

سلسلة بحوث وسياسات الاعلام - مركز تطوير الاعلام

توجهات الجمهور نحو الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون على الفيس بوك.

إعداد:

الباحث عاطف شقير

مركز تطوير الاعلام
وحدة الابحاث والسياسات

توجهات الجمهور نحو الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون
على الفيس بوك.
(مقالة بحثية متخصصة)

اعداد

الباحث عاطف شقير
اشراف: د. نشأت الاقطش

هذه المقالة انتجت في وحدة البحوث والسياسات بمركز تطوير الاعلام في جامعة بيرزيت ضمن مشروع الوحدة في العام ١٤-٢٠١٥، بدعم من وكالة التنمية السويدية (SIDA)، والمقالة ملكية حصرية للمركز والجامعة وحقوق نشرها او اقتباسها تخضع للملكية الفكرية، والاراء الواردة في المقالة لا تعبر بالضرورة عن المركز.



مركز تطوير الاعلام- جامعة بيرزيت: (mdc.birzeit.edu)

هاتف: ٢٩٨٢١٧٥. فاكس: ٢٩٨٢١٨٠

الفصل الأول:

المقدمة:

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود. وبرز حراك الشباب العربي الصحفي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية. والأهم من ذلك ظهر منافساً حقيقياً للإعلام التقليدي. (1)

استخدم الشباب الصحفيين في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن. وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي (2).

وتحددت مهمة الشباب في اطار المجتمع الافتراضي وبرزها شباب (الفييس بوك) الذين ادركوا الواقع الذي لا يلبي احتياجاتهم، ابتداء من الحاجة إلى حرية التعبير وحتى الحاجة إلى الجنس، ومن ثم تدفقوا إلى المجتمع الافتراضي، فاتخذوا من صفحات (الفييس بوك) منبراً للنقد السياسي والاجتماعي والثقافي لكل ما هو واقعي، يسعون إلى إيقاظ وعي الجماهير واستنفارهم، وفي ذات الوقت إضعاف الأنظمة السياسية التي تشكل عقبة كؤود أمام دوران عجلة التحديث والتغيير. (3)

¹ المنصور، محمد ، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدانمارك، (2012).

² المصدر السابق.

³ ليله، علي، "تأثير الفييس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب"، المركز العربي لباحث الفضاء الالكتروني، جامعة عين شمس (2009).

تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لا يمكن اختزالها في الأبعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحويلات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة.

اعتمد الباحث على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة (تقنيات البحث التاريخي) لخصر ما قيل حول الموضوع، واستخدم المقابلات كأداة لجمع المعلومات.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والإتجاهات في دراسته. وعكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

فالفيس بوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقنصرة على أعداد من الزوار وأنها كانت في زيادة مستمرة (4)

حققت هذه المدونة تميزاً على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع (ماي سبيس) وغيره، حتى عام (2007)، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه

⁴ معالي، خالد، " اثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية في فلسطين"، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة النجاح، (2008).

الشبكة في الأول من تموز (2010) النصف مليار شخص، يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدرشات.

وتحتل شبكة (الفييس بوك) حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص.⁽⁵⁾

فيما عرفها المنصور: بأنها مواقع فعالة في تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم ايضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الإجتماعية بينهم.⁽⁶⁾

الجدير ذكره، ان عدد مستخدمي فيسبوك في الضفة الغربية وصل الى (967000) مستخدم نهاية عام 2012 وقد جاءت فلسطين في المرتبة 62 من بين دول العالم. ووفقاً لإحصاءات استخدام الانترنت عام 2012 فان معدل النفاذ الى الانترنت في الضفة الغربية بلغ 58 في المئة بمعدل 1.5 مليون مستخدم للانترنت، كما ان معدل انتشار الإنترنت في الضفة الغربية من اعلى معدلاته في الشرق الاوسط وتصل نسبته الى 20 في المئة⁽⁷⁾.

بينت إحصاءات جهاز الإحصاء الفلسطيني المركزي لعام 2012 ان 51% من الأسر الفلسطينية يتوفر لديها جهاز حاسوب. 55% في الضفة الغربية و44% في غزة، وبلغت نسبة الأسر التي تتصل بشبكة الإنترنت 32% وذلك بواقع 34% في الضفة و28% في قطاع

⁵ المصدر السابق.

⁶ المنصور، محمد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، (2012).

⁷ فطاطة، محمود، (2011) علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية(مدى)، تقديم وارشاف الدكتور وليد الشرفا.

غزة، أما فيما يتعلق بالهاتف الثابت فهو متوفر لدى 40% من الأسر الفلسطينية 43% من الضفة و35% من غزة.⁸

ويتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات الآتية:

1- المرونة وانحياز فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا بل بالإهتمامات المشتركة التي تجمع معاً اشخاصاً لم يعرف كلٌّ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً⁽⁹⁾.

2- لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.¹⁰

3- ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، كما تراها الباحثة في علم الاجتماع شيري تيركل "نحن معاً، لكننا وحيدون"، لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟ "فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاك بيري عن الزيارات. من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد كما كانت في السابق، بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيداً من الإنتباه والإهتمام.¹¹

4- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الإختيار⁽¹²⁾.

5- في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضاً من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.¹³

⁸ www.pcbs.gov.ps/512/default

⁹ (الراوي، بشرى، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير"، استرجع بتاريخ 2014 /12/31، من: <http://www.alma3raka.net/spip.php?article100>

¹⁰ المصدر السابق.

¹¹ المصدر السابق.

¹² المصدر السابق.

¹³ المصدر السابق.

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للإعلام البديل الفعلي إلى مستويات عدّة:

1- البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الإتصال".

2- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

3- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

4- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً.

5- لكلّ محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل.¹⁴

ميزات الشبكات الاجتماعية:

تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والإختصاص والاهتمام.

تقدم الشبكات الاجتماعية أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الإختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها. وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع إلكترونية إجتماعية.

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم إهتمامات مشتركة. وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما: القسم الأول: هي مواقع تضم

¹⁴ المصدر السابق.

أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو إجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها. القسم الثاني: هي مواقع التواصل الإجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت، الإنضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك.¹⁵

الفصل الثاني:

الأدوات المستخدمة لدى الصحفيين في الحملات الإعلامية:

ان من أبرز التعريفات للحملة الإعلامية هي: جهد مكثف، متعدد المستويات، متنوع الطرائق والوسائل، متعدد المراحل، تستخدم فيه المؤسسة الإعلامية طاقات استثنائية، لتغطية حدث، أو مناسبة، أو لتعميق وعي الجمهور بقضية مهمة، في سقف زمني محدد. فحينما ينظم الصحفيون حملة إعلامية ما، فيجب اختيار الوسائل الإعلامية القادرة على الوصول إلى الجمهور الذي تستهدفه، وسنتناول الأشكال الإعلامية المختلفة في حملات الصحفيين التي يستخدمونها في وسائل التواصل الاجتماعي.

وكما ان الأدوات الإعلامية ووسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة ولكل منها خصائصها وميزاتها، وفي نفس الوقت لها سقف وحدود لا نستطيع تجاوزها، ونستعرض فيما يأتي أبرز هذه الأشكال الإعلامية:

1- البيانات الصحفية عبر الفيس بوك:

وتخاطب هذه البيانات وسائل الإعلام المختلفة والتي تقوم بنقل وجهة نظرك أو نواياك المستقبلية إلى متابعي الفيس بوك، ومن ميزات هذه الأداة: أنها تقدم لك فرصة للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، وأن وسائل الإعلام لا تتعامل مع جميع البيانات بنفس الدرجة من

¹⁵ المنصور، محمد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، (2012).

الجديّة، وقد تهملها تماماً وقد تتعمد إلى تجاهلها إن كانت لا تخدم أهداف المتابعين لها، وربما تتعرض للإقتباس الناقص والموجه في وسائل الإعلام التقليدي.¹⁶

2- المقالات عبر الفيس بوك:

يمكن استخدام مقالات الرأي في الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية والفيس بوك من أجل إيصال أفكار محددة أو التنظير لفكرة معينة أو تقديمها مع التأطير الفكري، والمقالات بشكل عام موجهة للنخبة أو قادة الرأي، لذا يجب أن تتسم بالعمق، وتحتل الإطالة في الشرح والتوضيح، لكن بعيداً عن الحشو والإطالة غير الضرورية، وتذكروا أنه في طوفان المعلومات على الإنترنت وبالذات على الفيس بوك فأنت لا تريد الانتقال على القارئ كي لا يلجأ إلى غيرك. وهذه المقالات تحمل الرؤى الفكرية والحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون من أجل التأثير على الجمهور الذي يخاطبه عبر صفحته على الفيس بوك.¹⁷

ومن نافل القول، ان متابعي مواقع التواصل الاجتماعي يفضلون مقالات الرأي التي لا ترهق كاهلهم في القراءة والمتابعة، وهم يفضلون المقالات القصيرة التي تعالج الموضوع بجوهره دون استخدام ألوان الفصاحة والبلاغة التي تطيل حجم المقال، لان جمهور الفيس بوك يركز على المعلومة الغنية بالأدلة الكافية والبراهين والحجج المنطقية مع إبراز الصور أو مقاطع الفيديو المعبره عما يرمي إليه، و وكما ان الجمهور لا يريد من الصحفي الإلتزام بقوالب كتابة المقال بالفدر الذي يريد منه إيصال المعلومة والحجة الدامغة التي توصله إلى الحقيقة وليس غيرها.

3- الإعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي:

وتستخدم عادة من أجل إعلام المناصرين بمواعيد وأماكن النشاطات المختلفة، و تستخدم من أجل إيصال رسائل سياسية وإعلامية متنوعة، وتستخدم أيضا في الحملات الانتخابية وما شابه.

والشكل المعتاد للإعلانات في الفيس بوك هو الإعلان المباشر.

¹⁶ <http://www.yaseenizeddeen.blogspot.com>

¹⁷ <http://www.yaseenizeddeen.blogspot.com>

4- الأخبار أو الإعلان غير مباشر: من خلال نشر أخبار عن المرشح، تروج لنشاطات قام بها القائمون على الحملة الإعلامية، وقد تكون هذه الأخبار مدفوعة الثمن أو مجانية مثال ذلك حملة الانتخابات الرئاسية التونسية الاخيرة التي نقلت صورة ايجابية عن المرزوقي انه من الثورة، وأن منافسه السبسي من الثورة المضادة.¹⁸

وبهذا الصدد، تحدث الاستاذ مدين إبراهيم شقير قائلاً: "نحن الشباب نتابع كل ما ينشر على الفيس بوك من حملات سياسية ودعائية بغرض التأثير على مواقفنا، وكسب تأييدنا والتي تكون من خلال الإعلان المدفوع الثمن من قبل إدارة الفيس بوك، ولكننا لا نتأثر بذلك، لإننا نملك المعلومات الكافية بواقع خبرتنا، ومعرفتنا بواقع قضيتنا السياسية."¹⁹

5- الفيديوهات منخفضة التكاليف:

يوفر اليوتيوب والفيسبوك منبراً رخيص التكلفة لمن لا يملك تكلفة البث على الفضائيات، ويمكن اليوم الإستعانة ببرامج المونتاج وبكاميرات منخفضة التكلفة (بل حتى كاميرات الجوال) لإنتاج مقاطع ترويجية وتمثيلية قصيرة ونشرها على اليوتيوب أو الفيسبوك.

يمكن أن تكون الرسائل بشكل مباشر أو ممكن أن تكون فاصلاً غنائياً مع رسائل بصرية أو أفلام روائية قصيرة أو محاضرات وغيرها من الأشكال المختلفة يستعملها الصحفيون في حملاتهم الإعلامية بهدف تحقيق التأثير المطلوب على الجمهور المستهدف من المعجبين والأصدقاء. وهذا ما يفعله الإعلامي احمد منصور في صفحته على الفيس بوك، من كشف عيوب النظام المصري الحالي.

وإن كانت هذه الفيديوهات بإمكانها الوصول إلى أي مكان في العالم إلا أنها تعاني من محدودية عدد متابعي الإنترنت في عالمنا العربي (ففي فلسطين يبلغ عدد المشتركين بخدمة الانترنت السريع اكثر من 204 الف في عام 2013)²⁰ ، كما أن ضمان وصول الفيديوهات

¹⁸ مدونة "شباب من أجل فلسطين" استرجعت بتاريخ 31/12/2014

¹⁹ مقابلة مع مدين إبراهيم عبر الفيس بوك، بتاريخ 22/12/2014 الساعة الثانية مساء.

²⁰ احصاءات فلسطينية، شبكة القدس، 14/5/2014، مقال

إلى أوسع نطاق ممكن من المشاهدين يتطلب دفع أموال من أجل الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع ضرورة أن تكون الفكرة والإنتاج مميزين.

وهذا الإعلام الجديد يتيح للصحفيين التعبير عما يجول في فكرهم وخاطرهم عبر هذه الوسائل التي تشكل متنفساً للصحفيين الذين يغيبون عن الإعلام التقليدي الذي ربما يغيب رسالتهم وهمومهم إلى الجمهور الداخلي والخارجي، فالصحفي بإمكانه تحديد جمهوره ونوعيته كما يريد، ففي صفحته التي تشكل مملكته يستطيع ان يضيف من يشاء ويحذف من يشاء ويستطيع توصيل رسالته إلى من يشاء، ولكن يحذر ان تكون قائمة أصدقاء الصحفيين ومعجبيهم كثر ومن كافة الشرائح الاجتماعية والإقتصادية والسياسية للتأثير عليهم وتوجيه الرسالة الإعلامية المناسبة لهم، كي تبلورهم ثقافياً وسياسياً واجتماعياً حسب ما يريد الصحفيون، ووفق خطط حملاتهم الإعلامية، وهذا ما يظهر جلياً في صفحة الإعلامي فيصل القاسم التي تستقطب الآلاف.²¹

أدوات مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الجمهور:

مثلت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ثورة في عالم الإعلام والتواصل الإعلامي، وخصوصاً في السنوات الأخيرة، وتمكن الصحفيون في مختلف الدول العربية من التغلب على قيود الرقابة الرسمية على وسائل الإعلام التقليدية والوصول إلى جمهورهم في الداخل والخارج من خلال هذه المواقع.

وهناك عدة أجيال من هذه المواقع بدأت مع المدونات (وهي عبارة عن مواقع شخصية بسيطة)، ثم انتقلت إلى المنتديات الحوارية حيث لم يعد يكتفي الجمهور بالقراءة والمتابعة بل أصبحوا أيضاً يناقشون ويتسائلون ويستفسرون مما أعطاها طابعاً تفاعلياً.

وانتقلنا بعدها إلى الفيسبوك والتويتر بوصفها وسائل تواصل سريعة الإيقاع، وتركز على الصورة (في حالة الفيسبوك) والجمل المختصرة جداً (في حالة التويتر)، كما تتميز بانتشارها

²¹ www.arageek.com/2014/02/.../steps-prepare-achieve-ads-campaigns.html

وسهولة الاستخدام، بالإضافة لذلك تستخدم هذه المواقع كوسائل تواصل (وليس فقط كوسائل إعلام) ويمكن استخدامها كوسيلة تنسيق وترتيب للحملات الإعلامية التي يطلقها الإعلاميون.

وان مشكلة مواقع التواصل الاجتماعي الأساسية هو أنّ جمهورها محدود نسبيًا، وبالتالي لا يكفي مخاطبتهم ويجب التوجه للجمهور الأوسع من خلال وسائل إعلامية أخرى، وخاصة أن جمهور الفيسبوك يتميز بصغر عمره (نسبة الأعظم منه تحت عمر 23 عامًا) وبالتالي بعده عن مراكز اتخاذ القرار داخل المجتمع والتنظيمات السياسية المختلفة.

فضلاً عن ذلك في ظل سهولة استخدام الفيسبوك فهناك طوفان من الحملات الإعلامية التي تملؤه ويجب عليك أن تنافسها، من خلال الإعلانات مدفوعة الثمن، ومن خلال الاهتمام بالتحضير الجيد لهذه الحملات وعرضها بطريقة جذابة، والأهم من كل ذلك أن يكون لك تواجد على الأرض وأن يشعر الناس بأن هنالك أشخاص حقيقيون يعملون وليس مجرد معرفات وهمية في عالم الفيسبوك.²²

أ- المحاضرات التفاعلية:

يرتب بعض الصحفيين والباحثين والمصلحين المحاضرات في القاعات الدراسية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ميزات هذا الأسلوب هو التفاعل المباشر بين من يوصل الرسالة والمتلقين، والقدرة على إدارة نقاش تفاعلي.

ورغم أن وسائل التواصل الاجتماعي تلبي هذه الاحتياجات إلا أنه وبحكم عدم انتشار الإنترنت الكامل في المجتمع، وبحكم تفضيل الناس التواصل الشخصي وجهاً لوجه على التواصل الإلكتروني عن بعد، فتبقى أهمية هذه المحاضرات حاضرة.

وتبقى محدودية تأثير هذا الأسلوب، أن المتلقي يجب أن ينتقل من مكان لآخر وأن يفرغ نفسه في زمن المحاضرة كي يستمع، فإن لم يكن مؤيداً متحمساً لك فعلى الأغلب لن يتجاوب مع تلك الدعوة (إلا من كان لديه وقت فراغ).²³

²² فطافطة، محمود، (2011) علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتممية والحرية الاعلامية(مدى)، تقديم واشراف الدكتور وليد الشرفا.

²³ emag.mans.edu.eg/media/upload/27/logo_790101129.doc

ب- رعاية نشاطات إجتماعية أو مهنية والترويج لها عبر الفيس بوك:

أكثر الأساليب الإعلامية تأثيراً هي الأساليب غير المباشرة، لكنها تحتاج لطول نفس والعمل على مدى بعيد، ومن أمثلة ذلك تنظيم نشاطات إجتماعية ومهنية وخيرية مختلفة، ومن الممكن تذكير المشاركين بالهدف من ورائها أو تركهم ليستنتجوا ذلك بذكائهم، وفي العادة تتركهم يستنتجون ذلك دون تذكيرهم المباشر والفتح، وهذا الأسلوب هو الأفضل والأنجع.

مثال: يمكن لمسؤولي حملة مقاطعة البضاعة الإسرائيلية أن ينظموا يوماً للترفيه عن أبناء الأسرى، وعندما يأتي الناس ويشاركوا في هذا اليوم ويرون لافتات تقول: أن اليوم بتنظيم من "الحملة الوطنية لمقاطعة البضاعة الإسرائيلية"، فإن عقلهم اللاواعي سيربط بين: جرائم الاحتلال وضرورة عمل شيء للأسرى وبين البضاعة الإسرائيلية، وكيف يستخدم الإسرائيليون أرباح هذه البضاعة للتنكيل بالأسرى؟.

ليس من الضروري إسماع المشاركين محاضرة تبين هذه الأفكار، وربما يمكن الاكتفاء بتوزيع نشرة (بروشور) عليهم يعرفهم بالحملة وأهدافها.²⁴

ت- التواصل الشخصي:

يعتبر التواصل الشخصي أحد أساليب الدعاية والإعلام (وبالتحديد التواصل مع الأصدقاء والمعارف)، وبدون تواصل شخصي بالحد الأدنى، أو ما يمكن تسميته في علم الإتصال بإلتصال الشخصي أو المواجهي، فلا يمكن للحملة الإعلامية أن تنجح دون ان يتخللها هذا الشكل من أشكال الأتصال، ومشكلة التواصل الشخصي هو أنك بحاجة لعدد كبير من العاملين كي يوصلوا الرسالة الإعلامية، وذلك لأن كل عامل له قدرته على التواصل الشخصي بصورة محدودة، فقد يستطيع التواصل الشخصي مع 3 أو 5 أشخاص يومياً، ولو قدرنا عمر الحملة شهراً كاملاً فلن يستطيع هذا الشخص التواصل مع أكثر من 150 شخصاً، فلو احتجنا

²⁴ <http://www.yaseenizeddeen.blogspot.com>

الوصول إلى مليون ونصف شخص خلال هذا الشهر، فسندحتاج إلى عشرة آلاف شخص يساعدونا في التواصل الشخصي.²⁵

وللتغلب على النقص العددي تستخدم باقي وسائل التواصل إلى جانب التواصل الشخصي، ويمكن قصر التواصل الشخصي مع قادة الرأي (أي الأشخاص المؤثرون في مجتمعاتهم)، بحيث لو اقتنعوا بأهداف وغايات الحملة سيصبحون هم جزءاً منها (بشكل طوعي) وسيعملون على إقناع أصدقائهم ومعارفهم، وهكذا يمكن الوصول إلى أوسع نطاق ممكن، وبإمكانات بسيطة.²⁶

ث- الدعوة إلى المسيرات والإعتصامات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

رغم أن المسيرات والإعتصامات هي وسائل تستخدم لتحقيق أهداف متنوعة وكثيرة، إلا أنها وسيلة إعلامية للإعلام عن حملاتهم الإعلامية، حيث أنه منظمي الحملات الإعلامية يستطيعون اللجوء إلى المسيرات والإعتصامات من أجل إيصال صوتهم إلى الرأي العام.

وميزة المسيرات المعدة جيداً أنك توصل رسالة للرأي العام وأصحاب القرار أن هناك مجموعة كبيرة من الناس تؤيدك وتدعم حملتك الإعلامية، وأنت لست مجرد أقلية أو صفحات إلكترونية على الإنترنت، وعلى الجهة الأخرى إخراج أعداد كبيرة من الناس، وهذا يتطلب مجهوداً عظيماً لإقناعهم بأن هنالك ما يستحق الخروج من أجله ومساندة الحملة الإعلامية التي ينفذها الصحفيون، وهذا لا يتوفر دوماً بل ربما قد تحتاج لحملة إعلامية خاصة من أجل إقناع الناس بضرورة الخروج في مظاهرة.²⁷

²⁵ المصدر السابق.

²⁶ الدليل الإرشادي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (2013) دولة الامارات.

²⁷ <http://www.yaseenizeddeen.blogspot.com>

الفصل الثالث:

توجهات جمهور الصحفيين أزاء حملاتهم الإعلامية:

لقد استخدم الباحث الأسلوب التاريخي فضلا عن الإستعانة بأداة المقابلات الشخصية للحصول على معرفة توجهات الجمهور أزاء الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون عبر الفيس بوك، وقد بلغ عدد المقابلات (10) نظرا لحجم المقالة القصير، والتي أمل ان تتوسع لتصبح دراسة علمية تعطي جميع الجوانب حقها وأهميتها.

أوضح المعلم مدين إبراهيم ماضي حاصل على مجاستير في الإدارة التربوية و البالغ من العمر 36 عاما، ان توجهاته بمختلف أشكالها لا تتأثر بالحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك والتي تستخدم أدواتها، من المقالات والبيانات والتحقيقات الصحفية والإعلانات، لانه يملك القدرة على البحث والوصول إلى المعلومات التي يريدها عبر آليات البحث العلمية التي درسها في مرحلة المجاستير، فهو لا يتأثر في الحملات الإعلامية سوى النزر اليسير.

واضاف ماضي، انه يتابع الصحفيين عبر الفيس بوك اكثر من مرة، واذا وجد في كتاباتهم ما ينسجم مع فكره ورأيه، حينها ينسجم مع الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون ويصبح جزءا من هذه الحملة التي يبلغها لإهله وأقربائه وأصدقائه لانها تتفق مع الفكر الذي يتبناه.

وختم ماضي بالقول، أما إذا ما تعارضت الحملة الإعلامية مع فكره فانه لن يقبلها ويرفضها، ويشعر انها لن تعبر عن نبض الشارع، فإذا ما عبرت الحملات الإعلامية عن نبض الشارع فانه يتفاعل معها ويتبنى الأفكار المطروحة بداخلها.²⁸

من جهتها، تحدثت سامية عياش طالبة الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية قائلة: ان الحملات الإعلامية السياسية تغير وجهة نظري في الأشخاص موضوع الحملة الإعلامية، إذا ما عرضت بشكل قوي واحتوت على صور مؤثرة وجمل قصيرة وسريعة، وكان لها وقع في

²⁸ مقابلة مع مدين إبراهيم ماضي عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/7/3 الساعة الثانية مساء.

النفوس. أما الحملات الإعلامية التي تعالج مواضيع الإقتصاد فلا تأثير لها علي، وغالبا ما أرى عروض المنتج ولكن لم اشتره لانه ليس من أولوياتي، أما القضايا الإجتماعية فتؤثر علي بشكل كبير جدا.²⁹

من ناحيته عبر الصيدلاني أسامه عمر البالغ من العمر 40 عاما عن عدم تأثره بالحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك، كونه مطلع على مختلف مصادر المعلومات ولديه القدرة المادية لاقتناء أحدث الأجهزة للوصول إلى مصادر المعلومات التي تمكنه من معرفة الحقيقة على أصولها دون رتوش، وأوضح ان توجهاته لا تختلف قبل وبعد انطلاق الحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك.³⁰

فيما ذكرت المعلمة نور ابو يعقوب البالغة من العمر 27 عاما ان درجة تأثر توجهاتها بالحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك بالطيفة، وهي لا تغير التوجهات لدي الا اذا كانت هذه المعلومات التي تتضمنها الحملة تنقضي، وبالتالي فان نسبة تأثيرها سيكون كبيرا، وغالبا ما اطلع على اكثر من وسيلة إعلام للتأكد من مصداقية المقالات والأخبار والحملات الإعلامية التي يطرحها الصحفيون في الفيس بوك.³¹

من ناحيتها أعربت السيدة اميمة رشيد البالغة من العمر 19 عاما ان التوجهات لديها لا تتغير بالرغم من الحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك، فالتوجهات لديها نمت مع الثقافة والفكر لديها، فلا يمكن تغييرها من مجرد حملة إعلامية ما، واذا ما قلت المعلومات لديها فان الحملة الإعلامية ستؤثر على توجهاتها بشكل ضعيف.³²

²⁹ مقابلة مع سامية عياش عبر الفيس بوك، 2014/6/8 الساعة العاشرة مساء

³⁰ مقابلة مع اسامة عمر عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/6/20 الساعة التاسعة مساء

³¹ مقابلة مع نور ابو يعقوب عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/7/1 الساعة الثالثة مساء

³² مقابلة مع اميمة رشيد عبر الفيس بوك بتاريخ 7/3/ الساعة الثالثة مساء

فيما ذكر السيد ربحي شكري البالغ من العمر 58 ان الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون عبر الفيس بوك لم تغير اي توجه لديه، وان هذه الحملات الإعلامية ذات تاثير ضعيف علي، وقد تؤثر على صغار السن والمراهقين بشكل كبير.³³

على صعيد آخر، تحدث التاجر رفعت يوسف العطوط البالغ من العمر (32)، ان الحملات الإعلامية تؤثر علي من ناحية التوجه الفكري والسياسي، ولكن هذه الحملات وما يجيء بها من أفكار اتشاور فيها مع الأهل و الأصدقاء والأقارب، وبعدها اتخذ القرار إنني مع الحملة أو لي اي تحفظات عليها، وهذا ما يحتاج بالطبع إلى وقت.³⁴

بدوره، أوضح المعلم أديب شريف عيسى مدرس التربية الإسلامية في مدرسة رافات الثانوية للبنين، والبالغ من العمر (50)، ان الحملات التي يشنها الصحفيون نتأثر بها بالقدر التي لا تتعارض مع تعاليم ديننا الحنيف وعاداتنا وتقاليدنا المتوارثة، فإذا ما تعارضت فإننا نرفضها ولا نقبل بها، وستلقي نتيجة عكسية.³⁵

فيما يرى الدكتور خالد عياش الحاصل على دكتوراة في التربية الخاصة، والبالغ من العمر (45)، إننا نتأثر بالحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون والتي يكون مضمونها صحيح وواقعي وواقعي، ولا نتأثر بالحملات الإعلامية التي تحمل الإشاعات المغرضة والمعلومات الكاذبة والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى تضليل المواطنين، وأستعين بذلك بمختلف وسائل البحث للتأكد من صدق الحملة الإعلامية أو عدمها.³⁶

فيما يرى الطالب شريف اديب عيسى في الصف السابع الأساسي، انه لا يهتم كثيرا بالحملات الإعلامية التي يشنها الصحفيون عبر الفيس بوك، وانما يتابع المسابقات والجوائز والألعاب التي يوفرها موقع الفيس بوك.³⁷

³³ مقابلة مع ربحي شكري 2014/7/3 الساعة الرابعة مساء

³⁴ مقابلة مع رفعت العطوط بتاريخ 2014/12/22 الساعة الثانية ظهرا

³⁵ مقابلة مع اديب شريف بتاريخ 2014/12/22 الساعة الخامسة مساء

³⁶ مقابلة مع الدكتور خالد عياش بتاريخ 2014/12/22 الساعة الرابعة مساء

³⁷ مقابلة من شريف اديب بتاريخ 2014/12/22 الساعة السادسة مساء

النتائج والتوصيات:

تبين من خلال المقابلات التي اجريت مع عدد من المبحوثين، ان التوجهات لديهم لم تتأثر بشكل كبير من الحملات الإعلامية التي ينفذها الصحفيون عبر الفيس بوك، نظرا لوجود الفكر والثقافة لديهم والتي تشكل الحصانة الثقافية لهم، ولكن نسبة تغير التوجهات لديهم تزيد في حال افتقارهم للمعلومات التي تتضمنها الحملات الإعلامية.

وان عدداً من المبحوثين ذكروا انهم يتأثرون بالحملات الإعلامية التي يكون مضمونها صحيح وواقعي، ويقومون بانفسهم من التأكد من صحة فحوى هذه الحملات، واذا ما وجدوا ان الحملة تحوي معلومات مضللة فانهم سرعان ما يوعون المواطنين حول ما جاء في فحوى الحملة الإعلامية.

بينما رأى آخرون، انهم سيتشاورون مع أفراد العائلة والأصدقاء والأقارب حول أهمية هذه الحملة ومدى دعمها ومساندتها، فإذا لاقت الإستحسان فان الحملة ستدعم وسيكونون جزءاً منها.

وعلى صعيد آخر، يرى البعض إنه مع الحملة الإعلامية التي لا تتعارض مع الدين والعادات والتقاليد، واذا ما تعارضت فان تأثيرها سيكون ضعيفاً، وستلقي نتيجة عكسية.

وبهذا توصي الدراسة بضرورة توسيع العينة لتغطي عدداً أكبر من المستطلع اراؤهم، موضوع البحث والدراسة، والتي أمل ان تكون بداية جادة لقيام الباحثين بعدة دراسات في هذا الخضم.

المراجع والمصادر .:

- الموسوي، محمد، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، محاضرات جامعية.
- حارث عبود، ادارة الحملات الإعلامية تجارب وتطبيقات.
- فطافطة، محمود، (2011) علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية (مدى)، تقديم و اشرف الدكتور وليد الشرفا.
- الراوي، بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مقالة.
- المنصور، محمد (2012) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة مجاستير غير منشورة، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- ليله، علي، (2009) تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، المركز العربي لباحث الفضاء الالكتروني، جامعة عين شمس.
- معالي، خالد (2008) اثر الصحافة الالكترونية على التنمية السياسية في فلسطين، (رسالة مجاستير غير منشورة) جامعة النجاح.
- هاشم نعيمش، (2013) دراسات في الاتصال الانساني من منظور اسلامي، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- الدليل الإرشادي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (2013) دولة الامارات
- الصحاح في اللغة العربية.
- مواقع الإنترنت:
- www.pcbs.gov.ps/512/default
- <http://www.yaseenizeddeen.blogspot.com>
- www.arageek.com/2014/02/.../steps-prepare-achieve-ads-campaigns.html
- احصاءات فلسطينية، شبكة القدس، 2014/5/14، مقال
- emag.mans.edu.eg/media/upload/27/logo_790101129.doc
- www.google.com

- مقابلات:
- مقابلة مع سامية عياش عبر الفيس بوك، 2014/6/8 الساعة العاشرة مساء
- مقابلة مع اسامة عمر عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/6/20 الساعة التاسعة مساء
- مقابلة مع نور ابو يعقوب عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/7/1 الساعة الثالثة مساء
- مقابلة مع مدين ابراهيم عبر الفيس بوك، بتاريخ 2014/7/3 الساعة الثانية مساء.
- مقابلة مع اميمة رشيد عبر الفيس بوك بتاريخ 7/3/ الساعة الثالثة مساء
- مقابلة مع رفعت العطوط بتاريخ 2014/12/22 الساعة الثانية ظهرا
- مقابلة مع اديب شريف بتاريخ 2014/12/22 الساعة الخامسة مساء
- مقابلة مع الدكتور خالد عياش بتاريخ 2014/12/22 الساعة الرابعة مساء
- مقابلة من شريف اديب بتاريخ 2014/12/22 الساعة السادسة مساء
- مقابلة مع ربحي شكري 2014/7/3 الساعة الرابعة مساء