

"دور العلاقات العامة في وسائل الإعلام والتأثير على المجتمع"

إعداد الباحثة:

دعاء أحمد عبد الرحيم العناسوة

رئيس ديوان

بلدية السلط الكبرى



الملخص:

يعرف الإعلام الجديد الثورة التي أوجدتها الاتصالات من وسائط وأدوات، وترتبط مباشرة باستخدام الإنترنت، ويشير بديها إلى مواقع التواصل الاجتماعي كـتويتر أو إنستجرام أو الفيسبوك، وموقع اليوتيوب، كما يعرف أيضاً بأنه حلقة واسعة من التغيرات التي تشمل جميع العملية الإعلانية من إنتاج المادة وتصويرها ونشرها واستخدامها، وتعد هذه التغيرات التكنولوجية مرتبطة بالنص والثقافة والأعراف. وهي ثورة جديدة وخروج عن المألوف من استخدام وسائل الإعلام القديمة كالصحف الورقية والراديو والتلفاز بهيئته القديمة، واستخدام وسائل متطورة وأسرع انتشار في العالم، فيسمى أيضاً بالإعلام الهجين، ويعرف أيضاً بأنه النقاء تشابك العمليات والتقنيات الإعلام السابقة المنفصلة عن بعضها البعض.

المقدمة:

في عالم الإعلام، غالباً ما تُستخدم العلاقات العامة مع وسائل الإعلام، وعند النظر إلى العلاقات العامة نجد أنها تعمل على الحفاظ على وتعزيز العلاقات بين الآخرين والعمل، ومن ناحية أخرى تعد العلاقات الإعلامية جزءاً من العلاقات العامة التي تقتصر على تفاعل الشركة مع الصحفيين والمدونين والمحريين والمراسلين وغيرهم في مجال الإعلام.

يعتبر وجود أقسام للعلاقات العامة أو على الأقل ممثل لكل منها أمر ضروري لكل عمل إعلامي من أجل الحفاظ على التميز بين الاثنين، وما نحن هنا ننظر في أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

مفهوم الإعلام:

تُعتبر متابعة الأخبار اليومية، ومشاهدة بعض البرامج الترفيهية، والمسابقات، بالإضافة إلى الإعلانات، وغيرها مضامين إعلامية تُنبئ للمجتمع؛ بهدف الترفيه، والتعليم، والاطِّلاع، والتثقيف، حيث نشاهدها يومياً حين عرضها باستخدام الوسائل الإعلامية المتنوعة إن صناعة الإعلام تقتضي تبني عدد من المضامين، والرسائل المتنوعة، والمُضَيِّ قُدماً في إنتاج، وترويج، ونمذجة هذه المضامين ضمن قوالب مُحدَّدة، بحيث تشمل شرائح المجتمع بكافة اهتماماتهم؛ حيث إن بعض المضامين تتطلب أن تكون على شكل برنامج تلفزيوني، وأخرى تكون على هيئة حملة ترويجية في المجلات، والصحف، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام، والمُتملِّ بطبيعة كل وسيلة، ومُتطلباتها، وما يتناسب معها، وفئة الجمهور المقصود، والمعني بمشاهدة هذا المحتوى الإعلامي، ومن الجدير بالذكر أن نجاح الرسالة الإعلامية يُقاس بمدى تأثر الجمهور بها، فكرياً، وعملياً؛ لأن الرسائل الإعلامية تحمل في جوفها مضامين مُتعدِّدة تم بناؤها بأسلوب مُتقن؛ لإيصال تلك الرسالة، وتمير مضمونها بشكل غير مباشر في أغلب الأحيان. والوسيلة الإعلامية الفاعلة، والمُهمَّة، هي تلك الوسيلة التي تُحقِّق أعلى نسب الانتشار، والتأثير في المجتمع، وهذا يتطلب دراسة مُتعمِّقة، وفهماً للمجتمع، والإعلام في آن معاً؛ فوسائل الإعلام ليست مؤسسات معزولة عن مجتمعاتها، كما لا يمكن أن تتجج وسيلة إعلامية دون العمل على نسج المضامين، والرسائل بأسلوب العرض المُقنع، والمُشوق للفئة الجماهيرية المعنية بها، ويُعتبر تعدُّد وسائل الإعلام، وتنوع أنماط عرضها للمحتوى دليلاً على تنوع الجماهير؛ إذ إن لكل فئة جماهيرية في المجتمع ما ينسجم معها من قنوات، وُصحف، ومجلات، وإذاعات، فمُحصلة هذه العملية الاتِّصالية بين مُنشئي المحتوى، والمُتلقيين له هو تنمية شعور، أو سلوك مُعيَّن نحو الرسالة المُقدَّمة، حيث إن الإعلام يُروِّج فكرة، أو مُنتجاً، أو قناعة ما، والجمهور يبدأ بتبني هذه القناعة تدريجياً.

نبذة عن الوسائل الإعلامية

تسعى وسائل الإعلام على اختلافها إلى زيادة أعداد جماهيرها، وتوسيع انتشارها؛ ولذلك تستثمر التقني؛ لتلبية احتياجات الجمهور، وتستغل مختلف الوسائل؛ لعرض محتواها الإعلامي بعدة أنماط متنوعة، حيث إن هناك وسائل إعلام مطبوعة، ومرئية، ومسموعة، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الجديد، وفيما يلي توضيح لبدائيات هذه الوسائل، وطبيعة انتشارها:

وسائل الإعلام المطبوعة تُعتبر الوسائل المطبوعة من أولى الوسائل الإعلامية؛ إذ كانت الصحف، والمجلات تُعدُّ مصدر أخبار الناس قديماً، أما اليوم، فقد تراجع عدد قرائها؛ بسبب توفر وسائل الإعلام الجديد، إلا أن هذا لا يُنقص من القيمة الإعلامية للوسائل المطبوعة؛ حيث إنها حققت نجاحات كبرى، وخاصة بعض الصحف الأمريكية التي كانت تتمتع بولاء جماهيري واسع لسنوات عديدة.

البث الإذاعي حيث يتم بث الأخبار صوتياً بعد إعدادها، وتنسيقها، وإتقان صياغتها حسب المعايير الصحفية، والإذاعية السليمة، مما ساعد على انتشارها؛ إذ كان بإمكان السائقين الاستماع إلى نشرات الأخبار، والإعلانات، والبرامج الحوارية على الإذاعات أثناء التنقل، والسفر، وقد شكّلت البرامج الحوارية تفاعلاً متزايداً مع الإذاعات كوسائل إعلام تفاعلية، أو حية.

البث التلفزيوني كان البث التلفزيوني نقلة نوعية على مستوى تطور وسائل الإعلام، وصناعة الخبر، والإعلان، حيث سرعان ما تزايد انتشاره؛ بسبب التطور التكنولوجي المرافق له، وإقبال الجماهير على متابعة الأخبار بالصوت، والصورة.

أهمية وسائل الإعلام ودورها المتنامي

1. أهمية الإعلام على المستوى الوظيفي:

تكمن أهمية وسائل الإعلام أولاً، وأخيراً في مدى التأثير الذي يمكن أن تُحقِّقه في مختلف شرائح المجتمع؛ فعلى الصعيد المجتمعي تطمح المؤسسات الخيرية للاستفادة من هذه الفرصة، بالإضافة إلى الشركات التجارية، والحملات الانتخابية، وأصحاب الأفكار، أو المنتجات، أو المشاريع؛ حيث إن الإعلام قد يضاعف من فرص النجاح، والانتشار، والربح حتى على مستوى العلاقات، والشركات بين الأفراد، والمؤسسات، فقد تتعاون مؤسسة ناشئة مع مؤسسة كبرى؛ بسبب إعلان تلفزيوني ما، كما أن الإنترنت فتح أبواب التواصل، والإعلان، والترويج حتى عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ إذ إنّه من خلالها يمكن الإعلان عن الخدمات، ومشاركة آخر الأخبار الخاصة بالمؤسسة، أو بالنشاط الشخصي، وهذا يتيح سبب التواصل المباشر مع الجمهور، وبأكثر من نمط.

أهمية الإعلام على المستوى الشخصي

تُحقِّق العلاقات الجيدة مع وسائل الإعلام فرصاً حقيقية على المستوى الشخصي، بحيث يصبح اسم شخص ما، أو منصبه، أو مجال عمله، أو إنجازاته محور حديث الأشخاص بخطوات بسيطة متاحة حتى على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يُمكن من قطع مسافات طويلة من التسويق الذاتي؛ فالعلاقة الجيدة مع وسائل الإعلام، وإتقان استثمار شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف عن المهارات الذاتية، والنشاطات، والخبرات التي يتمتع بها الفرد أمر مهم، وتزايد أهميته على المستوى الوظيفي، والاجتماعي، والأسري، وحتى في ما يتعلّق بالمُتخصِّصين في الإعلام، حيث تُعتبر علاقاتهم الجيدة مع المؤسسات الإعلامية نقطة قوة لهم؛ إذ إن هذا من شأنه أن يُسهل عليهم نشاطاتهم، وتقاريرهم، ويُطوّر من مصادره في الحصول على الأخبار أولاً بأول.

أهمية الإعلام كمصدر لتلقي المعلومة

تتزايد قيمة الوسائل الإعلامية؛ لأنها تُعدُّ مصدراً لتلقي المعلومة، والخبر؛ فالمُهمُّ بالشؤون السياسية يعتمد على متابعة الإعلام، وذلك أمرٌ مشابه للمُهمُّ بالرياضة، والاقتصاد، والصحة، والموضة، والثقافة، والفن، والتقنية، وريادة الأعمال، والكثير من المجالات التي تستقي معلوماتها، وآخر أخبارها من الإعلام، وخاصة الإعلام الجديد، علماً بأن دورها المُهم لا يتوقف عند نقل الأخبار فقط، بل يتعداه لتصبح أيضاً أداة ناقلة لصوت الشعوب، ومُسايلة لصنّاع السياسات في دوائر صنع القرار عن أولوياتهم، إلا أن ذلك يتطلب شفافية عالية من وسائل الإعلام، وتبني قضايا المجتمع، والإنسان، وهذا يُحمّلها مسؤولية مُضاعفة على صعيد مصداقيتها؛ فالإعلام يمكن أن يكون منبراً للرسائل العادلة التي تعود بالنفع على المجتمع، وقد يُحرّض بشكل غير مباشر على الكراهية، والعنصرية، أو قد يكون أداة؛ لنشر الأكاذيب، والتضليل الإعلامي، وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تمكين حرية التعبير، وأتاحت لمستخدميها إيصال آرائهم، وتوضيح ردود أفعالهم إزاء خبر ما، بالإضافة إلى أنها قد تكون مؤسسة إعلامية تتبني سياسة تحريرية مُعيّنة

أهمية الإعلام في تنمية المجتمع

أشادت منظمة الأمم المتحدة اليونسكو بدور الإعلام الحرّ الذي يؤمن بتعدّد وجهات النظر، وحرية التعبير بوصفها إحدى أهم أدوات تعزيز الشفافية في المجتمع، وإحدى ركائز التنمية السياسية، والثقافية، وهذا بلا شكّ يضاعف أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام، ويُعلي من شأنها على الصعيد السياسي، والمجتمعي، علماً بأنه لا بد أن تساندها في تحقيق ذلك السياسات الرامية إلى تحقيق حرية التعبير لفئات المجتمع، وضبط سبل التعبير عن الرأي بقوانين تُحافظ على سلامة المجتمع دون المساس بحرياته التي يضمنها له القانون، ومن الجدير بالذكر أن تلك العملية الإنمائية بمختلف محاورها تُساهم في توعية المجتمع، ونبذ العنف، والتطرف؛ إذ إن المجتمع الواعي يمتلك مناعة ذاتية ضدّ التطرف، وذلك يُبشّر بحياة أفضل لكافة فئات المجتمع، بالإضافة إلى الحياة السياسية المُستقرّة؛ لتسود الثقة، وتكون مُتبادلة بين الشعب، والحكومة، والإعلام، ومن الأدوار التي يلعبها الإعلام في تنمية المجتمع ما يلي:

- **المساهمة في صنع القرار:** تُساهم وسائل الإعلام في عملية صنع القرار كونها توفّر كمّ ونوع المعلومات القابلة للتداول بين أطراف صنع القرار على اختلافهم، لتخلق حالة من التشابه في إدراك الموقف بالنسبة لصانعي القرار كونهم يمتلكون ذات الكم والنوع من المعلومات، مما يُقارب بين وجهات النظر، ويُساهم في إنتاج القرار السياسي وتوضيحه وفهمه.
- **المساهمة في تقبل أو رفض القرارات:** يُهيئ الإعلام الساحة والرأي العام لتقبل القرارات من السلطات العليا، وقد يُحرّض على رفضها كونه يستطيع الوصول للمتلقّي ويبتّ معلوماتٍ مُعيّنة إليه.
- **تعزيز الحوار بين الثقافات:** تمتلك وسائل الإعلام الأدوات القادرة على تسهيل وتبسيط الحوار بين الثقافات المُختلفة، إذ تستطيع أن تتصدّى للمواقف السائدة وتبديد الأفكار السيئة فيما يتعلق بـ "الأخر"، كما يُمكنها أن تتخطّى حاجز النّصوّرات النمطية، وتزيل الجهل الذي يدعم الخوف وسوء الظنّ بالآخرين ويُحدّر من التعامل معهم، لتنتقل بالإنسان إلى مدىٍ واسعٍ من تقبل الأطراف الأخرى ليصبح التنوع والاختلاف حالةً طبيعية وفرصةً لطيفة للتفاهم والتعرّف على الآخرين.
- **تنمية الوعي لدى الشعوب:** تؤدي وسائل الإعلام دوراً هاماً في تنمية وعي الشعوب وتحفيز الشباب على تنمية المجتمع والتعاون لأجل نهضة البلاد ومواجهة كل العوائق، حيث إنّها بقدرتها الكبيرة وإمكاناتها غير المحدودة، مسؤولة عن تعريف الناس بالكثير من القضايا والمخاطر كالجريمة مثلاً.

• تأثير الإعلام على الأفراد

تشير الدراسات والأبحاث إلى وجود ارتباط وثيق بين ما تبثه وسائل الإعلام من محتوى والصحة النفسية والجسدية للأفراد، بالإضافة إلى ارتباطها بطبيعة حياته الاجتماعية ونمطها، حيث قد يكون تأثير الإعلام إيجابياً أو سلبياً على الأفراد، إلا أن مما لا شك فيه أن له ذلك التأثير الواسع على أفعال الفرد ومعتقداته ورؤاه بما يقدمه من مضامين. يؤثر الإعلام على نظرة الفرد لنفسه وللمجتمع المحيط، ويساهم في تعديل اتجاهات الأفراد وقيمتهم، وفي تكوين صور ذهنية عديدة لديهم، ففي الوقت الذي يُراد ببعض هذه المضامين البناء والإصلاح في المجتمع قد تعمل بعضها على سلخ الأفراد من بيناتهم وإبعادهم عن موروثاتهم الحسنة، وتغيير مفاهيمهم الاجتماعية، وترسيخ المشاعر السلبية لديهم بما يُبث عبرها من أفلام رعب وعنف وجريمة، وهي ما يُساعد على انتقال هذه الأنماط السلوكية للأفراد، بالإضافة إلى سهولة الوصول إلى المحتويات اللاأخلاقية التي كانت بذرة لانتشار الكثير من الآفات الاجتماعية، وهو الأمر الذي يدعو الأفراد لا سيما الآباء والأمهات منهم إلى الحذر مما يتلقاه الأبناء وتوجيههم نحو ما يضمن نفعهم وفائدتهم من خلال هذه الوسائل.

أهمية العلاقات العامة للمؤسسات الإعلامية

تحتاج كل مؤسسة إعلامية إلى إدارة علاقات عامة، أو يجب عليها على الأقل الاستعانة بمصادر خارجية لهذا العمل لمستشار أو وكالة علاقات عامة، وإنه جزء أساسي من الحفاظ على صورة المنظمة والمؤسسة الإعلامية وتحسينها في نظر الجمهور العام، وإرسال رسالة إلى الجمهور العام والعلماء والمستثمرين الذين تهتم بهم.

سيساعد هذا النوع من النهج الإيجابي على تحسين الثقة وهذا يضيف مباشرة إلى النتيجة النهائية، وبالتالي ما هي مهام العلاقات العامة الرئيسية التي تحتاج إلى التركيز عليها لكل مؤسسة إعلامية.

تعاون العلاقات العامة مع المنظمات الإعلامية

سيتعاون استراتيجيو العلاقات العامة مع المديرين التنفيذيين رفيعي المستوى في إحدى المنظمات لتصميم الخطوط العريضة لكيفية صياغة صورة إيجابية وكيف تريد الشركة أن يتم تصورها، ويركز هذا على الرسالة الصحيحة للمؤسسة ثم يقرر الخطوط العريضة لتنفيذ هذه الرسالة.

دور العلاقات العامة في تسويق الحدث

يقوم مديرو العلاقات العامة في كثير من الأحيان بترتيب الأحداث لزيادة الملف الشخصي للشركة، حيث أن إضافة اسم العلاقات العامة إلى حدث ما، يُسلط الضوء على فلسفة المؤسسة بالإضافة إلى المنتجات والخدمات المنظمة.

أهمية العلاقات الإعلامية

التفاعل مع وسائل الإعلام هو الوظيفة الرئيسية لإدارة علاقاتك، ويمكن أن تقوم العلاقات الإعلامية بترتيب المقابلات الهامة، والأسئلة الميدانية من المراسلين، وكتابة النشرات الصحفية لتوعية وسائل الإعلام بإعلانات الشركة وإنجازاتها.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا رئيسيًا في بناء صورة المؤسسة الإعلامية ، وتعد إدارة صفحة فيسبوك أو صفحة تويتر وغيرها من الطرق الضرورية للتواصل مع العملاء الجدد ، ويساعد الإنذار المبكر بأي مشاكل أو اتجاهات ناشئة على الإنترنت حول المؤسسة أيضًا محترفي العلاقات العامة على مراقبة التعليقات العامة والرد عليها.

العلاقات الإعلامية هي جزء حيوي من العلاقات العامة ، ويُسيء العديد من المؤسسات تفسير الاختلافات بين التسويق والإعلان المباشر والعلاقات مع وسائل الإعلام ، ويكون الهدف النهائي هو الحصول على تغطية إعلامية مجانية دون إنفاق الأموال مباشرة من خلال الإعلانات.

إن نشر القصص ووضعها هو الدور التقليدي للعلاقات الإعلامية وبناء العلاقات هو الجزء الأكثر أهمية في العلاقات الإعلامية والفكرة هي تلبية طلبات معلومات المرسلين بوصفهم متحدثين باسم الشركة وأن يصبحوا موردًا موثوقًا به للصحفيين.

دور العلاقات الإعلامية

تقوم العلاقات العامة بقراءة واستيعاب كل تغطية إعلامية جديدة وتقليدية، بالإضافة إلى البحث في المنافذ التي تغطي والتي تريد أن تغطي المؤسسة الإعلامية، وتقوم أيضًا بفهم احتياجات الصحفيين من أجل معرفة ماذا يكتبون، وتتواصل أيضًا مع الإدارة من خلال تجميع وتوزيع التقارير الأسبوعية واليومية.

إن تطوير خطط العلاقات الإعلامية التي تدعم الأهداف التنظيمية والحديث عن فرص الدعاية، ومن الناحية المثالية يعد التوازن الجيد بين العلاقات العامة والعلاقات الإعلامية استراتيجية جيدة لتحقيق أهداف المؤسسة.

أهمية وسائل الإعلام في الحصول على المعرفة

تؤثر وسائل الإعلام على الفرد من خلال ستة أمور رئيسية، فقد يكون تأثيرها إما على مدى الإدراك لديه، أو على اعتقاداته، أو على سلوكه، أو على عاطفته، أو على وظائف الأعضاء، أو على مواقفه ووجهات نظره، وتكمن أهمية وسائل الإعلام بأنّ العقل البشري لا يتوقف عمله فقط على استقبال المعلومات من الصحف، أو الكتب، أو الأخبار التلفزيونية، أو مواقع الويب، وإنما يقوم العقل بتحويل كل ما يحصل عليه من معلومات إلى معرفة، واستنتاجات لأمر أخرى ، ومعانٍ جديدة، ومبادئ جديدة تتعلق بالحياة من حوله.

تزويد المجتمع بالمعلومات

يُمكن الإعلام الناس من الحصول على معلومات حول الأحداث الوطنية والدولية، وذلك من خلال الأخبار، ويلعب الإعلام دورًا مهمًا في صناعة الرأي العام، ومع ظهور الوسائط الإلكترونية أصبح بإمكان الأشخاص الوصول إلى المعلومات بنقرة زر، حيث يتم نشر الصور ومقاطع الفيديو عبر التلفزيون والأجهزة المحمولة.

وسائل الإعلام والمجتمع

إن وسائل الإعلام قائمة على أساس الإخبار، وتوصيل المعلومات إلى الجمهور، وتشكيل الحوارات، وديمومة الانفعال مع القضايا التي يطرحها، والأخبار التي يهتم بتناولها؛ وإن المجتمع الذي يُعتبر الفرد قاعدته الأولى، ونقطة انتهائه، هو المجال الذي يختبر فيه الإعلام ووسائله والقائمين عليه، مدى نجاعة ما يقدمونه، أو يحاولون الوصول إليه، وينحصر تأثير دور الإعلام في النقاط الرئيسية الآتية:

إيصال المعلومات والأخبار: وكل ما يتعلق بها إلى الجمهور العام، بصورة مُجرّدة، ودون تحيز.

خلق النقاشات والحوارات المختلفة: مع نُخب المجالات المتعددة، ضمن حيزٍ إعلاميٍّ مُعيّن؛ وتمثل البرامج التلفزيونية الحوارية، مثالاً واضحاً على ذلك.

البحث عن القضايا: التي لا يعرف عنها العامة الكثير؛ ويشمل ذلك قصص المُهمشين، وفساد أجهزة الدولة، وقضايا التخابر، والكوارث الخدمانية في منطقة ما، وغير ذلك من الأمور.

محاولة خلق رأي عام: أو التأثير في الرأي العام؛ فتطرح وسائل الإعلام مختلف القضايا، وتنتقي إحداها للتركيز عليها، وإثارة رأي عام حولها، وفي بعض القضايا يتخذ المجتمع نظرةً أو رأياً عاماً، فيختار الإعلام بعدها، القيام بدوره لتصحيح وجهة نظر الناس وقناعاتهم، والتأثير بهم على نحوٍ مُغاير.

محاولة استباق الأحداث: وقد ينظر بعض المُراقبين لهذه النقطة من زاوية حساسة للغاية؛ كونهم يعتبرون أنّ استباق الأحداث؛ ليس من مُهمة الإعلام، وأنّ القيام بذلك فعلٌ يمس بمهنية العمل الإعلامي وتجّده؛ بيد أنّ الرأي الآخر الذي تتبناه وسائل الإعلام، يدور حول أهمية البحث في كواليس السياسة، ودوافع الظواهر الاجتماعية، والقواعد التي ينطلق منها الفعل الثقافي في المجتمعات.

تتمثل هذه النقطة في المواد الإعلامية التحليلية؛ ومنها العمود الصحفي الذي يكتبه كبار الصحفيين في الصحف والمطبوعات، والبرامج التحليلية التي يديرها الصحفي المُحترف، وتستضيف المُحللين المؤثرين؛ من أساتذة العلوم المختلفة، وأصحاب الخبرات الطويلة، والمُفكرين المؤثرين، ورواد الأعمال، والسبّاقين إلى التجارب.

خيارات المُجتمع

تختلف ردود فعل الأفراد في المجتمع، ودرجة تفاعلهم مع ما تقدّمه وسائل الإعلام؛ فمنهم من يتتبع المنطق في ردة فعله؛ بأن يستطيع الحكم على أنّ تلك الوسيلة الإعلامية مثلاً، تُمارس التهويل والمبالغة تجاه حدثٍ ما، فلا يستحق كل هذا الزخم الذي تعرضه على شاشتها، أو تخصص له الساعات الطويلة من البث الإذاعي، أو لا توفر جُهداً في حشو صفحات الجرائد، والمواقع الإلكترونية؛ بما يحلو لها بعيداً عن الواقع. بينما قد يترك عند البعض التفاعل مع كثيرٍ من وسائل الإعلام؛ مُكتفياً بتلقي الخبر، دون الاهتمام لتحليلات وسيلة الإعلام، أو تبني الرأي الذي تتادي به بشكلٍ مُبطّنٍ أو مُعلن؛ كأن تصف وسيلة إعلامية حرب الدولة التي تنتمي إليها، على دولةٍ أخرى، بالخطوة الصحيحة؛ وهي بذلك طالبت بشكلٍ بديهي، مُتابعها بتصديق ما تتادي به. فيما قد تلعب عوامل عديدة دوراً مُهماً؛ في دفع الجمهور لتصديق ما تطرحه وسائل الإعلام؛ مهما كان صحيحاً وواقعياً أو غير ذلك، ومن تلك العوامل؛ شهرة وسيلة الإعلام، وتوفر الإمكانيات اللوجستية لديها؛ ونذكر منها القدرة على التغطية الإعلامية في معظم المناطق حول العالم، واستخدام التقنيات الحديثة

في التصوير والمونتاج، إلى جانب تناول المواضيع الساخنة، ومحاولة الكشف عن المستور؛ فيما يتعلق بسياسات بعض الدول، أو حقائق لم تُعرض بعد.

تأثير الإعلام الجديد على المجتمع الإعلام الجديد لها تأثيرات كثيرة على المجتمع وفيما يلي أبرزها:

- توسع للأفكار المتطرفة عملت منصات الإعلام الجديد على توسع الأفكار المتطرفة، فوجدوا من هذه المنصات على توسيع نطاق أفكارهم المتطرفة ونشرها نتيجة قلة الرقابة في هذه المنصات.
- تطوير النقد عن الأفراد ساعدت منصات الإعلام الجديد على تطوير فكرة النقد عند مستخدميها بسبب التفاعلية الكبيرة التي توفرها وسائل الإعلام، وساعد هذا الإعلام على زيادة مشاركة الناس ومشاركة آرائهم وانتقادها بكل سهولة.
- تغيير قيم المجتمع يختلف الإعلام الجديد اختلاف كلي عن الإعلام التقليدي بصعوبة الرقابة الكلية عليه إن كان من قبل الأسرة أو الدولة، بحيث يقوم بنشر معتقدات وقيم مختلفة عن معتقدات المجتمع، ويؤثر بشكل رئيسي على الأطفال والمراهقين ويقوم بنشر العادات السيئة في المجتمعات.
- الاطلاع والتأثر بالثقافات الغربية وفي هذا الإعلام الثقافة لم تعد حكرًا على أحد فتتووع وسائل الاتصال نوعت من تبادل الثقافات كتقافات الدولة المهيمنة مثل الثقافة الغربية، مما ساهم في سهولة انتشار ثقافات المجتمع وسهولة تعبيرهم عن أنفسهم واطلاعهم على الثقافات الأخرى دون حاجتهم إلى وسيط ينقل هذه الثقافات تبعًا لأهوائهم.
- مقدرته على إحداث تغيير عالمي يقوم الإعلام الجديد بعمل تغييرات في الدول وتأثيرات على رأيها العام مثل الاحتجاجات وتغيير نظام الحكم، والضغطات التي تمارس على الحكومات.

مميزات الإعلام الجديد

يمتاز الإعلام الجديد بعدة مميزات لم تتوفر في الإعلام القديم السابق، ومن أهم هذه المميزات:

- يعد إعلام فعال فهو يعمل على مشاركة الأفراد آراءهم ومعتقداتهم وصناعاتهم للأخبار وقدرتهم على تشكيل الرأي الآخر وصناعة القرار، لما هو مخالف للإعلام السابق واعتماده على تلقين الخبر للأفراد.
- يقلل من تكاليف المادة فساهم بشكل فعال في تقليل نفقات الإعلام واستبدال هذه النفقات بأجهزة الهواتف والأجهزة الحاسوب المتقلة.
- يمتاز بسهولة التعامل معه والتفاعلية بحيث أصبحت الأفراد لديها المقدرة عن الإدلاء بآرائها بشكل متسارع جدًا، وأصبحت استطلاعات الرأي أسهل وأسرع عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- يعتبر إعلام عابر للقارات ولا يلزم الأفراد بثقافة أو لغة معينة فهو شامل ومتنوع.
- لا يلزم الأفراد بالنقيد بأوقات معينة بل قادر على الإرسال والاستقبال بأي وقت وأي مكان.
- تنوع مصادر المعلومة، فهذا لم تعد المعلومة مأخوذة من مصدر واحد بل توجد آلاف المصادر التي حالت دون وصول المعلومات للمتلقي، فيستطيع البحث والتحري عن المصادر الحقيقية للمعلومة.

سلبيات الإعلام الجديد

خلق الإعلام الجديد مشاكل لا متناهية في العصر الحديث، فبالرغم من إيجابياته العديدة لكن لا ننكر أنه يوجد سلبياته له، ومن أهم هذه السلبيات:

- فهي تجعل مستخدميها معرضين أكثر للعزلة، فبمجرد فضائك وقت كبير في تصفح المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي أو مشاهدة التلفاز، يجعل منك شخص منعزل وقد لا تود الاختلاط بالآخرين وقطع العلاقات الشخصية مع المجتمع.
- تراجع منظومة الأخلاق، فهي تضم عدة كبير من المواقع والبرامج والمحطات التي تساعد على نشر القيم المغلوطة وتحرض على فعلها، وتأثر تأثير كبير على الأطفال والمراهقين بسبب قلة الوعي والرقابة لدى الأهل.
- الترويج للإعلانات الكاذبة التي توهم الأشخاص بالشراء منهم وتخدعهم، وتجعلهم يرغبون بشراء منتجات سيئة مقابل مبالغ مالية أعلى من تكلفتها حقيقة أو أغراض غير ضرورية.
- الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الحديثة وعدم المقدرة على تركها، تجلب للأشخاص العديد من المشاكل قد تسبب بخسارة بعض الأشخاص وظائفهم.
- المشاكل الصحية وتأثيرها السلبي على صحة الإنسان، فيسبب الجلوس لساعات عديدة على شاشات التلفاز والهواتف النقالة، أمراض ضعف البصر وأمراض أوجاع الجسد كالظهر والرقبة وما إلى ذلك.

استخدام الإعلام في العلاقات العامة

إن الصحافة بامتلاكها إمكانات هائلة في تكوين الرأي العام تلعب دورًا هامًا في تحقيق مهام العلاقات العامة. ويعود نجاح عمل مختلف البنى العملية وأجهزة السلطة وبعض القادة والسياسيين إلى مدى الرغبة في إتقان العمل مع الصحافة، وتعتبر الصحافة الدعامة الرئيسية لأكثرية برامج العلاقات العامة والموضوع الأساسي لعمل شركة العلاقات العامة اليومية، ويعتقد أيضاً أنه حتى 80% من مجمل العمل فيها يرجع إلى العمل المشترك مع الصحفيين وإلى إعداد المطبوعات.

إمكانات الإعلام في برامج وحملات العلاقات العامة: يمكن تصنيف كلّ الإعلام (وسائل الإعلام الجماهيري) حسب المنظور التالي تقريباً: الصحف:

إنها متنوعة حسب مساحة انتشارها وتوزيعها ويمكنها أن تكون مركزية أو إقليمية (في الأقاليم والمحافظات) أو محلية. والصحف تتميز حسب موضوعاتها ويمكن أن تكون رسمية وسياسية وعملية وإخبارية وإعلانية ومسلية.

الصحف حسب صدورها يمكن أن تكون يومية وأسبوعية

بالعلاقة باستخدام الألوان يمكن أن تكون الصحف أبيض وأسود وملونة ومع حواشي ملونة.

إن الصحف تتمتع ببعض الأفضليات التالية بالمقارنة مع وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى:

الجماهيرية (يقرأ الصحيفة كلّ السكان تقريباً).

الديمومة (تحفظ الصحف وقتاً طويلاً وبخاصة في المكتبات) ويمكن العودة إليها في أي لحظة.

الانتقالية (بعض فئات الناس تقرأ صحفاً معينة وتبحث عن مواد معينة).

المجلات: إنها تتميز بموضوعاتها أيضاً وبطبيعة تقديم المادة وبالرغم من أنها تتخلف عن الصحيفة من حيث السرعة في نقل الخبر لكن لديها إمكانية كبيرة للتحليل والإضافة إلى الخبر.

وكالات الأنباء: العاملون فيها يجمعون الأنباء ويوزعونها على الصحف الأخرى وعلى مختلف المؤسسات.

دور النشر: تصدر الكتب والمنشورات والكراسات. الصحافة الإلكترونية ووسائل الإعلام السمع بصرية

(الإذاعة والتلفاز): إنها الأكثر سرعة والأكثر شمولية بين أجهزة الإعلام، ففي أثناء البث المباشر تستطيع أن تجعل كل السكان مشاهدين للحدث من حيث المبدأ وحتى سكان الكرة الأرضية، الأمر الذي لا تقدر عليه الصحيفة أو المجلة. إلا أن تطور العلوم والتكنولوجيا في الآونة الأخيرة قد سمح بإنتاج وسائل جديدة لنشر الأنباء وتوزيعها على جمهور واسع بما فيه الكفاية، من هذه الوسائل الشبكات الإلكترونية المختلفة ومن بينها الإنترنت وكل ما يحتويه من مواقع وخدمات إعلامية. وتساعد الصحافة على إطلاع الوسط الاجتماعي على عمل الشركة، وتنتشر الإعلان ويمكنها أن تكون مصدراً للأنباء عن أحوال السوق، وعن نشاطات المنافسين وغيرها من المعلومات، وتستخدم هذه الإمكانيات بشكل واسع في الحياة العملية لرجال الأعمال في الغرب. إن وسائل الإعلام الجماهيري تنشر الأنباء والمعايير والقيم التي يعتبر استيعابها ضرورية لمشاركة المواطنين الواعية والفاعلة في حياة الدولة والمجتمع، وتكون الصحافة وسيطاً للأنباء من "الأعلى" ومن "الأسفل".

ما هي العلاقات العامة؟

تُعرّف جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها "عملية اتصال إستراتيجية تبني علاقات تبادل منفعة بين المنظمات وجماهيرها".

ويشمل ذلك أي شخص يتفاعل مع المنظمة أو يتأثر بها على أي مستوى.

تستخدم فرق العلاقات العامة أسلوب سرد القصص الإبداعي لتصوير وجهة نظر الشركة لكسب الظهور العام. يمكن تحقيق ذلك من خلال عدد من التكتيكات، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، والمناسبات الخاصة، أو تخصيص الرسائل على موقع المؤسسة أو الشركة على الويب.

ما هو الفرق بين العلاقات العامة والإعلام؟

- تستخدم العلاقات العامة قنوات عديدة أما العلاقات الإعلامية هي مجرد قناة واحدة منها.
- الفرق بين العلاقات العامة والإعلام أن العلاقات العامة تطور القصة، وتبثها الإعلامية.
- تمتلك العلاقات العامة تعريفات عديدة للنجاح. العلاقات الإعلامية تحقق إحداها.

لماذا العلاقات الإعلامية مهمة للعلاقات العامة؟

على الرغم من أن العلاقات الإعلامية هي مجرد جزء من قصة العلاقات العامة، إلا أنها مهمة أيضًا تمامًا مثل استراتيجيات العلاقات العامة الأخرى، ستساعد حملات العلاقات الإعلامية الخاصة بك على بناء تقارب مع جمهورك المستهدف. بالطبع، سوف تحتاج إلى التأكد من أنك تتفاعل مع الوسائط الصحيحة.

إذا كنت تستضيف فعاليات بمفردك وتنتشر مدونات على الويب، فإنك من الناحية الفنية تشارك بطريقة ما في العلاقات العامة والاعلام. بعد كل شيء، أنت تنشئ أصولًا تغير نظرة جمهورك إليك. ومع ذلك، بدون العلاقات الإعلامية، ليس هناك ما يضمن أنك ستصل إلى "الجمهور" المناسب وتترك أفضل انطباع عنده.

أهمية العلاقات الإعلامية لمحترفي العلاقات العامة

وسائل الإعلام هي خبز وزبدة وكالة العلاقات العامة، لذلك الأمر مهم بالنسبة لمحترفي العلاقات العامة الحفاظ على علاقات جيدة وصحية مع جهات الاتصال الإعلامية الخاصة بهم. لإنجاز تغطية عملائهم، سواء كانت مطبوعة أو عبر الإنترنت أو وسائل الإعلام الإلكترونية، فإن الصحفيين في دور الإعلام المختلفة هم الذين يتعامل معهم مديرو العلاقات العامة.

هناك العديد من الأشياء المتعلقة بالمنظمة التي تحتاج إلى إبلاغها للجمهور أو في بعض الأحيان يتم كبجها إذا كانت لها زاوية سلبية مرتبطة بها، فعندئذٍ تدخل شركة العلاقات العامة حيز التنفيذ.

قد يكون أي نشاط أو إعلان أو تنصيب أو تكريم أو أي حدث آخر يحتاجه الأشخاص المسؤولون عن العلاقات العامة لنقله إلى الجمهور المستهدف لعملائهم من خلال وسائل الإعلام. الهدف الوحيد للعلاقات الإعلامية هو الحصول على تغطية جيدة وإيجابية لعميلك دون دفع أي شيء. يمكن أن يكون إما من خلال الإعلان أيضًا.

ليس من السهل على محترفي العلاقات العامة التعامل مع الإعلاميين لأنه ينطوي على الكثير من التحديات. تتمثل إحدى طرق ضمان وجود علاقة إيجابية في التعرف على النغمات التي يغطونها والإسقاط لتقديم نفسك وعملائك معهم.

تحتفظ وكالة العلاقات العامة بقائمة وسائط مجمعة تتكون من مختلف الصحف والمجلات والوسائط الإلكترونية والراديو والإنترنت. لذلك عند حدوث أي حدث يمكن الاتصال بأشخاص إعلاميين ويمكن مشاركة البيان الصحفي معهم لإنجاز التغطية.

تعمل وسائل الإعلام كوسيط بين المنظمة والجمهور المستهدف، مما يخلق وعيًا للمنظمة مع القدرة على خلق تأثير إيجابي للجمهور المختار. وبهذه الطريقة، تبني المنظمات الدعم العام لأنها قادرة على الوصول إلى جمهورها.

الخاتمة:

تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام من خلال تغيير فكر الأفراد حول رأي معين وثابت؛ حيث إنها تدعم الأفراد بحثهم على ممارسة حرية التعبير عن الرأي وصنع القرار، كما أنها تزود المجتمعات والأفراد بالمعلومات والآراء المجتمعية حول مواقف سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، في العديد من البقع الجغرافية المختلفة، مما يجعلها من أهم الوسائل المؤثرة على الرأي العام وتؤثر وسائل الإعلام على

الرأي العام من خلال تأثيرها على الفرد، حيث تُعتبر أداة اتصال بين أفراد العائلة أو الأصدقاء في جميع أنحاء العالم، كما تُتيح للفرد معرفة ما يدور حول العالم بشكل عاجلٍ أو يوميٍّ من أيِّ مكانٍ بواسطة العديد من الوسائل الإعلامية، حيث أصبحت وسائل الإعلام جزءاً أساسياً من الحياة، وتُعتبر أيضاً وسيلةً تعليميةً تُصوِّب مسارات الأجيال القادمة، وتمتاز الصحف الإخبارية بأنها وسيلة الربط بين الحكومات والشعب من خلال حصولها على معلومات مهمة يصعب على المواطن الحصول عليها بذاته ونشرها أثرت وسائل الإعلام على المجتمع وبالتالي على الرأي العام له، حيث إنَّها تمكَّنت من التأثير على كافة فئاته من الرجال، والنساء، والأطفال، والمراهقين، سواء بطابعٍ إيجابيٍ أو سلبيٍّ، وذلك من خلال نقل الأحداث وتفسيرها، بحُكم أنَّ المجتمع يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات، كما ترفع وسائل الإعلام مستوى الوعي عند الجماهير وتثبِّط دورهم في المجتمع.

المراجع:

- منذر صالح الزبيدي (2013)، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، عمّان - الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، صفحة 16.
- وليدة حدادي، حوار الثقافات عبر الفضاءات الإعلامية الجديدة: دراسة في إمكانات التعزيز، صفحة 512
- آلاء، (٢٠٢٢)، دور العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مقالة منشورة على مدونة مرسال، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://www.almrsl.com>، تمت الزيارة بتاريخ: ٢٠-١٢-٢٠٢٢، الساعة: ١٢:٠٠ صباحاً.
- إيمان الحيارى، (٢٠٢٢)، وسائل الإعلام وأهميتها، مقالة منشورة على مدونة موضوع، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://mawdoo3.com>، تمت الزيارة بتاريخ: ٢٠-١٢-٢٠٢٢، الساعة: ٠١:٠٠ صباحاً.
- د. سليمان صالح، (٢٠٢٢)، ما تأثير وسائل الإعلام في العمل الدبلوماسي وتشكيل العلاقات الدولية، مقالة منشورة على موقع الجزيرة، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://mubasher.aljazeera.net>، تمت الزيارة بتاريخ: ٢٠-١٢-٢٠٢٢، الساعة: ٠٤:٢٤ مساءً.
- د. نزار ميهوب، (٢٠١٤)، استخدام الإعلام في العلاقات العامة، مقالة منشورة على مدونة البلاغ، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://www.balagh.com>، تمت الزيارة بتاريخ: ٢٢-١٢-٢٠٢٢، الساعة: ١٠:٠٠ صباحاً.

Abstract:

The new media defines the revolution created by communications in terms of media and tools, and is directly related to the use of the Internet, and refers intuitively to social networking sites such as Twitter, Instagram, Facebook, and YouTube. These technological changes are linked to the text, culture and customs. It is a new revolution and out of the ordinary from the use of old media such as paper newspapers, radio and television in its old form, and the use of advanced means and the fastest spread in the world.