

المحاضرة 01: الاتصال العمومي

مفهوم الاتصال العمومي: إن كان الاتصال عبارة عن نوع من التفاعل الاجتماعي من خلال الرسائل المرسلة ومجموعة من العمليات تؤدي إلى زيادة الشيوخ والمشاركة والعمومية، فهو شئ مشترك بين المشاركين في هذه العملية، لأن الاتصال نشاط يستهدف العمومية أو الشيوخ والانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو مجموعات، باستخدام الرموز ذات المعاني المحددة والمفهومة لنفس الدرجة لدى كل من الطرفين، لذلك فعملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام هو التأثير في المستقبل حتي تتحقق في الخبرة مع المرسل وينصب هذا التأثير على أفكار المستقبل لتعديلها أو تغييرها أو على اتجاهاته أو على مهاراته وعندما يكون هذا التأثير متجها نحو تغيير أو تعديل اتجاهات وسلوكات نحو الأفضل لصالح المجتمع ككل، فإن هذا النوع من الاتصال الهادف نحو المصلحة العامة للمجتمع اصطلح عليه تسمية **الاتصال العمومي**.

وهو تجاوز مجرد تبادل المعلومات بين طرفي الاتصال، بل انه أوسع من ذلك عندما يحاول التأثير على الآخرين بالاقناع من أجل تعديل المعارف والمواقف والآراء والسلوكات سعيا نحو مصلحة المجتمع كهدف أساسي له فهو بذلك يستجيب للمصلحة العامة خاصة في مجال مكافحة الآفات الاجتماعية وترويج القيم الأساسية، فهو بذلك يحفز ويدعو كل فرد كم المجتمع لأخذ نصيبه من نصيبه من المسؤولية لمصلحة المجتمع. كثيرا ما يشار إلى الاتصال العمومي على أنه تبادل للمعلومات، فالالاتصال لا يعني الاعلام والاستعلام فقط، وإنما يعني الاقناع أي تغيير آراء وسلوك الآخرين لفائدة إصلاح المجتمع ككل، فالالاتصال يصبح اجتماعيا عندما يبحث عن تغيير وتعديل لصالح المجتمع، عندما يجيب إلى تطلعات ومصالح أعضاء هذا المجتمع في مسائل تهمة كمعالجة المشاكل الاجتماعية، ترويج قيم انسانية، ويصبح اتصالا اجتماعيا عندما يكون هدفه تصحيح سلوكات اعتبرت مجحفة بالقدر الكافي لتبرير عملية جماعية يسمح بذلك بجذب موافقة أكبر عدد ممكن للقيام بمهمة مشتركة فهي تدفع كل فرد لأخذ حصته من المسؤولية لخدمة المجتمع.

فالالاتصال الاجتماعي هو علم نقل الأفكار الجديدة من طرف إلى طرف ثاني، وهو الركيزة الأولى للسلطة التي تستعمله من أجل تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي عن طريق المنظمات العمومية أو الجمعيات التي تخدم المجتمع بصفة عامة.

ويرتكز هذا النوع الاتصالي علي العنصر الأخير من نموذج لازويل الذي يخص الآثار وعلي النتائج المترتبة عن التأثير المرتبط بالإقناع. وقبل كل شئ هو توزيع المعلومات النافعة للجمهور والهامة من المعطيات

المشتركة للجمهور من أجل ممارسات أفضل في الحياة الجماعية للمواطن وتعزيز الروابط الاجتماعية فـرهان الاتصال العمومي، هو إعطاء معنى للفعل العام لتحقيق المنفعة العامة للمواطن، وفي هذا الصدد يرى بيار زيمور أن جوهر الاتصال العمومي هو المصلحة العامة (الخدمة العمومية)

يعرف "ميشال بوشون" ورفاقه الاتصال العمومي على أنه مجموعة من الظواهر الخاصة بإنتاج ومعالجة ونشر المعلومات التي تعكس ردود الفعل، وخلق وتوجيه المناقشات حول الرهانات العامة، والاتصال العمومي ليس فقط نشاط اتصالي خاص بممارسات وسائل الاعلام وإنما هو قضية خاصة بجميع الفاعلين (مؤسسات، شركات، جمعيات، منظمات المجتمع المدني، والمجموعات الناشطة في المجال العام).

نشأة الاتصال العمومي: تعتبر البدايات الأولى لظهور مفهوم الاتصال العمومي كان في أعمال العالم الأمريكي "ولبر شرام" في الخمسينيات والستينيات، والتي تجسدت في شكل حملات واسعة سماها هو "بحملات الاتصال العمومي" تمت مباشرتها بهدف اقناع الناس بسلوكات ما يمكن في النهاية قياسها عبر وسائل منهجية، لكن هذه الحملات التي جاءت في أجواء مرتبطة بالحرب الباردة وكانت السمة الغالبة عليها هي الدعاية، لذلك وجه "برناد مياج انتقادات للقول بأن شرام يعد المؤسس الفعلي للاتصال العمومي، ودعا تعقيبا على ذلك إلى ضرورة الفصل بين الاتصال العمومي والسياسي، مبرزا بأنه لا بد من عدم الخلط بين العمومي والسياسي في الاتصال.

ويمكن رصد أول منعرج تاريخي في تطور الاتصال العمومي لحظة توقيع معاهدة "واست فاليا" في 1648 وهي المعاهدة التي انتقلت بأشكال التجمع البشري نحو أفق جديد وهو الدولة، الأمة، أما المنعرج الثاني لتطور الاتصال العمومي فيمكن في ظهور النظام الديمقراطي في الو.م.أ.

كما أنه إذا درسنا نشأة الاتصال العمومي نجد انه وجد بتواجد "البلاغة" وفن البلاغة الذي برع فيه "أرسطو" التي عرفها بأنها جميع الوسائل المؤدية إلى الإقناع والتأثير على الطرف الآخر سواء على سلوكه أو تفكيره لخدمة أغراض معينة عن طريق الاستمالة والتأثير على العواطف أو استهداف عقل المتلقي باستخدام الحجج والبراهين.

يرى ميشال لونات أن الاتصال العمومي تطور تدريجيا إلى جانب أنماط الاتصال كالدعاية والإشهار التجاري بفضل الانشغالات الاجتماعية واهتمام الحكومات إلى زيادة استعمال الإعلام من أجل خدمة الأفراد وكيفية استقبالهم للرسائل الخدمائية ودون اعتراض لغرض إقناعهم بمحتواها والعمل بإرشاداتها وهذا لم يكن ليتم إلا بإعداد جيد لتلك الرسائل.

عمليات الاتصال العمومي بدأت في فرنسا ثم أوروبا حيث بدأ يأخذ مكانه للتنقيف وتعديل الآراء من أجل الوقاية، وبدأت تظهر أولى بوادره بين 1973 و 1977 للوقاية من حوادث المرور واقتصاد الطاقة والتربية الصحية.

وقد عرف حقل الاتصال العمومي في التطور نموذجين، النموذج الفرنكوفوني ويتكرر في إيطاليا ، بلجيكا وفرنسا، ويعتمد على القطاع العام واحتكار الدولة للمجال العمومي بكل قضاياها من خدمات، مواطنة، تنظيم الحريات، تحقيق المصلحة العامة، وتعتمد ميزانية تمويله على موارد الدولة وتحديد الضرائب، ومن أهم أسباب تطور هذا الحقل ظهور قضايا المثليين، قضايا انتشار الإيدز في فرنسا والمناداة بحماية حقوقهم حيث تحركت منظمات المجتمع المدني ووجدت الدولة نفسها ملزمة على احتكار الفضاء العام وإدارة كل ما هو عمومي ، وبذلك فهو اتصال مقيد وغير تنافسي.

أما الحقل الثاني والذي تطور في الدول الأنجلوسكسونية وتمثله الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، يغطي المجال العام بشكل أوسع مشاركة القطاع الخاص والمؤسسات والحركات، والجماعات التي تتدخل في الساحات العمومية ، أما في هذا النموذج فالالاتصال العمومي غير مقيد وتنافسي.

مبادئ الإتصال العمومي: حدّد بيار زيمور مجموعة من المبادئ:

1. عدم اختزال المواطن إلى مستهلك.
2. التميز عن الاتصال السياسي.
3. تقاسم الوظيفة الإعلامية مع وسائل الإعلام.
4. المراهنة على إشراك المواطن.

وهناك تصنيف آخر الذي يتمثل في:

الملائمة: PERTINENCE هذا المبدأ هو نتيجة مباشرة لسابقه إذ لا بد من وجود تناسق في عناصر العملية الاتصالية ومنه يتحقق التناغم والتوافق في الاتصال وتظهر تلك الملائمة في السياق من حيث أهمية المعلومة وأسلوب صياغتها

الزمن أو الوقتية: TEMPORALITÉ الاتصال هو مسألة وقت وحسب التسلسل الزمني والرغبة في التواصل هو رغبة في بناء علاقة وهي تتطلب وقت لبنائها، وليسمح الزمن بناء هذه العلاقة لا بد من إتباع عملية متسلسلة وبما أن هدف الاتصال العمومي هو التوجه للأخر أي خلف علاقة والحفاظ عليها فإن ذلك يتطلب الوقت

مبدأ النسقية: هناك ثلاث عوامل تجعل الاتصال في قلب العملية النسقية أولى تلك العوامل أن الاتصال العمومي يتواجد في قلب نسق مفتوح ، وهو بطبيعته مفتوح على بيئته وفي حركة مستمرة الاتصال غالبا ما

يحمل خطاب التغيير سيصطدم مع مقاومة أولئك الموجودون في النسق، واخيرا الاتصال العمومي على علاقة تبادلية تكاملية، مع القطاعات الأخرى

مبدأ التفاعل: فالالاتصال الناجح يحصل على رد فعل من المتلقي والذي يعتبر مؤشرا على فهم الرسالة أو تحقيق الهدف من الاتصال ، والهدف من الاتصال هو الحصول على ردود أفعال

المواجهة. : CONFRONTATION الاتصال العمومي هو الرابط الافتراضي والرمزي ، حيث تجتمع مختلف التصورات والمتمثلات لنفس الظاهرة . فهو يجسد منطق مواجهة الأنساق المختلفة ، فهو ليس نفيا لاختلاف الراي وإنما قبول الحوار والمناقشة

الحتمية: لا يمكن إلا أن نتصل on ne peut pas communiquer تسجل هذه المقولة قوتها عندما يتعلق الأمر بالاتصال العمومي فمهمة القائم بالاتصال العمومي هنا تحرم عليه الصمت ،فالاتصال العمومي ليس دائما فعل طوعي، لكنه رسمي وواعي وموجود دائما ومخطط.

الغيرية ALTERITE **التوجه للأخر:** الاتصال هو التوجه للأخر، لذلك يجب الاعتراف ومعرفة كيفية التكيف ضمن وظيفة الاتصال، فالتواصل لا يمكن أن يكون فعلا من جانب واحد فيجب أن يهدف لتحقيق الرضا للمصدر نفسه، لذلك هذا المبدأ يقترح وجود شرطين على الأقل

هذا المبدأ يعني وجود شرطين على الأقل :**التعاطف وعدم وجود أحكام قيميّة**

- **التعاطف:لأنه** من الضروري أن نرى بعيون الآخرين، لفهم ما قد يكون شعورهم.

-**غياب الأحكام القيميّة** :لأنه كما ذكرنا من قبل، وأنها ستكون العديد من العقبات في خلق علاقة حقيقية كما ترون، هذا يذهب أبعد من مجرد "الاستماع

الخصوصية Spécificité : الاتصال العمومي ليس هو مضمون الرسالة وليس هو المصدر لكنه الوسيلة **النزاهة Intégrité** يستند الاتصال العمومي للأخلاقيات المهنة ورؤية خاصة للعلاقات بين " المواطنين " في علاقة أو تطور إيجابي متبادل ذو هدف واحد

❖ أهداف الاتصال العمومي:

- يهدف الاتصال العمومي إلى تحقيق المصلحة العامة، وتزويد المواطنين بمختلف المعلومات الرسمية المرتبطة بنشاط المؤسسات الحكومية على المستوى المحلي أو الوطني....الخ، وبالتالي فهو لا يهدف إلى مصالح تجارية بأي شكل من الأشكال.

- الجمهور المستهدف في الاتصال العمومي مواطن وليس مستهلك، ومعنى ذلك أن القائم بالاتصال العمومي ينظر إليه كمواطن لديه حقوق وواجبات ويتواصل معه على هذا الأساس من خلال تقديم المعلومات

والحملات التي تعزز تمتعه بحقوقه وإلزامه بواجباته، في المقابل لا يجب النظر إليه كمستهلك والتواصل معه واستهدافه كزبون تقدم له حملات تسويقية لشراء سلع أو الاستفادة من خدمات مدفوعة.

- توفير معلومات صادقة، دقيقة وتحديثها بشكل دوري وضمان وصولها إلى الجمهور عبر مختلف قنوات التواصل الممكنة، وذلك حول مختلف القضايا التي تهم هذا الجمهور وتمس مصالحه وتؤثر في المحيط الذي يعيش فيه.

- يهدف إلى التأثير في المواطنين من خلال تغيير سلوكهم أو معتقداتهم لتحقيق مصلحة عامة من خلال الحملات التوعوية في مجال الصحة، المجتمع والتعليم وغيرها، وإقناع أفراد المنظمة بالاستجابة لمصلحتهم أو مصلحة المنظمة أو المصلحة العامة.

❖ مستويات الاتصال العمومي:

1. **الاتصال العمومي المحلي:** وهو الاتصال الذي تقوم به المؤسسات المحلية على غرار مديريات البيئة مثلا من خلال التوعية بالمحافظة على الغابات، مديريات السياحة في موسم الاصطياف من خلال إعلام المواطنين بحالة البحر وغيرها

2. **الاتصال العمومي الوطني:** وهو الاتصال الذي تقوم به المؤسسات الرسمية الوطنية مثل وزارة الداخلية من خلال صدور قوانين جديدة تتعلق باستخراج الوثائق، أو وزارة الشؤون الدينية خلال المناسبات والأعياد الدينية وموسم الحج بشكل خاص خلال حملات اتصال تهدف إلى توعية الحجاج

3. **الاتصال العمومي الإقليمي:** وهو الاتصال العمومي الذي تقوم به الهيئات والمؤسسات الرسمية الإقليمية، ويمكن هنا أن نذكر على سبيل المثال مفوضية الاتحاد الإفريقي

4. **الاتصال العمومي الدولي:** وهو الاتصال العمومي الذي تقوم به الهيئات والمؤسسات الرسمية الدولية وتهدف من خلاله لتحقيق المصلحة العامة، ولعل أبرز مثال على ذلك منظمة الصحة العالمية، والتي تقوم بنشر تقارير وبيانات حول وباء كورونا عبر وسائل الاعلام ومواقعها الرسمية عبر الانترنت بهدف توعية المواطنين من مختلف أنحاء العالم بالاجراءات الوقائية

الاتصال العمومي يهدف إلى تحقيق خدمة عمومية ويخاطب المواطنين في المجتمع ويهدف إلى التأثير فيهم

وذلك عن طريق الحملات