

المحاضرة الثالثة

عناصر الاتصال الاجتماعي، أهدافه وتقنياته

1- عناصر الاتصال الاجتماعي :

1-1- الفكرة الاجتماعية أو الممارسة : المنتج الاجتماعي

يعني تغيير الأفكار والسلوكيات الخاطئة أو تبني الأفكار المستحدثة أو السلوكيات الجديدة ، وهو الهدف الأساسي للتسويق الاجتماعي.
وهكذا تكون الأفكار والسلوكيات هي المنتجات التي سوف يتم تسويقها بين الجماهير المستهدفة.

و يحدد Roberto روبرتو و كلوتر Kotler أنواع المنتجات الاجتماعية فيما يلي :

أ - الفكرة الاجتماعية:

تعتبر الأفكار الاجتماعية أحد أنواع المنتجات الاجتماعية التي تأخذ شكل المعتقدات والاتجاهات والقيم.

ب - الممارسة الاجتماعية:

هي النوع الثاني من المنتجات ، وربما تكون هذه الممارسة هي مجرد تصرف فردي مثلما يخرج فرد من أجل التطعيم أو يغادر فرد آخر منزله من أجل التصويت في الانتخابات، وقد تكون الممارسة سلوكاً كأن يتم تأسيس نموذج سلوك بديل كأن يترك المدخن التدخين.

ج - الشيء الملموس:

وهو مثل الوسائل المختلفة لتنظيم الأسرة، والتي يتم توزيعها أثناء الحملات الإعلامية. ومن الأمثلة على الأشياء الملموسة حزام الأمان الذي يتم التسويق له من أجل الحفاظ على صحة وحياة الأفراد كأحد الممارسات الداعية أثناء القيادة.

1-2- المتبين المستهدفون :

يستهدف المسوقون الاجتماعيون مجموعة أو أكثر من المتبين المستهدفين وعليهم أن يأخذوا في اعتبارهم العديد من المتغيرات لأن كل مجموعة مستهدفة من الجمهور تكون لديها مجموعة معينة من المعتقدات الاتجاهات والقيم ومعرفة المتبني المستهدف من خلال متغيرات اجتماعية، نفسية، سلوكية تجعل تنبؤات المسوق الاجتماعي دقيقة، وهذه التنبؤات بدورها تعتبر متطلبات أساسية من أجل التأثير على النتائج.

1-3-وسائل أساليب التغيير الاجتماعي:

لابد أن تكون مناسبة للفكرة ، الوقت ، الجمهور المستهدف .

2- أهداف الاتصال الاجتماعي :

يمكن تلخيص مجمل أهداف الاتصال الاجتماعي فيما يلي:

أ- هدف توجيهي ثقافي وتعليمي:

ويتمثل في إكساب المستقبل اتجاهات جديدة وتغيير مواقف وأراء قديمة أو العمل على تثبيتها بغرض المحافظة عليها، بالإضافة إلى توعية الأفراد وزيادة معارفهم بقصد مساعدتهم وتبصيرهم بما يدور حولهم من أحداث كما يتوجه الاتصال الاجتماعي إلى إكساب المستقبل خبرات ومهارات ومفاهيم جديدة.

ب- هدف ترويجي ترفيهي:

وهذا عن طريق إدخال البهجة والسرور والإقناع إلى نفس المستقبل.

ج - هدف إداري:

ويتحقق هذا الهدف عند تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

د- هدف اجتماعي:

وهذا يتم عن طريق زيادة الاحتكاك بين أفراد الجماهير بعضهم البعض حتى تقوى الصلات الاجتماعية بينهم وقد يجمع الاتصال الاجتماعي بين أكثر من هدف وفي وقت واحد.

ويعتمد القائم بالاتصال الاجتماعي على حجج وبراهين وذلك حتى يتمكن من الوصول إلى عينة من الأهداف المشتركة بين أفراد المجتمع والتي تساهم في ضمان الاستقرار الاجتماعي.

ومن بين الأهداف التي يرمي إليها الاتصال الاجتماعي أيضا:

- يحاول القضاء على الآفات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع.

- المساهمة في توعية المجتمع بدوره في الحياة الاجتماعية وأهمية التضامن والتماسك الاجتماعي في تحقيق التنمية.

- يهدف إلى توعية المواطن وثبتت الحس المدنى والاجتماعى لديه.

- نشر سلوكيات جديدة تصب في مصلحة الجماعة والقضاء على السلوكات السلبية.

3- الحملات الإعلامية كأهم تقنية من تقنيات الاتصال الاجتماعي :

حتى تتمكن وسائل الاتصال الاجتماعي وبالأخص الوسائل المسموعة والمرئية والمقرئية من أداء مهامها بنجاح مع الوصول إلى الإقناع والتأثير على الأفراد المختلفين في المجتمع لابد أن تكون للرسائل المقدمة قوة التأثير والجاذبية، وهذا للوصول إلى أكبر فئة ممكنة من المجتمع

وبالتالي تغيير سلوكياتهم السلبية والتأثير بصفة ايجابية على مواقفهم حتى يتم تحقيق صلاح المجتمع ككل.

ولعل أهم تقنية يستخدمها الاتصال الاجتماعي هي **تقنية الحملات الإعلامية** سواء كانت من أجل نشر الأفكار أو المعلومات أو تعديل سلوكيات سلبية من أجل تعميمها على شريحة معينة كحملات التوعية الصحية وحملات الوقاية من حوادث المرور...الخ .

والحملة الإعلامية في إطار الاتصال الاجتماعي هي البحث عن طريقة لإيصال الفكرة إلى المتلقى بأكثر إقناع ، فأفضل الحملات هي التي تقدم في محتواها حلولاً للمشاكل وتقترن ما هو إيجابي بديلاً عن السلبي ، وتحتوي على حلول عملية وتنظر كيفية التصرف أثناء حدوث المشكلة فالرسالة تقوي الفكر حول موضوع معين في وقت معين وتقدم الحلول، وكمثال عن ذلك فالحملة التي تتعلق بحوادث المرور وضرورة استخدام حزام الأمان ، فلا تكتفي الحملة هنا بأن تذكر أن ترك حزام الأمان خطير بل تستعين الرسالة بشخص يظهر كيفية استخدام حزام الامان كنموذج يستعين به الجمهور و يجعل المتقين يشاركون في العملية وفي السلوك، حيث تقدم تبريرات وهو أمر مهم مع إظهار الخطر الذي يواجه الفرد عندما يقوم بالسلوك السلبي .

وتعتبر الحملات الإعلامية من أهم النشاطات الاتصالية وهي سلسلة من الرسائل التي تستخدم موضوعاً أو مسألة محددة وتحلّل إنجاز هدف معين وقد تكون محلية أو وطنية وتستمر من عدة أسابيع إلى عدة سنوات .