

❖ مكونات الإتصال الإجتماعي .

إن التجربة والخبرة في هذا الميدان إضافة إلى اكتمال المعلومات المكتسبة عن موضوع الحملة كلها عوامل تساعد في إنجاح العملية الإتصالية، كما يستدعي هذا النجاح معرفة بعض التوجيهات المرتبطة بالتطبيقات الفعلية للإتصال، هذه الأخيرة تتمثل في مكونات العملية نفيها والتي تؤدي إما الى رفع نسبة نجاحها أو خفضها ، يضم الإتصال الإجتماعي عدة تقنيات في تطبيق الحملة الإعلامية منها:

- **اللغة:** لقد ميز كل من كانط (Conte) وليفي سطورس (Levi Strauss) بداخل النموذج المعروف للاتصال (عملية تبادل الرسائل المفعملة بالمعاني بين مرسل ومستقبل) ثلاث وظائف أساسية :

- وظيفة التعبير .

- وظيفة الإقناع .

- وظيفة الإعلام .

ما يهمننا الآن هو البحث عن وظيفة التعبير التي تعتبر جزء من مجموعة كبيرة من نظام خاص بالإنسان والتي نسميها "اللغة" إذ تحتوي على كل الحركات الجسدية الميمية، الأصوات والعلامات المجتمعة ولذلك عرفها قبيوم (Guillaume) على أنها منظومة من الإشارات المجتمعة وخصصها للإنسان ككائن اجتماعي عاقل.¹

تعد اللغة من المكونات الأساسية للإتصال الإجتماعي وتجسيدا لهذه الأهمية يقول فولنير (Folnire) "إن اللغة أهم مافي العالم، فهي أم الحوادث و العنصر الأساسي في الأحاديث ، منبع الحروب والإتفاقات بين الدول، فاللغة إذا ركيزة العملية الإتصالية وترتكز هذه الأخيرة على جانبين :

القناة واللغة : تتضح لدينا أهمية القناة في خطابات الرؤساء الدول التي غالبا ما تدرج في التلفزيون كون الجمهور أكثر عددا وتأثرا في هذه الحالة، أما اللغة فهي المادة الأولى لكل اتصال من أي نوع كان .

لذلك يتعين على القائم بالإتصال أن يستعمل لغة ملائمة لظروف المتلقي وملائمة للقناة المستخدمة، وقد كان تضاعف عدد الرسائل الإعلامية نتيجة منطقية لتطور الحياة والتقدم التكنولوجي ولضمان وصول الرسائل الإعلامية فإن الحملات الإعلامية هي "الفن" الأمثل لذلك لأنها تقتضي إدماج كل الوسائل فيها بالأخذ بعين الإعتبار عامل اللغة ، فاللغة إذا هي العنصر الأساسي في أي رسالة إعلامية وتساهم بنسبة 90% في إنجاح الحملة الإعلامية وهذا يدعو إلى التركيز على عنصرين:²

- **العنوان:** وهو الصورة التي تعكس النص بنسبة 10 مرات أكثر من السطور التي تليه، تعمل خصائصه على شد انتباه القارئ وهو بمثابة العمود الفقري للعملية ككل، ينبغي أن يحتوي على 6 كلمات على الأكثر ويكون معبرا عن موضوع الحملة، التجديد، الذكاء، الإبتكار كلها صفات يتصف بها العنوان الناجح .

- **الصورة:** تعوض في كثير من الأحيان النص، يظن المختصون بأن الإثنين لا يأتيان معا اللغة والصورة، فإما الأولى أو الثانية ويقترح ميشال لوني بأن تستعمل الحملة اللغة والصورة معا، وتتطلب الصورة السهولة

¹ Denis Huisman : **Le dire et Le Faire, Ed sedes réuines .CDU, 1983, p18**

² Denis Huisman : OPCIT, p18

والإنسجام فهي أكثر تعبيراً من الرسوم، إضافة إلى الإهتمام بالألوان بحيث تعبر الحارة منها عن الفرح الباردة عن الحزن.³

المطلب الثالث: أشكال الإتصال الإجتماعي .

إن الإتصال نشاط اجتماعي وحقيقة أساسية للوجود الأنساني، أخذ أشكالاً وأساليب ووسائل مختلفة في تطوره من مجتمع لمجتمع ومن جيل لآخر، ونعني بالإتصال العملية التي يقوم بها الشخص بنقل رسالة من طرف لآخر، بحيث تحمل المعلومات أو الآراء أو الإتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لهدف معين.⁴

لقد تعددت أشكال الإتصال الإجتماعي وفيما يلي نذكر أهمها :

1. الإتصال الإجتماعي السياسي: إن ظهور أول شكل من أشكال الإتصال الإجتماعي كان في المجال السياسي، وكان ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث استخدم أول إعلان إشهاري موجه للمنفعة العامة في مجال السياسة وقد اتخذ شكل الدعاية السياسية في مجال الحملات الإنتخابية، فمن أجل إنجاح العملية الإنتخابية والفوز على منافسيه وإبعاد خصومه، استعان الرئيس الأمريكي "أيزنهاور" بشركة إعلانية من أجل تدعيم حملته الإنتخابية في سنة 1952.⁵

ومن هنا أصبح الإتصال السياسي شكلاً من أشكال الإتصال الإجتماعي، سواء انطلق من السلطة إلى المواطنين كما في الدعاية أو الإعلام أو من المواطنين إلى السلطة كما هو الحال في الإنتخابات السياسية.

يعتبر "سولا بول" (sola pool) الإتصال السياسي على أنه نشاط بعض المؤسسات ببيت الأفكار والمواقف المتعلقة بأعمال الحكومة، مؤكداً بأنه الإتصال الأمتل للمواطنين من أجل حل بعض المشاكل و الأزمات الإجتماعية والإقتصادية مثل: البطالة والتضخم وتنمية القيم الثقافية، الإجتماعية، الأخلاقية والوقاية من الظواهر الإجتماعية السلبية كالوقاية من الأمراض وحوادث المرور وكل ما من شأنه إفساد المجتمع وقيمه وأخلاقه .

يتفق الكثير من الباحثين على أن الإتصال الإجتماعي أشمل من الإتصال السياسي لأنه يتعامل مع المجتمع بأسره، فالنصيحة الإجتماعية جزء من العملية السياسية و تساهم في عملية تكملة حلول المشاكل السياسية، إلا ان نهاية النصيحة الإجتماعية أشمل بكثير من الرغم من اختلاف الوسائل التي تستعمل من أجل بلوغ الأهداف المسطرة والتي تظهر من خلال الحملات الإعلامية المتبعة لكن يبقى العامل المشترك هو خدمة الصالح العام.⁶

2. الإتصال الأجتاعي التربوي: يهدف أساساً إلى توعية الفرد داخل المجتمع، وذلك عن طريق جلب الإنتباه إلى ما يجب أن يكون الفرد عليه وتصحيح السلوك الإجتماعي القائم قصد الرفع من مستوى أفراد المجتمع ودفعه إلى التحضر والرقي.

صالح خليل أو أصبع: الإتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999 ص. 11³

⁴ Michel Le Net : La communication publique, pratique des campagnes d'Information, OPCIT,P13

⁵ Michel Le Net : La communication publique, pratique des compagnes d'Information,OPCIT,p13

⁶ IBID, p21.

إن معظم الحملات الإعلامية في الإتصال الإجتماعي تتخذ شكلا تربويا بالإعتماد على رسائل واضحة وبسيطة، كما أن الإتصال الإجتماعي ذو الشكل التربوي لا بد أن يراعي فيه القائم بالحملة المحيط العام للمجتمع الذي توجه له الرسالة وذلك من أجل تحقيق التجاوب مع المحيط وبالتالي يحقق هدفه المتمثل في تأدية مهمته التربوية .

3. الإتصال الإجتماعي السيكولوجي: إن تغيير سلوك الأفراد عن طريق عناصر خارجية سواء كان مصدرها مفعول (التجاوب) أو مفعول (المواجهة)، فالمفعول الأول (التجاوب) يخضع إلى المبدأ التالي: "إذا كان الفرد قليل التأثر بعادة وتكون هذه العادة غير مرتبطة بشخصه كامل الارتباط فيكون في مقدوره التحلي عنها بسهولة".

وهكذا يسهل مثلا على متعاطي المخدرات غير المدمن الإقلاع عن ذلك بطريقة أسهل، أما مفعول المواجهة فينطوي على المبدأ التالي: "إن الأفراد يفضلون الإقتناع بالبراهين التي تدعم آرائهم الخاصة والتي من أهم ميزاتنا بعث الطمأنينة في نفوسهم أما إذا كانت البراهين لا تدعم آرائهم فإن العقدة تحصل ومفعول الحملة يتعثر".⁷

⁷ Michel Le Net : L'état Annonceur, OPCIT,p22.