

حاتم على الصالحى

# العلاقات العامة والاتصال التفاعلى

عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية

العلاقات العامة والاتصال التفاعلى

حاتم على الصالحى

عالم الكتب

## العلاقات العامة والاتصال التفاعلى

عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية

في القرن الحادي والعشرين ومع كبر حجم المنظمات واتساع رقعة انتشارها وزيادة أعداد المتعاملين معها، أصبح من الصعوبة بمكان استخدام الاتصال الشخصي من قبل ممارسي العلاقات العامة للتواصل مع الجماهير الغفيرة للمنظمات؛ لكن شبكة الإنترنت بخدماتها وتطبيقاتها التفاعلية ألغت حدود الزمان والمكان فيسرت عملية التواصل والحوار وبناء العلاقات بين المنظمات والجماهير المنتشرة جغرافيا في مناطق بعيدة عن مراكز وفروع المنظمات، واتجه ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام هذه الخدمات والتطبيقات التفاعلية الجديدة في ممارسة المهنة .

من هذا المنطلق تم إعداد محتوى هذا الكتاب الذي يتناول موضوع الاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتوظيفه في خدمة أهداف وأنشطة العلاقات العامة في المنظمات، مع عرض الاتجاهات الحديثة في الدراسات التي اهتمت برصد وتقييم استخدام الاتصال التفاعلي في ممارسات العلاقات العامة، ويختتم الكتاب بعرض دراسة تطبيقية لاستخدام المواقع الإلكترونية والفييس بوك في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن .



www.alamalkotob.com



ISBN 977-780-105-X



# العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبد المواقح الإلكترونية والاجتماعية

---

حاتم علي الصالحي

المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان

جامعة صنعاء

---



## المحتويات

مقدمة .....	٩
<b>الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي: المفهوم، والسمات، والأشكال</b>	
- تمهيد.....	١٥
- أولا: مفهوم تكنولوجيا الاتصال.....	١٥
- ثانيا: مفهوم الاتصال التفاعلي.....	١٨
- ثالثا: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي.....	٢١
- رابعا: سمات تكنولوجيا الاتصال التفاعلي.....	٢٤
- خامسا: أشكال تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في المنظمات.....	٢٦
- سادسا: تطبيقات تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في المنظمات.....	٣٣
<b>الفصل الثاني: التفاعلية عبر المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية</b>	
- تمهيد.....	٤٥
- أولا: مفهوم التفاعلية.....	٤٦
- ثانيا: أبعاد التفاعلية.....	٥١
- ثالثا: أشكال التفاعلية.....	٥٧
- رابعا: خصائص التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة.....	٦٢
- خامسا: تأثيرات التفاعلية.....	٦٣
- سادسا: التفاعلية في المواقع الإلكترونية.....	٦٤
- سابعا: التفاعلية في مواقع الشبكات الاجتماعية "الفييس بوك" أنموذجا".....	٧٣
- ثامنا: قياس التفاعلية في المواقع الإلكترونية والفييس بوك.....	٨٢

## الفصل الثالث: استخدام المواقع الإلكترونية و الاجتماعية في ممارسات العلاقات العامة

- تمهيد..... ٩٣
  - أولا: مفهوم العلاقات العامة التفاعلية..... ٩٤
  - ثانيا: استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة..... ٩٦
  - ثالثا: استخدام المواقع الإلكترونية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة..... ١٠٤
  - رابعا: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة..... ١١١
- ## الفصل الرابع: توظيف الاتصال الحوارى عبر المواقع التفاعلية في بناء العلاقات بين

### المنظمات و جماهيرها

- تمهيد..... ١٣١
- أولا : مفهوم الحوار ..... ١٣١
- ثانيا : تطور الاتصال الحوارى في ممارسات العلاقات العامة..... ١٣٥
- ثالثا : المبادئ العامة للحوار ..... ١٣٩
- رابعا : دمج الحوار في ممارسات العلاقات العامة..... ١٤٢
- خامسا : مبادئ الاتصال الحوارى عبر شبكة الإنترنت..... ١٤٤
- سادسا : الحوار عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ..... ١٤٩
- سابعا: قياس الاتصال الحوارى عبر المواقع الإلكترونية و الفيس بوك..... ١٥١
- ثامنا : مخاطر الحوار..... ١٥٦
- تاسعا : القصور في الاتصال الحوارى و الدراسات المستقبلية..... ١٥٦

## الفصل الخامس: الاتجاهات الحديثة في دراسات استخدام المواقع الإلكترونية و الاجتماعية

### في مجال العلاقات العامة

- تمهيد..... ١٦٥

- أولا : دراسات تناولت استخدام المواقع الإلكترونية في ممارسات العلاقات العامة.....١٦٧
- ثانيا: دراسات تناولت استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسات العلاقات العامة.....١٧١
- ثالثا: دراسات تناولت توظيف الاتصال الحوارى عبر شبكة الإنترنت فى بناء العلاقات بين المنظمات وجمهورها . . . . .١٨٢
- رابعا: دراسات تناولت استخدام المواقع الإلكترونية و الاجتماعية فى ممارسة المهنة من منظور النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.....١٩٢
- خامسا : رؤية تحليلية نقدية للدراسات الحديثة التى تناولت استخدام المواقع الإلكترونية و الاجتماعية فى ممارسات العلاقات العامة.....١٩٩
- الفصل السادس : دراسة تطبيقية حول استخدام المواقع الإلكترونية و الفيس بوك فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة فى المنظمات العاملة فى اليمن**
- أولا : مدخل عن تكنولوجيا الاتصال التفاعلى فى اليمن..... ٢١١
- ثانيا: نبذة مختصرة عن منهجية الدراسة ..... ٢٢٤
- ثالثا: نتائج تحليل المواقع الإلكترونية و صفحات الفيس بوك للمنظمات العاملة فى اليمن ..... ٢٣١
- رابعا: نتائج اتجاهات ممارسى العلاقات العامة فى المنظمات العاملة فى اليمن نحو استخدامهم للمواقع الإلكترونية و الفيس بوك فى ممارسة المهنة..... ٢٤٠
- خامسا: مناقشة و تفسير النتائج ..... ٢٤٩
- سادسا: توصيات الدراسة..... ٢٦٠
- سابعا : ما تثيره الدراسة من أبحاث و دراسات مستقبلية..... ٢٦٢



## مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورًا غير مسبوق في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث اندمجت تكنولوجيا الحاسبات الآلية، وتكنولوجيا الأقمار الاصطناعية، وتكنولوجيا الإلكترونيات الدقيقة، فأبرزت تكنولوجيا اتصالية متقدمة أثرت بشكل واضح على عملية تبادل المعلومات وطريقة تواصل الأفراد ببعضهم، وتعتبر شبكة الإنترنت وخدماتها المتطورة وتطبيقاتها الذكية إحدى نتائج هذا الاندماج في عالم تكنولوجيا الاتصال الجديدة والتي زادت شعبيتها وانتشرت خدماتها بشكل سريع على مستوى الأفراد، وعلى مستوى المنظمات، وأثرت على ممارسة الأفراد لوظائفهم، وطريقة أداء المنظمات لعملها؛ نظرًا لإمكاناتها الهائلة في تخزين ومعالجة ونشر المعلومات على نطاق واسع، وإتاحة التفاعل والحوار بين الأفراد والمنظمات .

وتعتبر العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بشبكة الإنترنت وتطبيقاتها في ممارسة أنشطتها وتأدية وظائفها، فبرغم أن الهدف الأساسي الذي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقه وتضمثته معظم تعريفات العلاقات العامة هو تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها؛ إلا أن تحقيق هذا الهدف يحتاج إلى تفاعل وحوار بين المنظمة وجمهورها، وقد ظل الاتصال الشخصي خلال عقود محدودا في تحقيق هذا الهدف نظرًا لكبر حجم المنظمات وانتشار جماهيرها في مناطق جغرافية واسعة بشكل يصعب التواصل معها شخصيا، حتى جاءت الإنترنت فاستفادت منها المنظمات في التواصل مع مجموعات المصالح بما يعزز "بناء العلاقات" التي تمثل جوهر العلاقات العامة المعاصرة، حيث شهدت العلاقات العامة في السنوات القليلة الماضية تحولا من المداخل التي تركز على إدارة الاتصال إلى المداخل التي تهتم ببناء وإدارة العلاقات، ويُعتبر الاتصال في هذه المداخل الجديدة أداة للتفاوض حول بناء وإدارة العلاقات بين المنظمات ومجموعات المصالح المرتبطة بها.

وتتيح شبكة الإنترنت العديد من الخدمات التفاعلية والحوارية التي تستفيد منها المنظمات في التواصل وبناء العلاقات مع الجمهور فإلى جانب المواقع الإلكترونية، ومحركات البحث، والبريد الإلكتروني ظهرت وسائل الإعلام الاجتماعي كالمدونات والمتديات ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتم تطوير آليات التفاعل وأساليب الحوار بين المنظمات وجمهورها عبر هذه الوسائل التي تتيح لمستخدميها مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، ونظرا لتزايد شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية وزيادة عدد مستخدميها؛ اتجهت أنظار الكثير من الباحثين نحو دراسة هذه الوسائل الجديدة، ومعرفة استخدامها من قبل المنظمات في مجال العلاقات العامة والتسويق، وتأثيرات استخدامها على اتجاهات الجمهور وانطباعاتهم حول تلك المنظمات.

ويمكن القول بأن التوجه الكبير في المؤلفات والدراسات الأجنبية نحو الاهتمام بالمواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية واستخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، والتركيز على الجوانب التفاعلية والحوارية باعتبارها سمة تميز هذه الوسائل وتعظم قيمتها في بناء العلاقات بين المنظمات والجمهور يعطي أهمية لتقديم مؤلف يجمع بين النظرية والتطبيق في هذا المجال، وهذا ما سيركز عليه هذا الكتاب، حيث يتناول في محتوياته استخدام المواقع الإلكترونية والفييس بوك في أنشطة العلاقات العامة كمفاهيم وممارسات عملية من منظور الاتصال التفاعلي والحواري، حيث نستعرض في الفصول الأولى للكتاب (الأول، والثاني، والثالث، والرابع) مدخل نظري عن تكنولوجيا الاتصال التفاعلي وخصائصها وأشكالها، ومفهوم التفاعلية وأبعادها وأشكالها في المواقع الإلكترونية والفييس بوك، إلى جانب عرض استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة من منظور الاتصال التفاعلي والحواري، وفي الفصل الخامس يقدم الكتاب عرضاً للاتجاهات الحديثة في دراسات استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسات

العلاقات العامة، وفي الفصل السادس يعرض الكتاب دراسة تطبيقية لاستخدام المواقع الإلكترونية والفيس بوك في ممارسات العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن .

وأخيرا يسرني وأن أقدم هذا الكتاب بين يدي الباحثين والممارسين في حقل العلاقات العامة والاتصال الإلكتروني أن أتوجه بخالص شكري وتقديري لـ أ.د/ سلوى العوادلي الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان (كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، و د/ إنجي محمد أبو سريع المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان (كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، على ما قدمه لي من مساعدة وتوجيه في الإشراف على رسالة الماجستير، حيث تُعد أجزاء كبيرة من هذا الكتاب مستخلصا منها بعد إجراء التعديلات التي تلائم نشرها بشكل كتاب يناسب الأكاديميين والممارسين في حقل العلاقات العامة .