الدول النامية التي لا تدرك بعد أهميته في الحياة العامة للأفراد والمجتمعات خاصة في مجال الوقاية من الآفات الاجتماعية ، وكلما تقلصت المعوقات التي تعرقل من فعالية الاتصال الاجتماعي كالضغوط والمراقبات، فإن هذا الأخير سرعان ما يصل إلى مرتبة عالية وينال مكانة مرموقة باعتباره وسيلة فعالة من حيث تغيير المواقف و السلوكيات .