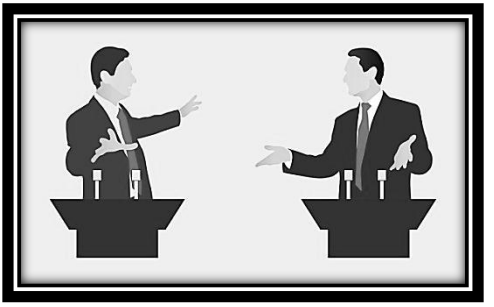
التسويق السياسي

وجماهير الشبكات الإجتماعية

التكنولجيا الرقمية ومنها الوسائط الاجتماعية هي بمثابة تطور طبيعي للأساليب التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.

تتسابق الآن على الساحة السياسية العديد من الأحزاب والتيارات الفكرية ويتنافس المرشحون في كيفية إقناع الناس بمباديء الحزب أو الفرد في محاولات جدية لكي يقوم الناخب بإعطاء صوته لهذا المرشح، ويقوم المسئولون عن الحملات الانتخابية للمرشحين باستخدام كافة الوسائل والآليات لمحاولة التسويق للمرشح والدعاية للأفكار التي يتبناها في برنامجه الانتخابي، ولأن الهدف الرئيسي من تلك الحملات هو التواصل مع الناس فقد أولى مسئولو تلك الحملات في الفترة الأخيرة وخصوصًا بعد ثورات الربيع العربي اهتمامًا كبيرًا بالوسائل الإلكترونية والإنترنت وأدوات الشبكات الاجتماعية والإخبارية، ومن هنا برز مصطلح آخر ظهر أخيرًا وهو الإعلام الاجتماعي Social Media أو الإعلام الجديد، فبعد أن كان التلفزيون ثم في وقت لاحق القنوات الفضائية والإخبارية المتخصصة هي محتكر المعلومات من خلال الوسائل الإعلامية التقليدية، أصبحت اليوم المعلومات تنتشر بطرق جديدة تمامًا غيرت الأفكار السائدة، من خلال وسائل الإعلام الجديد من مدونات، شبكات اجتماعية ... إلخ.

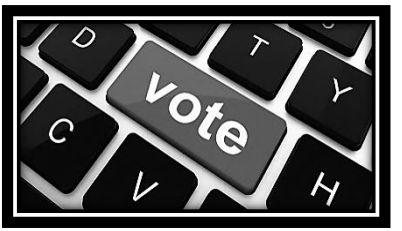
وفي هذا المجال من الممكن الاستفادة من الأساليب التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجد الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيدًا عن قضايا الأمة الحقيقة والمصيرية، وحين نستطيع تجاوز تلك الخلافات نستطيع تحقيق القوة الحضارية للعرب، كما يذكر المفكر الدكتور محمد جابر الأنصاري والتي تعود أسباب نكستها وتراجعها إلى تكوين العرب السياسي وافتقاد عنصر الوحدة وكذلك التدخل والمؤامرة الأجنبية ونطرح سؤالا طرحه منذ سنوات إلى أي مدى سنستطيع إثبات قدرتنا على إدارة السياسة، وبخاصة إدارة السياسة المحلية؛ هذا هو سؤال اللحظة التاريخية الحالية فهل نستطيع الإجابة عليه وننجح في إدارة المرحلة السياسية القادمة؟



لقد ارتبط الإعلام الجديد والوسائط الاجتماعية بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت وبخاصة الإمكانيات التفاعلية

التي أتاحها Web 2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات ".

وفي هذا الشأن تبرز عدة ثنائيات تساعد على توضيح الملامح الأساسية لمجال الدراسة:



١. النشر والانتشار
٢. الاتصال والتواصل
٣. الإنتاج والتفاعلية

النشر والانتشار

من أهم خواص الإعلام الجديد هو نشر المعلومات والتطبيقات والمواد النصية والسمعية والبصرية على شبكة الإنترنت، ومن هنا تأتي فكرة الانتشار السريع والفعال لتلك التطبيقات على نطاق واسع بما يحقق ثراء المعرفة البشرية.

الاتصال والتواصل

يتم الاتصال على الإنترنت عبر شبكات الكمبيوتر Networks بأنواعها المختلفة معتمدة في ذلك على تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية.

ومن شبكات الكمبيوتر Computer Network إلى شبكات التواصل الاجتماعي Social media ينشأ التواصل الاجتماعي والثقافي بما يتغلب على عامل العوامل الجغرافية والاقتصادية التي غالبًا ما تحول دون ذلك.

الإنتاج والتفاعلية

سمة الإعلام الجديد إنتاج وسائل ووسائط تسهل من وصول الرسالة الإعلامية وتحسن من صياغتها وأدواتها والقائمين عليها.

كما أن الإعلام الجديد يقوم بإضافة منتجين ومبدعين جدد عن طريق سهولة التعامل مع أدواته، وعلى سبيل المثال يقوم كثير من الشباب بإعداد صحف إلكترونية توجد على الإنترنت كمبادرات شبابية وعادة ما تحقق نجاحًا منقطع النظير بالمقارنة بصحف أخرى تلتزم المهنية والحرفية.

أما التفاعلية وهي أهم سمات الإعلام الجديد فهي تقوم على تبادل المعلومات بين الأشخاص وتعزيز النشاط والتفاعل بينهم.

يحاول التسويق الإلكتروني الاستفادة من مئات الملايين من المستخدمين الذين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى سوق مفتوح متنوع الجمهور لترويج السلع والخدمات المختلفة، وتحقيق ربحية عالية من وراء ذلك. وتتمثل أدوات التسويق الإلكتروني في استغلال محركات البحث، وعضوية المواقع والبريد الإلكتروني وبرامج المشاركة، وكذلك وهي الأهم الشبكات الاجتماعية، وعلى رأسها فيس بوك وتويتر.

التسويق الإلكتروني هو جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الشبكة الإنترنت (ويعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم التقينات الموجودة في عصرنا الحالي، ويتمثل منطق

التسويق الإلكتروني في أن مئات الملايين من المستخدمين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى سوق مفتوح متنوع الجمهور لترويج السلع والخدمات المختلفة، وتحقيق ربحية عالية من وراء ذلك.