

❖ تقنيات الاتصال الاجتماعي وأشكاله

تقنيات الاتصال الاجتماعي

عرفت الحياة تعقيدات اجتماعية مختلفة مما أدى إلى الإستعمال المكثف لوسائل الإعلام خاصة في أواخر القرن الماضي وهذا من أجل التغيير، الإقناع والدفاع عن أفكار معينة للوصول إلى التأثير على الآخرين بما يبث عبر وسائل الإعلام من تقنيات الإتصال الاجتماعي، وللحصول على الخطوة التي تقودنا إلى إقناع الآخرين بما يبث عبر وسائل الإعلام من رسائل لا بد من إظهار الحقيقة أو نشرها ثم تكرارها حتى يصدقها الجميع وتستند تقنيات الإتصال الاجتماعي إلى مبدئين أساسيين هما :

- مبدأ متعلق بالمفهوم : قاعدة الوحدات الثلاث (الموضوع، الوقت والشمولية).
- مبدأ وظيفي : قاعدة المكونات الثلاث أو (الشعار، الرمز والاستراتيجية¹).

1. قاعدة الوحدات الثلاث: أخذت هذه الوحدات من محددات المسرح الكلاسيكي المكان، الفعل، الوقت وذلك للإقتراب أكثر من النوعية العالية، والإتصال الاجتماعي التزم بنفس المحددات مع تغيير طفيف في الموضوع الوقت والكلية .

- **وحدة الموضوع :** لا بد من التمسك بموضوع واحد في صلب الحملة، لا بد من التمسك بموضوع واحد في صلب الحملة ، فمثلا حملة إعلامية متعلقة بأمن الطرقات فإما أن نتناول موضوع حزام الأمن أو السرعة أو التجاوز الخطير أو عدم استعمال الهاتف النقال أثناء السياقة ، بحيث لا يمكن لحملة واحدة أن تعالج عدة ظواهر في آن واحد لأن الجمع بين أكثر من موضوع يترتب عنه تشتت الانتباه والابتعاد عن الموضوع الحقيقي .

- **وحدة الزمن :** لا بد أن تلتزم عملية الإعلام بمدة مضبوطة ومدققة و حسب طريقة علمية وبدون انقطاع غير مبرمج .

- **وحدة الشمولية (الكلية):** أن اثر العملية الاتصالية معتبر ولا نستطيع حصره ولكن ليكون هذا الأخير إيجابيا ينبغي أن تكون الجهود المبذولة مكثفة في حملة واحدة وهكذا من الممكن أن تكون النتائج ايجابية أكثر مما تكون عليه إذا وزعت هذه الجهود على حملات كثيرة ومن العوامل المساعدة على ذلك هو التقليل من الجماعة والجمهور المستهدف المراد دراسته خاصة إذا كان العامل الجغرافي والمالي يسمحان بذلك .

2. قاعدة المكونات الثلاث : تستند عملية الاتصال الاجتماعي على تقنية تعتمد على ثلاث مكونات هي :

- **الإستراتيجية :** تقوم بوظيفة تنظيم العملية الاتصالية وتعد الرسائل الاعلامية التي تبثها النصوص، الإعلانات، الأفلام، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني.

- **الشعار:** يلخص في جملة قصيرة وتخدم الفكرة التي يراد إيصالها للمتلقي .

- الرمز : هو الإمضاء المكتوب للحملة الإعلامية اضافة إلى أن الترجمة الصوتية هي المؤشر الذي يعلن عن نهاية بث الرسالة الإعلامية.²

3. إطار الرسالة: تتناول الرسالة عند تصورها الصيغة العامة واللهجة والمحتوى والتقديم ويمكن أن تتجه الرسالة إلى إثارة الخوف أو الهزل، غير أن المزاج يتطلب كل الحذر حتى لا يؤول إلى نتائج عكسية وعلى سبيل المثال ما حدث بفرنسا من خلال معلقة هزيلة تتعلق بأمن الطرقات أدت إلى تقلص وضع الحزام بنسبة 14% مما كانت عليه .

كما أن اللجوء إلى الجنس يستوجب الكثير من الحذر والاحتياط وقد أسفرت الدراسات المجراة في هذا الشأن عن تناقضات متعددة حيث انها أفرزت مثلا نجاحا بالسويد بينما مازالت محل نظر بفرنسا، كذلك لهجة الرسالة قد تكون خفيفة مرحة أو حادة و قاطعة وقد تبدو حسب الصور جميلة تعجب الأنظار أو بشعة ، تثير الفتنة أو هادفة وتحض على الأخلاق، لذا يجب أن تعبر الرسالة عن فكرة واضحة وهذه الفكرة يجب أن تعكس انشغالا ما أما الشعار المقابل فيكون وحيدا ولا يمكن أن يحل محله موضوع آخر.

تقديم الرسالة أيضا يتعين عليه ان يكون مثيرا للإنتباه ومقتعا بالحجة، فمن شروطها الوضوح وسهولة الفهم وهذا ما يجعلها ذات فعالية وختم الرسالة يعني تجاريا العلامة الدالة على الخدمة المباعة ، فهو يعكس حقيقة المؤسسة التي تنتج البضاعة ويضمن مصداقيتها والعنصر المهم في رسالة الاتصال الاجتماعي هو ناشر الخبر ومدى مصداقيته في نظر العموم ويجدر إبراز سببين هاميين من ختم الرسالة وهما :

التذكير بمصدر الرسالة والإعلام عن رقابتها وهذا الختم يكون أيضا بالصوت و الصورة فالمنبه الصوتي يجلب السمع ويدعم حاسة البصر لترسيخ الشعار في الذهن، والشعار المكتوب ينبغي أن يوضح في جملة مضمون الحملة ومن الضروري أن تخضع تصوراته لقواعد أساسية تتمثل في إسداء النصيحة مع الإختصار والتكرار اللازم.³

أما الرمز فهو الشكل الخطي الملخص للشعار وهو يعرف الرسالة المراد تمريرها ويجب أن يكون بسيطا، موجود في كل مكان وفي مقدوره إحداث التأثير على الفكر .

4. النص والصورة : القواعد الفنية للرسالة الاجتماعية سواء تعلق الأمر بمضمونها أو تصور شعارها تقتضي ضرورة الجودة والنوعية وهذه المتطلبات ترتبط بالعنوان والنص والصورة .

- **العنوان:** يكون بمثابة الصورة المميزة للنص ، كما يجب أن يكون مختصرا (معدل 6 كلمات).

- **النص:** النص الأكثر فعالية هو الذي يتميز بالبساطة ولا يحتوي على جمل طويلة ، طباعته واضحة وقراءته ميسورة .

- **الصورة:** تمثل الصورة الدعامة المرئية للرسالة، فعلى سبيل المثال تبدو الصورة الحقيقية أقوى تعبيراً من الرسم بالألوان الدافئة المتباينة كما أن اللون الأسود يناسب أكثر الرسالة الحادة ويزيد في إعطائها لهجة درامية.⁴

³ Michel le net : l'état Annoceur, OP.CIT,pp29-32.

⁴ IBID: p31.

