محاضرة رقم 12

اعداد وإنتاج العلاقات العامة التفاعلية (الإعلام التفاعلي)

يعتبر الاعلام التفاعلي النموذج الذي بدأت ملامحه مع نهاية القرن 20 وبداية القرن 21، وقد أطلقت عليه هذه التسمية ارتباطا بالميزة الرئيسية التي يتميز بها وهي خلق المشاركة بين كل من طرفي او عنصري عملية التواصل بما يضمن تحقيق الهدف من عملية الاتصال أو الرسالة الإعلامية. جاء بالعديد من المفاهيم ولعل أبرزها البحث والوصول والعودة والسرعة والسهولة خلق المشاركة بين أطراف عملية الاتصال في نظام سمح به الحاسب نيابة عنا. التفاعلية: مكون في النظام الحاسوبي سيطر على الإنسانية عبر فضاء على بناء محتوى اتصالي وتركيبه.

الانترنت: شبكة عملاقة تضم 10 ملايين من الشبكات والحواسيب المرتبطة ببعضها البعض عبر مجموعة من النظم تضم مجموعة من المعلومات (محرك بحث، مواقع التواصل الاجتماعي... الخ)

عناصر التواصل عبر الانترنت:

- وجود شبكة أو نظام حاسوبي به مجموعة برمجيات.
- نظام اتصال هاتفي يحقق التواصل ن أي مكان.
- قواعد بيانات مختلفة (مكتوبة، أصوات مسجلة، صور ثابتة)

مواقع التواصل الاجتماعي: لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير نمط الاتصال والتواصل بين الأفراد والمؤسسات والهيئات وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، ومن بين تلك الوسائل نذكر مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي طفرة نوعية في العالم الاجتماعي الرقمي الافتراضي، كونه ساهم وبشكل كبير في فتح آفاق وأبعاد جديدة تسهم في بناء وتكوين هوية في شتى المجالات الاجتماعية كانت أو ثقافية علمية وحتى سياسية، تعد هذه الأخيرة من بين أهم وسائل الاتصال والتواصل بين الأفراد من مختلف الفئات والثقافات.

"هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات."

أو هي تلك المواقع التي على شبكة الانترنت تسمح للفرد المستخدم ببناء ملفه الشخصي، وإنشاء قائمة من المستخدمين الآخرين المتصلين والمشاركين معه، وعرض التعليقات والمواضيع والنقاشات التي أدلى بها غيره داخل الموقع حتى تشمل المستويات كافة.

وهناك من يعرفها على أنها "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (مدرسة، جامعة، شركة...)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية".

ونرى أن هذه المواقع أصبحت تلقى اقبال كبير واستخدام كثير من خلال توفير جهد ووقت وتكاليف، كما أصبحت توفر حاجيات عدة إضافة الى خلق المؤسسة التواصل بين الافراد، هناك أسلوب آخر ألا وهو النشر الالكتروني بين المؤسسات والافراد، وأسلوب المدونات عبر شبكات التواصل الاجتماعي التالية:

- **الفييس بوك (Facebook):** يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين، وحجم الوصول، حيث وصل عدد المستخدمين إلى (618.000.000) مستخدم نشط يوميا، ويمكن الفييس بوك مستخدميه من إنشاء تشكيلات تضم: المعلومات الشخصية، والصور الشخصية والأصدقاء مع إمكانية الكتابة في صفحات الأصدقاء. ويعد موقع تفاعلي على الانترنت يسمح ببناء وتعزيز المجتمعات المحلية على الانترنت، وربط الأعضاء ذوي المصالح المشتركة."

ويشكل الأفراد المستخدمين المتواصلين على موقع الفييس بوك مجتمعا رقميا افتراضيا يكون أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريد من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا ش أيضا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم، وربما لا يشعر الفرد المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به في المجتمع الحقيقي من ضغوطات وصعوبات، حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريد من أصدقاء أو الاندماج إلى جماعات معينة. يتميز هذا الموقع " بإمكانية

إضافة أصدقاء، إنشاء مجموعات تضمها اهتمامات مشتركة، العائلة مثلا، طلبة جامعيين، التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين".

● **يوتيوب (Youtube)**: بفعل التطورات الحاصلة في الشبكة العنكبوتية " الانترنت"، جعل وفرض على المؤسسات إن تخلق طرق للتواصل أكثرها سهولة ومرونة والتي تضمن لهم في الأخير الوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية مختلفة الفئات والثقافات، وعلى أساسها أثمرت جهودها في استخدامها لموقع اليوتيوب الذي يعد هو الآخر موقع تفاعلي على الانترنت، "يمكن مستخدميه من مشاهدة مقاطع الفيديو مع إمكانية مشاركتها مع الآخرين، والتعليق عليها والإعجاب ، وعدم الإعجاب لتلك مقاطع الفيديو.

يمكن أيضا المؤسسات باختلاف نوعها وطبيعة نشاطاتها أن تخلق حوارات ونقاشات مع زبائنها عن طريق التعليقات. وهو تطبيق "يسمح بتحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، عرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها".

يضم هذا الأخير قاعدة جماهيرية واسعة ومجموعات مختلفة ومتنوعة، استطاع أن يحرز مكانة في ظل الوسائط المتعددة، بحسب عدة مواقع أهمها موقع أليكسا الذي أجمع على أن موقع اليوتيوب هو " ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيسبوك وجوجل في جوان 2006 من خلال تصريحات مسؤولي الموقع أنه بلغ عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يوميا".

● **الواتس أب (whats up)** : وهو شكل ونوع آخر من مواقع التواصل الاجتماعي " تأسس عام 2009، على اليد الأمريكي (بريان أكتون) و الاوكراني (جان كوم)، تم شراؤه من طرف شركة فيس بوك في 19 فبراير من عام 2014 ببلغ 19 مليار دولار أمريكي، وهو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، إضافة إلى إمكانية إرسال الرسائل النصية بين المستخدمين، إرسال الصور و الرسائل الصوتية .

وهو تطبيق ليس متاح في جميع الأنظمة وإنما البعض منها فقط، إذ يقتصر فقط و"متاح لكل من أي فون، بلاك بيري، أندرويد، ويندوز فون (7) فق، ونجد اليوم أن المؤسسات أصبحت تسعى وتهتم بتغيير بيئة ونمط الاتصال فيها مع جماهيرها كونه فرض عليها الأمر، بهدف وصولها إلى جماهيرها المستهدفة من خلال هذا التطبيق كوسيلة جديدة لاتصالات الأعمال.

● **البريد الإلكتروني**: ويسمى الإيميل (e-mail) ، وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسال واستقبالا عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشبكة الانترنت، أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات

معينة، وفي عالم الانترنت هناك صناديق بريد تمثلها مجلدات أو وحدات تخزين على جهاز الخادم، والوصول إليها لا يحتاج إلا إلى كلمة السر الخاصة بصاحب البريد، واسم المستخدم، وبعض الأحيان ترتيبات على البرنامج ". وأصبحت المؤسسات والهيئات باختلافها تلجأ للبريد الإلكتروني كوسيلة اتصال فعالة بينها وبين الأقسام التابعة لها، أو بينها وبين المؤسسات الأخرى، بهدف تبادل المعلومات، إذ ساهمت وبشكل كبير في إطار الاتصال والتواصل إلى اختصار الوقت والجهد معا.

الانترنت والعلاقات العامة: أضفت الانترنت الكثير للعلاقات العامة خاصة في إطار الاستراتيجيات والتكتيكات مقارنة بنشاط العلاقات العامة التقليدي، حيث تميزت العلاقات العامة التفاعلية ب:

- الأداء العملي والخروج عن المحلي.
- مبدأ المشاركة والتبادلية.
- تبني المصداقية والشفافية.
- فرص التسويق والتواصل عبر الانترنت.

الا أنها أيضا يمكن أن تواجه مجموعة من العراقيل نذكر منها:

- كثافة المعلومات ما يصعب الاطلاع عليها.
- تضارب في المعلومات.
- انعدام الثقة في المؤسسات الجزائرية.
- الشائعات التي تقدم من بعض المؤسسات المنافسة في نفس القطاع.
- صعوبة التستر على المعلومات أمام الجمهور.

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة: في إطار بناء وتحسين صورة المؤسسة عند الجمهور من خلال مجموعة من المواد والبرامج والنشاطات تستخدم المؤسسات بالاعتماد على مكلفين بالعلاقات العامة أهم وسيلة التي فرضت نفسها وبشكل قوي والمتمثلة في وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى سعيها أيضا:

- ✚ خلق الوعي بالعلامة التجارية ورسم وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة.
- ✚ إدارة سمعة المؤسسة عبر الانترنت.
- ✚ التواصل مع الجمهور بشكل أعمق والتفاعل معه، والوصول إلى قطاع كبير من الجمهور.
- ✚ أداة لإدارة العلاقة مع العملاء والشركات من بيع المنتجات والخدمات.

الإبقاء على علم بأخر ما توصل إليه المنافسون.

استخدامها في إطار الدعاية والإعلان والقيام بالمهام التسويقية.

تشجيع المستهلكين والعملاء للتعبير عن اقتراحاتهم وآراءهم بشأن المنتجات والخدمات المقدمة من تحسين أو تغيير.

الوصول إلى موقع الرئيسي للشركة عبر صفحتها على الشبكة الاجتماعية، فتكون بمثابة مدخل للتعرف على حقيقتها وطبيعة عملها."

ومثال عن ذلك استخدام المؤسسة أو المكلف بالعلاقات العامة من خلال إنشاء صفحة على موقع الفيس بوك التفاعل الفوري والسريع مع الزبائن أو الأفراد المستخدمين والتجاوب مع من لديه تساؤلات أو استفسارات حول موضوع معين، وهذا ما يساعد على تقريب وتوطيد العلاقة أكثر وتحسين صورة المؤسسة في نظر الجماهير على أنها تسعى إلى خدمتهم وتلبية رغباتهم من أولوياتها.

أو إنشاء قناة على موقع اليوتيوب يحمل علامة المؤسسة وشعارها ونشر محتويات اتصالية حول المؤسسة نشاطاتها، برامجها، منتجاتها، خدماتها، عروضها كانت تخفيضات، نشر قيم ومواعظ، التذكير بنهاية الأسبوع المعايذة في الأعياد الوطنية والدينية وغيرها.

لقد فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلف، ودفع إلى تغيير عادات، واستبدالها بأخرى أكثر ملائمة لهذا العصر، وهذا التطور لم يستثنى العلاقات العامة، بل كان في صلب اهتمامها، فبدأت تستجيب لهذه التغيرات وتتفاعل معها بدرجات متفاوتة حسب الخبرات والإمكانات، فكان لا بد على العلاقات العامة من استخدام الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بهدف الترويج لأنشطتها، الفعاليات والخدمات للمؤسسات.

وجاءت أهمية اعتماد العلاقات العامة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال لما ينتجه لمستخدميه من تفاعل متبادل كالذي ينتجه لهم الاتصال الشخصي، ويمكنهم التحادث، والتراسل في موضوعات مختلفة، وجمع العديد من المعلومات تصب في اهتماماتهم، وفي الوقت نفسه يساعد المؤسسات في عملية التسويق للسلع التي تنتجها وترويجها."

مجالات ووظائف العلاقات العامة عبر الانترنت:

وظائف اتصالية في العلاقات العامة: كالاتفادة من محركات البحث في اجراء البحوث العامة من Google Yahoo، وفتح صفحات خاصة بالمؤسسة ومواقع رسمية تابعة لها.

❖ وظائف التسويق والاعلان: من خلال انشاء صفحات ومواقع تسويقية للمؤسسة، اعداد وإنتاج إعلانات ومواد تسويقية، استخدام الوسائط الإعلامية في مجال التسويق واستخدام محرك البحث لمعرفة السوق والمنافسة 'اجراء المسوح للجماهير'.

❖ خدمة الجمهور: ذلك ان الانترنت تلبي حاجات الجمهور من خلال المسوح خاصة دراسات الجمهور، تساعد أيضا كافة جوانب التواصل والتنسيق في إطار التسيير مع الجمهور، إضافة الى ذلك فان هذه الشبكة تساهم وبشكل كبير في عملية تصنيف الجمهور المستهدف حسب طبيعة العلاقة التي تربطه بالمؤسسة.

وعليه وبناء على ما تم ذكره سلفا يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات الكترونية "تسمح للفرد بالتعرف على أفراد مستخدمين وكذا مسيرين لصفحات وحسابات المؤسسات من خلال مكلفين بالعلاقات العامة، ما يحاولون باستمرار توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكانياتها، ومميزاتها لمواكبة تحديات العصر، وبناء صورة ذهنية حسنة عن مؤسساتهم متلائمة مع الجمهور، لذلك فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات الحاصلة، بهدف القيام بالمهام المنوطة على أفضل وجه".