المحـــاضرة الثـــانيـــة :

أنواع وأشكال الاتصال الاجتماعي :

سوف نقوم بتصنيف الاتصال الاجتماعي وفق معياريين أساسيين هما :

المعيار الأول : مجال الاتصال الاجتماعي

يأخذ الاتصال الاجتماعي عدة أشكال منها:

أ- الاتصال الاجتماعي السياسي :

كان الاتصال السياسي أول شكل من أشكال الاتصال الاجتماعي ظهورا ، وكان ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث تم استخدام أول إعلان إشهاري موجه للمنفعة العامة في مجال السياسة ، وقد اتخذ شكل الدعاية السياسية في مجال الحملات الانتخابية ففي عام 1952 استعان الرئيس الأمريكي أيزن هاور بشركة إعلامية من أجل تدعيم حملته الانتخابية للفوز على منافسيه.

غير أنه من الناحية التاريخية فمن خلال متابعة الجهود العلمية المنظمة في هذا المجال نستطيع العثور على هذه الجهود عند الفلاسفة الإغريق ممثلة في كتابات أرسطو 322-382 ق.م مثل كتابه " السياسة والخطابة " وتطبيقات الخطابة الإقناعية لبعض القدماء أمثال الفيلسوف الإيطالي نيكولا ميكيافيلي - 1249-1327 ق .م [1]والأديب الانجليزي وليام شكسبير 1564-1616 و غيرهم كثير .

غير أن ظهور الصحافة الصفراء التي تهتم بنشر فضائح الساسة والاقتصاد في أواخر القرن الثامن عشر والتي تهتم بنشر الفضائح الأخلاقية في السياسة والاقتصاد أدى إلى تراجع نوعي عن الاهتمام بالنظرية الليبيرالية والنزوع نحو نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال الدعوة إلى ضرورة التحلي بالمسؤولية في التعامل مع وسائل الاتصال كنوع من أنواع الإصلاح الاجتماعي.

ويعتبر سولا بول Sola Pool الاتصال السياسي نشاط بعض المؤسسات المكلفة ببث الأفكار والمواقف المتعلقة بأعمال الحكومة ،وهو العمل السياسي الذي يقوم به الساسة والإعلاميون و أفراد المجتمع الذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة والمناخ السياسي و تؤثر في الرأي العام والحياة الخاصة للأفراد و الشعوب من خلال وسائل الاتصال المختلفة، وهو ما يعكسه نشاط الساسة داخل الحكومة وخارجها الذين يتخذون من وسائل الإعلام منبرا لإيصال أصواتهم للشعب أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة في صناعة القرار في العملية السياسية .

---

1 - نيكولا ميكافيلي (1469-1527) كان فيلسوفًا وسياسيًا ومؤرخًا إيطاليًا في عصر النهضة، ويعتبر مؤسس الفلسفة السياسية الواقعية. يُعرف بشكل أساسي بكتابه "الأمير"، وهو عمل يقدم نصائح عملية للحكام حول كيفية اكتساب السلطة والحفاظ عليها من خلال استراتيجيات واقعية، وقد اشتهرت بعض أفكاره بمقولة "الغاية تبرر الوسيلة".

والاتصال السياسي هو النشاط الموجه الذي يقوم به الساسة والإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة .

ب- **الاتصال الاجتماعي التربوي :**

هدفه توعية الأفراد داخل المجتمع و ذلك عن طريق تصحيح السلوكيات السلبية التي يقوم بها الفرد عن طريق تغيير المواقف و الاتجاهات المضرة بالصالح العام وهذا من أجل تحقيق منفعة اجتماعية عامة.

ونلاحظ أن أغلب الحملات الإعلامية المخصصة في مجال الاتصال الاجتماعي هي حملات تؤسس على قواعد تربوية تكون مدعومة بنصائح وتوجيهات تربوية بغية التأثير على مستقبل الرسالة ، بالإضافة إلى أنه على القائم بالاتصال مراعاة الظروف و الجو العام للمجتمع الذي توجه له الرسالة الإعلامية (المقصود هنا أن البعد التربوي موجود في أغلب عمليات الاتصال اجتماعي والحملات الإعلامية حتى لو لم يكن الهدف العام هو التربية).

ج- الاتصال الاجتماعي السيكولوجي :

و المقصود به بناء اتصال اجتماعي انطلاقا من البعد السيكولوجي.

يتم تفسير سلوك الأفراد عن طريق عناصر خارجية سواء كان مردها مفعول التجاوب أو مفعول المواجهة.

فالمفعول الأول التجاوب يخضع إلى المبدأ التالي إذا كان الفرد قليل التأثر بعادة و تكون هذه العادة غير مرتبطة بشخصه كامل الارتباط فيكون في مقدوره التخلي عنها بكل سهولة و هكذا يسهل مثلا على متعاطي التدخين غير المدمن

الإقلاع عن ذلك بطريقة أيسر ، أما مفعول المواجهة فينطوي على المبدأ التالي أن الأفراد يفضلون الإقناع بالبراهين التي تدعم آرائهم الخاصة التي من أهم ميزاتها بعث الطمأنينة في النفوس .

المعيار الثاني : الهدف من الاتصال الاجتماعي

أما مشال لوني M. le Net فصنف الاتصال الاجتماعي حسب استعمالاته وأهدافه وحصرها في الأنواع التالية:

أ- الاتصال الرامي إلى تغيير السلوك والانطباع :

من مبادئ و مقتضيات الاتصال هو التركيز على تحسين عادات الأفراد و المجموعات و السعي للتأثير من أجل تحقيق منهج قويم ، و بصفة عامة فالاتصال الاجتماعي يعمل على توعية الأفراد و الجماعات كي يتفادوا جميع الأمراض الاجتماعية و الآفات المتفشية في المجتمع و

جعلهم مشاركين و فعالين في الحملات و الدعايات المنضمة لهذا الغرض حتى تكون المجهودات مترابطة متلاحمة و الكفاح مشترك و بالتالي تكون النتائج إيجابية.

ب- الاتصال الإخباري لتوضيح الحقوق و الحقائق:

و يهدف هذا النوع من الاتصال الاجتماعي إلى تعريف المواطنين بالعناصر الجديدة ما لهم من حقوق و ما عليهم من واجبات ، و يمكن أن يكون الخبر اجتماعيا و اقتصاديا كحقوق المرأة و المسنين و المهاجرين و إشارات الطرق و اليوم العالمي للصحة و مشاكل التشغيل. كما يشمل هذا النوع من الاتصال الإعلام الإداري و الفني المتعلق بانشغالات المواطن اليومية مثل كيفية إثبات حقوقه أو مراجعة بنك المعلومات ....الخ.

ج- الاتصال الهادف لتحسين صورة المؤسسة أو المهنة :

و يعتمد هذا الشكل الاتصالي على المبدأ التجاري الثابت المتمثل في أن المنتوج يباع بسهولة عندما تكون المؤسسة التي أنتجت ذات سمعة طيبة و يخص الحملات الصادرة عن الحماية المدنية ، مصالح البريد ، الهاتف ، الغاز والكهرباء ، بالإضافة إلى الحملات الصادرة عن الوزارات وكذا حملات المؤسسات المعنية بسمعة الدولة بالخارج.

وأكدت بعض النظريات مثل نظرية مارتن فيشبين Martin Fishebin على ضرورة استخدام وسائل الإعلام في عملية الإقناع و تغيير السلوك فهي تلعب دورا هاما في عملية تشكيل الوعي من خلال ما تقوم به أجهزتها في الدعوة التوعية. نظرا لزيادة أهمية وسائل الاتصال الجماهيري في الوقت الراهن فقد أضحت أهم مصدر نأخذ منه معارفنا و معلوماتنا عن العالم المحيط بنا وسواء كانت هذه الوسائل مقروءة ، مسموعة ، مرئية ، مطبوعة فإنها تلعب دورا كبيرا في التأثير على سلوكيات المجتمع لما لديها من القدرة على تأثير لا محدود و لفت و شد الانتباه إليها بفضل عامل الجذب الذي تتمتع به و استخدامه لعدة تقنيات و فنون.